

# IMPORTANCIA DE LA IMAGEN DE MARCA PARA LOS NUEVOS EMPRESARIOS EN CUBA

## AUTORES



Alejandro Ramos Guerra

**Correo:**  
[arg870829@gmail.com](mailto:arg870829@gmail.com)



Ángel Danley Rodríguez  
Martínez

**Correo:**  
[angeldanley85@gmail.com](mailto:angeldanley85@gmail.com)

En el escenario actual de Cuba, donde los nuevos emprendimientos surgen con fuerza ante los cambios económicos y sociales, la construcción de una imagen de marca sólida se convierte en un elemento diferenciador y crucial para el éxito de las nuevas formas de negocios. La imagen de marca no solo define la percepción que los consumidores tienen sobre el negocio, sino que también influye en su competitividad y en su capacidad de atraer y retener a los clientes. Este ensayo explora la importancia de la imagen de marca para los emprendedores en Cuba, analizando su impacto para la diferenciación en el mercado, la fidelización del cliente y en el desarrollo a largo plazo de los emprendimientos.

El emprendimiento en Cuba ha estado marcado por un crecimiento significativo y un proceso de reorganización con la entrada de las nuevas regulaciones para este sector de la economía. Desde el criterio valorativo de los autores se puede decir que este crecimiento y desarrollo no ha ido aparejado con una presencia clara de propuestas de negocios con una visión diferenciadora de la competencia. En este sentido se puede decir que se visualiza mayor presencia de este tipo de modelos de negocio en La Habana y en menor medida en el resto de los territorios del país, además se puede visualizar también mayor presencia en el sector de la gastronomía; digamos bares y restaurantes con presencia de un modelo de negocio sustentado sobre valores claros y enfoques creativos y diferenciadores de la competencia.

Cuando analizamos este tema internacionalmente, nos encontramos innumerables ejemplos exitosos y experiencias compartidas que demuestran el éxito cuando se apuesta desde su inicio por ideas de negocios sustentada sobre valores claros y diferenciadores de las exigentes, hablamos de marcas trascendentales como Ford, Apple, McDonalds, Nike, Coca-Cola, Google, Ferrari, Starbucks, IKEA, Sara o Tesla y otras menos conocida por estar definida para un segmentos específico de públicos como Patagonia, Oatly o Allbirds, estos son algunos de los tantos ejemplos que podemos

encontrar cuando hacemos una búsqueda internacionalizada. En Cuba también podemos encontrar algunas marcas que ya han logrado ganarse la aceptación y reconocimiento del público, por la idea de negocio que defienden y la intención que le han puesto al trabajo con su imagen de marca, ejemplo Clandestina, Fabrica de Arte Cubano (FAC), Cuba Bici, Kuba Kafé, Cubanito, Cuba Libro, La Guarida, Ley Seca y otros muchos ejemplos con mayor incidencia en el sector de la gastronomía.

## **LA PERCEPCIÓN DEL CONSUMIDOR Y LA IMAGEN DE MARCA**

La imagen de marca es la suma de todas las percepciones que tienen los consumidores sobre un producto o servicio. En un contexto cubano caracterizado por dificultades económicas y la búsqueda de novedosas propuestas comerciales, los consumidores son cada vez más exigentes y conscientes del valor que ofrecen las marcas. Una imagen de marca bien construida puede ser importante para atraer clientes y generar confianza, este último es esencial para convencer a los clientes de que elijan un nuevo emprendimiento frente a opciones establecidas.

Para los nuevos emprendedores en Cuba, esto significa que deben invertir tiempo y recursos en entender a su público objetivo y en comunicarse con él de forma efectiva. Esto incluye definir una propuesta de valor clara que conecte con las necesidades y deseos de los consumidores. Por ejemplo, la autenticidad, la calidad del producto y la responsabilidad social pueden ser factores determinantes que atraigan a los consumidores cubanos en un contexto donde las historias locales y la conexión emocional son valiosas.

## **DIFERENCIACIÓN EN UN MERCADO COMPETITIVO**

La competencia en el mercado cubano está en aumento, y los nuevos emprendimientos deben encontrar formas de diferenciarse. La imagen de marca juega un papel crucial en este proceso, ya que permite a los emprendimientos destacar sus características únicas. En una economía en la que muchos productos y servicios pueden parecer similares, contar con una identidad de marca distintiva puede significar la diferencia entre el éxito y el fracaso. Por ejemplo, una pequeña cafetería que no solo vende café, sino que también se presenta como un espacio comunitario con un enfoque en el arte local, puede atraer a un público que busca experiencias más allá del consumo. Utilizando

elementos visuales coherentes, como un logotipo atractivo, un diseño interior que refleje la cultura local, y una comunicación genuina en redes sociales, esta cafetería puede crear una imagen de marca que se distinga en la mente de los consumidores.

## **LA FIDELIZACIÓN DEL CLIENTE**

Una imagen de marca sólida no solo atrae a nuevos clientes, sino que también es fundamental para la fidelización. Los consumidores tienden a regresar a marcas que les generan confianza y que han logrado crear una conexión emocional con ellos. En Cuba la lealtad hacia los negocios locales no tiende a ser fuerte, por eso los emprendedores deben cultivar relaciones auténticas con sus clientes. Se deben procurar estrategias de marketing relacional, que fomentan interacciones continuas y significativas con los consumidores. Al involucrar a los clientes en el proceso de creación e innovación, los emprendedores pueden fortalecer su imagen de marca y asegurar una base de clientes leales. Por ejemplo, al realizar eventos que integren a la comunidad, como talleres o ferias las marcas pueden no solo mostrar su compromiso social, sino también reforzar la percepción positiva que el público tiene sobre ellas.

## **EL PAPEL DE LA TECNOLOGÍA Y LAS REDES SOCIALES**

En la era digital, las redes sociales se han convertido en herramientas esenciales para la construcción y gestión de la imagen de marca. Para los emprendedores cubanos, que a menudo enfrentan desafíos relacionados con el campo profesional de la publicidad tradicional, las plataformas digitales, hoy representan una oportunidad única para llegar a sus consumos. A través de contenido visual atractivo, historias locales y una interacción continua, las marcas pueden establecer una presencia significativa en línea.

Sin embargo, es vital que los emprendedores utilicen estas plataformas de manera estratégica, sin importar la tipología, el tamaño o significación del emprendimiento, asegurándose de que todos los mensajes y contenidos estén alineados con la identidad de la marca, evitando en todos los casos la improvisación y el empirismo que abunda en la actualidad. Una mala gestión de la imagen en redes sociales puede tener repercusiones negativas inmediatas,

afectando la confianza del consumidor y, en consecuencia, las ventas, causando en muchos casos el cierre de los emprendimientos.

### **IMPACTO EN EL DESARROLLO SOSTENIBLE DEL NEGOCIO**

Por último, la imagen de marca es fundamental para el desarrollo sostenible de los nuevos emprendimientos en Cuba. No solo ayuda a atraer y retener clientes, sino que también puede influir en las decisiones de colaboración y asociación con otros emprendimientos, empresas o entidades. Una marca bien posicionada puede atraer inversiones, alianzas estratégicas y oportunidades de expansión, lo que es crucial en un entorno donde las oportunidades pueden ser limitadas. Los emprendedores deben ver la imagen de marca como un activo a largo plazo, invirtiendo en su desarrollo mediante el feedback constante con los clientes y la adaptación a las tendencias del mercado. Así, pueden construir una reputación que no solo perdure en el tiempo, sino que también evolucione con las dinámicas socioculturales del país.

### **CONCLUSIÓN**

En conclusión, la imagen de marca es un elemento vital para los nuevos emprendimientos en Cuba, afectando diversas áreas desde la percepción del cliente hasta la diferenciación en un mercado competitivo. La inversión en la construcción de una imagen de marca fuerte no es solo una estrategia de marketing; es una necesidad en un entorno donde la autenticidad, la conexión emocional y la fidelización del cliente juegan un papel crucial. A medida que el panorama empresarial cubano sigue evolucionando, aquellos emprendedores que comprendan y valoren la importancia de su imagen de marca estarán mejor posicionados para enfrentar los desafíos y aprovechar las oportunidades que ofrece el futuro.