



MARKETING SOSTENIBLE Y EL INCREMENTO EN VENTAS DE LECHE GRADO “C” EN LA PROVINCIA DE LOS SANTOS, PANAMÁ 2023-2025

SUSTAINABLE MARKETING AND THE INCREASE IN GRADE "C" MILK SALES IN THE PROVINCE OF LOS SANTOS, PANAMÁ 2023-2025

Nicolás Augusto Batista Palacios

Universidad de Panamá, Panamá, Panamá

ORCID: <https://orcid.org/0009-0007-7689-6981>.

Correo electrónico: nicolas.batista-p@up.ac.pa

Resumen—La finalidad de este escrito es analizar la situación que enfrentan las pequeñas y medianas empresas procesadoras de productos lácteos en la provincia de Los Santos Panamá, las cuales están preocupadas por una disminución del 9% en la producción de leche. Se realizará una investigación de campo en la que se examina la producción de leche grado “C” en tantas empresas distribuidas en el segmento tal acción, se ha desarrollado un estudio descriptivo que examina la situación actual de los productores de leche de grado 'c' en los santos, con el objetivo de desarrollar estrategias de marketing sostenibles para aumentar la producción y las ventas. Como resultado de la metodología aplicada, la investigación caracterizó de manera justa las granjas lecheras de grado "C" en Los Santos, abarcando tanto extracciones a gran escala como a pequeña escala, lo cual refuerza la validez de los resultados obtenidos. En particular, los hallazgos indican que la aplicación de marketing sostenible puede incrementar las ventas de leche de grado "C", lo que respalda teorías previas que subrayan la importancia de la innovación en marketing para mejorar el posicionamiento y las ventas (Medrano, 2017; Ruíz et al., 2018). Asimismo, mientras Gaitán Aguilera (2022) destacó la necesidad de nuevas estrategias de comercialización, la implementación de estrategias locales, como campañas de concienciación y promociones específicas, demostró ser crucial para cambiar la percepción del producto y aumentar la demanda. Además, el estudio valida la efectividad de la segmentación y del posicionamiento ajustado, reforzando la importancia de estas prácticas en el éxito del marketing sostenible para este sector. Por consiguiente, destacando la importancia de implementar nuevas estrategias de comercialización para fortalecer la competitividad de las fincas productoras de leche de grado "C". Esto resalta la necesidad de enfoques innovadores y sostenibles en el marketing, adaptados a las particularidades del mercado local, para mejorar el posicionamiento del producto y aumentar la demanda.

Palabras Clave: Comercialización local, Desarrollo sostenible, Hallazgos empíricos.