



**UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR**

**FACULTAD MULTIDISCIPLINARIA PARACENTRAL**

**DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONÓMICAS**

**LICENCIATURA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

**TEMA:** COMPETENCIAS MERCADOLÓGICAS DE LOS ADMINISTRADORES DE EMPRESAS

**Estudiantes:** Br. Catherine Berenice Domínguez Campos DC21020

Br. Jhonatan Isaías Álvarez Mejía AM21057

Br. Stephany Abigail Villalta Rubio VR21012

**Asesor:** Lic. Edwin Arnoldo Cerón Chávez

NOVIEMBRE 2024

SAN VICENTE

## **Competencias Mercadológicas de los Administradores de Empresas**

### **Autores:**

**Catherine Berenice Dominguez Campos**

**Jhonatan Isaías Álvarez Mejía**

**Stephany Abigail Villalta Rubio**

### **Resumen:**

El presente artículo busca determinar las competencias mercadológicas más relevantes que los administradores de empresas ponen en práctica en sus trabajos, con el objetivo de analizar cómo influyen en la toma de decisiones estratégicas dentro de las organizaciones. La metodología empleada es cualitativa, centrada en entrevistas que permiten conocer de primera mano las percepciones y experiencias de los administradores. Destaca habilidades como creatividad, innovación, investigación de mercados, adaptación al cambio y manejo de herramientas digitales; esenciales para tomar decisiones estratégicas, responder a cambios del mercado y mantener la competitividad. El estudio concluye, que integrar estas competencias en el perfil del administrador es fundamental para el éxito empresarial.

**Palabras clave:** competencias, mercadológicas, administradores, mercadotecnia.

### **Introducción:**

En un entorno empresarial competitivo y cambiante, los administradores de empresas desempeñan un rol crucial al gestionar recursos y diseñar estrategias alineadas con las demandas del mercado. Una habilidad clave para ellos es la competencia mercadológica, que les permite

identificar oportunidades, crear productos y servicios que satisfagan a los consumidores y posicionar eficazmente a la organización.

El marketing no solo busca atraer y retener clientes, sino también optimizar la toma de decisiones estratégicas mediante el análisis de datos, el conocimiento del comportamiento del consumidor y la capacidad de adaptación al cambio; muchos administradores aunque ejercen funciones fuera del área de marketing, reconocen la importancia de estas competencias para el éxito organizacional. La presente investigación tiene como objetivo determinar las competencias mercadológicas más relevantes que los administradores de empresas ponen en práctica en sus labores diarias y cómo estas influyen en las decisiones estratégicas dentro de las organizaciones.

**Objetivo general:**

Determinar las competencias mercadológicas más relevantes que los administradores de empresas ponen en práctica en sus trabajos, a través de la técnica de la entrevista con profesionales del área.

**Objetivos específicos:**

1. Identificar los beneficios que se obtienen al combinar la administración de empresas y la mercadotecnia.
2. Conocer cómo se integra el marketing con la administración de empresas.
3. Determinar la influencia que ejercen las competencias mercadológicas del administrador de empresas en la toma de decisiones estratégicas dentro de las organizaciones.

## **Metodología de la investigación**

La presente investigación es de tipo cualitativa y se lleva a cabo a través de la técnica de la entrevista a profesionales de la carrera de administración de empresas, la investigación se llevó a cabo desde octubre a noviembre de 2024, con 6 administradores que laboran en diferentes instituciones en distintas áreas. Se elaboro un cuestionario de preguntas tomando como base la bibliografía consultada.

Se procedió a solicitar la colaboración de los profesionales y a realizar la entrevista, una vez terminadas las entrevistas se analizó la información obtenida a través de estas, plasmándola en graficas para una mejor ilustración y comprensión de los resultados.

Analizada la información se pudieron identificar los resultados de la investigación procediendo a la elaboración de conclusiones. Los resultados de la investigación se resumieron en el presente artículo y se ponen a disposición para consulta pública a través de la pagina de página oficial de la Universidad de El Salvador.

## **Marco Teórico**

“El administrador de empresas es un profesional que se caracteriza por competencias y habilidades que le permiten desempeñarse en un amplio campo de acción y por las posibilidades que tiene de seguir formándose en diferentes ámbitos” (Atlantis University, 2023). El administrador desempeña un papel crucial en el funcionamiento y éxito de las organizaciones y para ello debe poseer una serie de competencias que le permitan adaptarse a un entorno empresarial dinámico y competitivo.

“En tiempos de incertidumbre, algunas profesiones han salido, no solo adelante, sino fortalecidas y con mejores posibilidades de proyección laboral que antes” (Universidad Latina,

2024). Se podría mencionar la profesión de administración de empresas dentro de ellas; debido al nacimiento de muchas compañías nacionales e internacionales que requieren de un administrador para el cumplimiento de objetivos organizacionales; y al hecho de la versatilidad de la carrera y su aplicación en distintos rubros de las actividades humanas, como economía, salud, alimentación, agricultura, turismo, etc. Sin embargo, los factores externos favorables no son suficientes para materializar oportunidades en éxitos concretos, es por ello que se vuelve necesario que el administrador desarrolle ciertas competencias que le permitan enfrentar toda esta coyuntura organizacional mediatizada por los acelerados cambios de la sociedad.

No es fácil delimitar la definición de competencias. Se evidencian múltiples y variados esfuerzos dedicados a esa tarea desde diversas aristas. El término ha sido tratado desde la visión psicológica, laboral, social, conductual, educativa, curricular, empresarial y desde muchas más. No obstante a lo anterior, por su integralidad, la definición más adecuada y aceptada a lo largo de la historia es:

La competencia es un conjunto de conocimientos, habilidades, valores, cualidades y comportamientos de la personalidad que se movilizan en función de las necesidades individuales y sociales, permitiéndose el desempeño satisfactorio en el ejercicio de la profesión, teniéndose en cuenta que una vez adquiridas, cambian y se desarrollan constantemente y estas no pueden explicarse, demostrarse y evaluarse independientemente del contexto y sus exigencias. (Martínez, 2015).

Es en este momento que surge la pregunta ¿Qué relación tienen las competencias mercadológicas con el rol del administrador de empresas? La respuesta es simple y es que la administración y el marketing poseen una relación bidireccional y complementaria.

La administración y la mercadotecnia son dos pilares clave en el mundo empresarial. Si bien se trata de dos carreras independientes, su vinculación es indispensable para el éxito de cualquier organización.

Por una parte, la administración se refiere a la planificación y gestión de los recursos de una empresa para alcanzar objetivos específicos. Por otro lado, la mercadotecnia se enfoca en identificar y satisfacer las necesidades y deseos del consumidor, a través de la creación y entrega de productos y servicios de gran valor.

“A pesar de su individualidad y diferentes enfoques ambas disciplinas se complementan y comparten un objetivo común: lograr el éxito y la sostenibilidad de la empresa, optimizar el desempeño, alcanzar metas corporativas, tomar decisiones y desarrollar estrategias efectivas” (Ortega, 2024).

Las **competencias mercadológicas**, se pueden entonces definir como un conjunto de habilidades, conocimientos y actitudes clave que permiten a los profesionales desempeñar su labor de manera efectiva en un entorno empresarial dinámico, a través del desarrollo de estrategias efectivas para satisfacer las necesidades del mercado, posicionar productos o servicios, generar valor para la organización y conectar con los consumidores. Estas competencias combinan creatividad, análisis, estrategia y manejo de herramientas digitales.

Surge la pregunta: ¿Cuáles son las Competencias mercadológicas que un administrador debe desarrollar para desempeñar sus funciones de una manera eficiente y contribuir en mayor medida a lograr los objetivos de la organización? La Cámara Bilbao University Business School (2021) afirma que “las competencias mercadológicas más importantes son”:

**Comprensión del Mercado:** Esto es esencial para desarrollar productos y servicios que realmente resuenen con el público objetivo, lo que puede aumentar la satisfacción del cliente y la lealtad a la marca.

**Toma de Decisiones Basadas en Datos:** Esto incluye análisis de tendencias del mercado, comportamiento del consumidor y efectividad de las campañas, lo que permite ajustar estrategias para maximizar resultados.

**Adaptación al Cambio:** En un entorno empresarial dinámico, la mercadotecnia permite a las empresas adaptarse rápidamente a los cambios en las preferencias del consumidor y en el mercado en general. Esto es crucial para mantener la competitividad y responder adecuadamente a las nuevas tendencias.

**Innovación y creatividad:** Desarrollo de campañas y estrategias originales que capten la atención del público objetivo, resolución creativa de problemas y generación de valor añadido para el cliente y capacidad para adaptar mensajes y estrategias a diferentes audiencias.

**Investigación de mercados:** Capacidad para recopilar y analizar datos del mercado, consumidores y competidores, manejo de herramientas de investigación como encuestas, entrevistas, focus groups y análisis de datos y habilidad para identificar tendencias, segmentos y oportunidades de mercado.

**Análisis del comportamiento del consumidor:** Comprensión de los factores que influyen en las decisiones de compra de los consumidores y capacidad para diseñar estrategias que se alineen con las motivaciones, preferencias y expectativas de los clientes.

**Desarrollo de estrategias de marketing:** Diseño de planes de marketing efectivos, alineados con los objetivos empresariales, manejo de las 4P del marketing (producto, precio,

promoción y plaza) para implementar estrategias completas y adaptación de estrategias a entornos digitales y globales.

**Habilidades digitales:** Conocimiento en marketing digital: SEO (optimización para motores de búsqueda), SEM (marketing en buscadores), y manejo de redes sociales, uso de plataformas y herramientas como Google Analytics, Facebook Ads, HubSpot y herramientas de automatización de marketing y capacidad para diseñar estrategias integrando plataformas tradicionales y digitales.

**“Negociación y manejo de relaciones:** Habilidad para negociar con proveedores, clientes y aliados estratégicos, gestión de relaciones a largo plazo con stakeholders clave y creación de alianzas estratégicas para expandir el alcance del negocio” (Cámarabilbao University Business School, 2021).

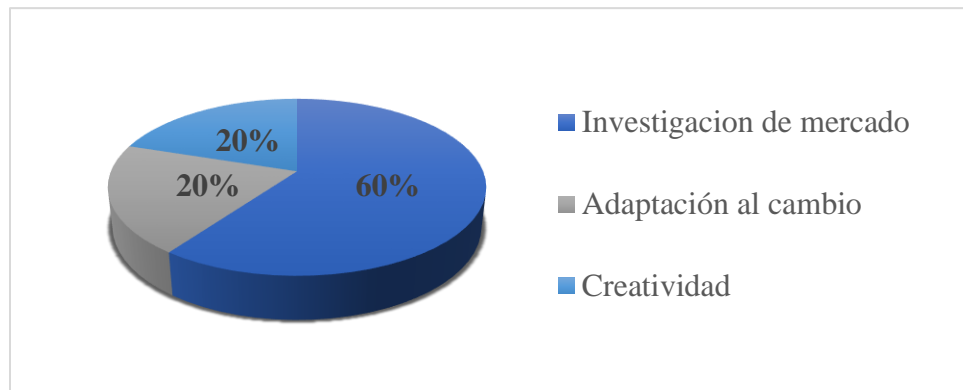
### **Resultados:**

Para realizar la investigación y obtener datos de primera mano relacionados con las competencias mercadológicas de los administradores de empresa, la metodología empleada tiene un enfoque cualitativo; el cual abarca el estudio, uso y recolección de una variedad de materiales empíricos, estudio de caso, experiencia personal, historia de vida, entrevista, textos que describen los momentos habituales y problemáticos y los significados en la vida de los individuos.

A continuación se describen los resultados obtenidos a través de la técnica seleccionada que fue “La entrevista”.

**Figura 1**

*Competencias mercadológicas esenciales de los administradores de empresas*



*Nota:* Datos obtenidos a través de las entrevistas realizadas a los profesionales de administración de empresas.

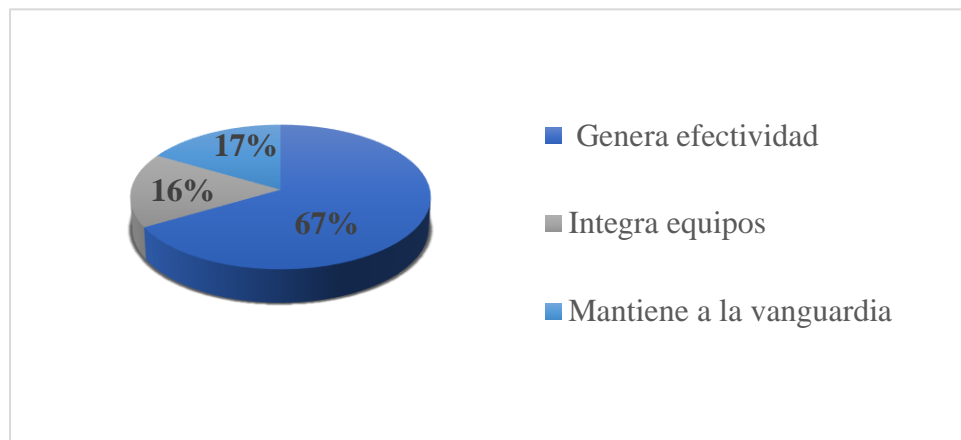
Los entrevistados hicieron mención de diversas estrategias mercadológicas, como las identificadas en la investigación bibliográfica; por lo cual se confirma que son de suma utilidad en el desarrollo de estrategias organizacionales. Desarrollar investigaciones de mercado, permite identificar de manera eficiente las necesidades y preferencias del mercado para así establecer las estrategias más adecuadas para lograr las metas según el segmento del mercado con el que se esté trabajando.

La adaptación al cambio es otra de las competencias identificadas, los entrevistados expresan que en muchas ocasiones es necesario cambiar los planes de acción establecidos para lograr los objetivos propuestos por la organización; por lo cual no debe tenerse miedo de implementar cambios de manera rápida para adaptarse al entorno y sobrevivir en el mercado, por supuesto sin perder de vista la misión y visión de la empresa, ya que, si la empresa no satisface las necesidades de los consumidores, la competencia lo hará.

La creatividad se calificó por parte de los entrevistados como una competencia mercadológica importante; pues el marketing requiere creatividad y al mismo tiempo facilita su desarrollo, ya que es gracias a la creatividad que se pueden generar estrategias novedosas, desarrollar campañas llamativas, innovar en la creación de productos y servicios, solucionar problemas de manera efectiva, lograr una fácil adaptación al cambio, mejorar la cultura organizacional y crear ventajas en el entorno digital.

## Figura 2

*Influencia de las competencias mercadológicas del administrador de empresas en la toma de decisiones*



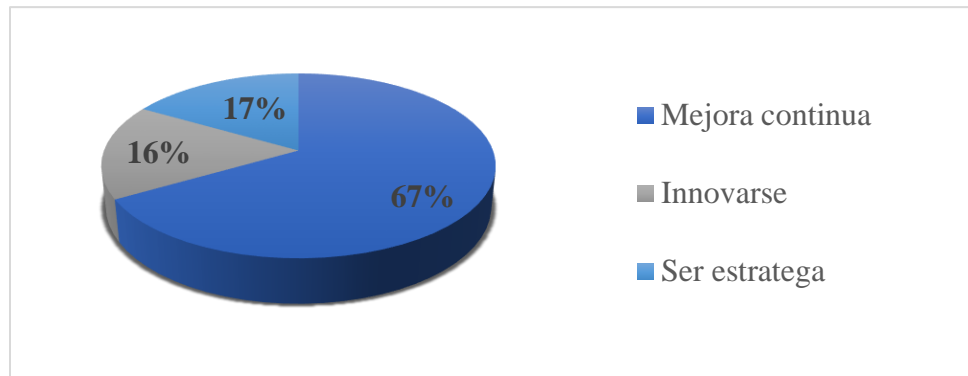
*Nota:* Datos obtenidos a través de las entrevistas realizadas a los profesionales de administración de empresas.

La toma de decisiones es más efectiva si está basada en datos, ya que analiza los resultados de diversos estudios de mercado internos y externos (que guían el que hacer organizacional y por supuesto que influye en gran medida en la estrategia a desarrollar), pues si

los resultados son favorables se mantiene la estrategia, mientras que si se esperaban mejores resultados pueden implementarse cambios.

### Figura 3

*Competencias mercadológicas recomendadas a futuros administradores*

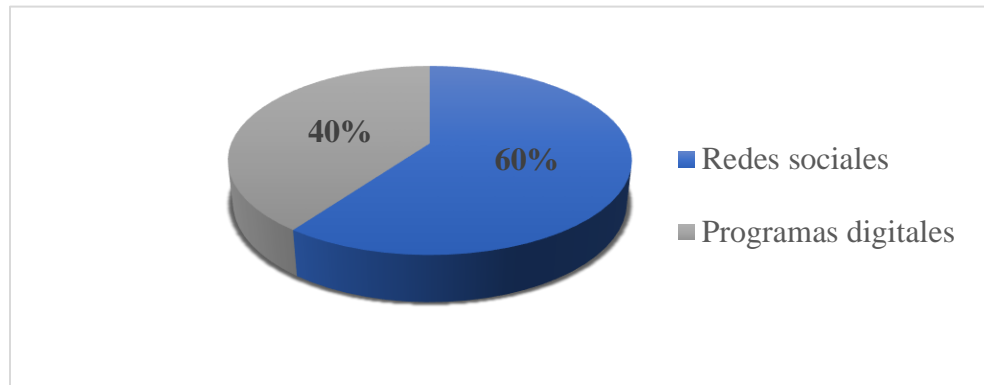


*Nota:* Datos obtenidos a través de las entrevistas realizadas a los profesionales de administración de empresas.

Los administradores ponen de manifiesto que la formación continua es muy necesaria para el desarrollo de la carrera, pues la actualización permanente es vital en un entorno empresarial dinámico y competitivo. Además la formación continua fortalece la capacidad de toma de decisiones, mejora la gestión del equipo, optimiza procesos y fomenta la innovación dentro de la organización. También ayuda a desarrollar una visión estratégica, lo que facilita anticiparse a desafíos y aprovechar oportunidades. En esencia, la formación continua no solo impulsa el crecimiento profesional del administrador, sino también el éxito de la empresa que lidera los mercados; tecnologías, regulaciones y tendencias laborales cambian constantemente y un administrador debe estar preparado para adaptarse a estos cambios; a través de cursos, capacitación, formaciones, talleres, etc.

#### Figura 4

*Competencias mercadológicas digitales necesarias en los administradores de empresa*

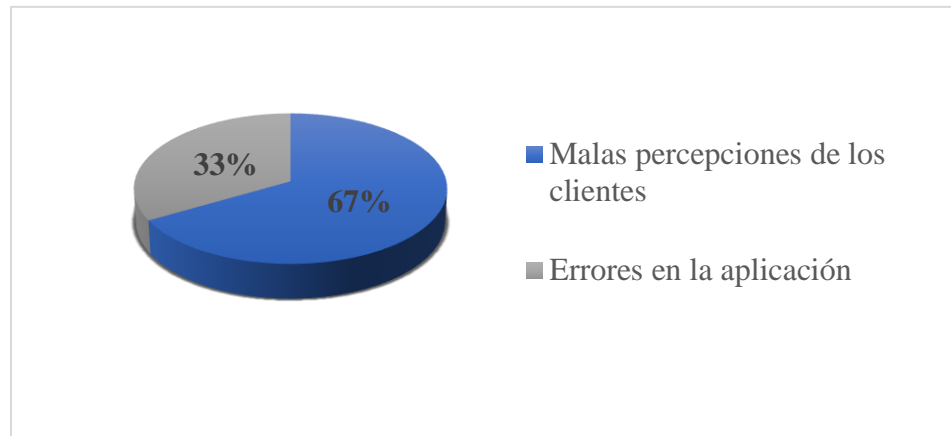


*Nota:* Datos obtenidos a través de las entrevistas realizadas a los profesionales de administración de empresas.

El entorno digital es también un aspecto que no se puede dejar de lado actualmente, pues debido a la pandemia muchas actividades se digitalizaron y la venta es una de ellas. En el presente, la mayoría de productos se pueden dar a conocer y vender de manera digital; es por ello que los administradores destacan la importancia del uso de plataformas digitales para conocer tendencias de mercado, promocionar los productos de la compañía y lograr un posicionamiento sobre la competencia. Todo esto a través del manejo de herramientas y plataformas digitales como redes sociales, herramientas de edición de fotos y videos, las cuales deben ser muy bien manejadas por el administrador para su verdadero aprovechamiento.

## Figura 5

### *Dificultades actuales de los administradores al aplicar competencias mercadológicas*

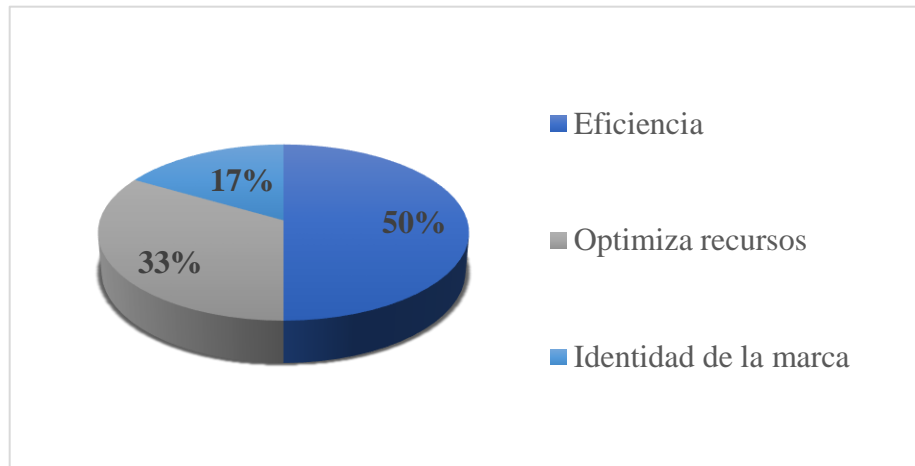


*Nota:* Datos obtenidos a través de las entrevistas realizadas a los profesionales de administración de empresas.

Uno de los mayores desafíos que los administradores expresaron para desarrollar las competencias mercadológicas son las percepciones de los clientes, pues ponen de manifiesto que nos encontramos en una realidad muy subjetiva en la cual se vuelve difícil uniformar la oferta de productos y servicios, interpretar y gestionar estas percepciones requiere un profundo entendimiento de las expectativas, necesidades y experiencias de los clientes. Si un cliente tiene una percepción negativa, incluso sin fundamentos objetivos, esto puede dañar la reputación de la empresa y afectar sus resultados. Por lo tanto, constituye uno de los mayores retos para los administradores de empresa.

## Figura 6

*Beneficios al poner en práctica las competencias mercadológicas como administrador de empresas*



*Nota:* Datos obtenidos a través de las entrevistas realizadas a los profesionales de administración de empresas.

Al integrar la administración y el marketing, las empresas obtienen beneficios importantes como la mejora de la eficiencia operativa, la optimización de recursos, y se logra mayor coherencia en la comunicación de la identidad de la marca. También incrementa la toma de decisiones acertadas, y al alinear los objetivos internos con las expectativas del mercado mejora la experiencia del cliente, logrando así el posicionamiento de la empresa.

Finalmente los entrevistados expresaron que los administradores de empresas que quieran desempeñar de mejor manera sus funciones en el mundo laboral, deben desarrollar estas competencias mercadológicas, ya que además de generar valor agregado ante las empresas en busca de mano de obra calificada, les permite desarrollar habilidades personales que les ayudará a desenvolverse en cualquier ámbito de manera excelente.

## **Conclusiones**

1. Las competencias mercadológicas son cruciales para los administradores de empresas, ya que permiten integrar el marketing con las estrategias organizacionales, asegurando la generación de valor para los clientes y el éxito de la empresa. Estas competencias facilitan la toma de decisiones estratégicas, como la planificación de recursos, la evaluación del desempeño y la adaptación al cambio.

2. Entre las competencias identificadas más relevantes que los administradores ponen en práctica en sus trabajos se encuentran el desarrollo de la creatividad e innovación, la investigación de mercados, la adaptación al cambio, el uso de herramientas digitales y la formación continua. Todas ellas ejercen una gran influencia positiva en la toma de decisiones de la empresa, pues proporcionan e integran diversos elementos importantes, cuyo conocimiento es vital para el desarrollo de los objetivos organizacionales.

3. Los administradores de empresas deben reconocer la importancia de las competencias mercadológicas y su impacto en la toma de decisiones estratégicas, ya que estas habilidades no solo contribuyen al éxito de las organizaciones, sino que también potencian el crecimiento profesional y la adaptabilidad en un entorno empresarial competitivo.

## **Recomendaciones**

### **1. Comprometerse con el desarrollo de competencias mercadológicas:**

Todos los administradores de empresas deberían desarrollar las competencias mercadológicas identificadas en la investigación, para potenciar su capacidad de dirigir las estrategias comerciales y adaptarse a las dinámicas del mercado.

**2. Poner en práctica la formación continua:** Los administradores destacan la importancia de la formación continua, se recomienda a los administradores ampliar sus conocimientos de manera permanente en diversas áreas de interés, ya que se demostró que la formación afecta las decisiones y estrategias de los administradores.

**3. Integración de herramientas digitales en la toma de decisiones:** La investigación menciona la importancia de las habilidades digitales, por lo que es beneficioso que los administradores utilicen herramientas digitales específicas para tomar decisiones de marketing y captar mayores segmentos de mercado manteniéndose fuertes ante la competencia.

**4. Evaluación de la creatividad en la gestión del marketing:** La creatividad, esencial para los administradores, permite desarrollar estrategias innovadoras. Se sugiere analizar su aplicación en mercados saturados y competitivos.

**5. Exploración de la influencia del contexto externo:** Los resultados de la presente investigación, también podrían beneficiarse de un análisis más profundo de factores externos; como la economía, la cultura o las regulaciones del mercado.

**6. Evaluación de la relación entre marketing y administración:** Se recomienda investigar cómo marketing y administración colaboran, enfocándose en los mecanismos de comunicación, gestión de relaciones y estructuras organizativas que fomentan la sinergia entre ambos departamentos.

### **Referencias:**

Atlantis University. (2023). *Las competencias y habilidades del administrador de empresas*.

Obtenido de Atlantis University: [https://atlantisuniversity.edu/es/au\\_blog/las-competencias-y-habilidades-del-administrador-de-empresas/](https://atlantisuniversity.edu/es/au_blog/las-competencias-y-habilidades-del-administrador-de-empresas/)

Cámarabilbao University Business School. (16 de diciembre de 2021). *Las 12 competencias más valoradas en un departamento de marketing*. Obtenido de Cámarabilbao University Business School: <https://cubs.camarabilbao.com/blog/12-competencias-valoradas-departamento-marketing-202112161738/>

Martínez, P. L. (26 de diciembre de 2015). *Consideraciones sobre los enfoques, definiciones y tendencias de las competencias profesionales*. Obtenido de SciELO: [http://scielo.sld.cu/scielo.php?pid=S0864-21412016000200018&script=sci\\_arttext](http://scielo.sld.cu/scielo.php?pid=S0864-21412016000200018&script=sci_arttext)

Ortega, K. (25 de julio de 2024). *¿Cómo se relacionan la administración y la mercadotecnia?* Obtenido de Saint Leo University: <https://worldcampus.saintleo.edu/blog/relacion-entre-administracion-y-marketing>

Universidad Latina. (17 de enero de 2024). *¿Cuál es la importancia de la administración en la mercadotecnia?* Obtenido de Universidad Latina: <https://www.unila.edu.mx/importancia-de-la-administracion-en-la-mercadotecnia/>