

Estrategias comerciales desarrolladas por AmCham para las empresas Barranquilleras post coyuntura Covid-19

Álvaro José Altahona Ortega

Trabajo de Investigación como requisito para optar el título de Especialista en Dirección de Marketing

Tutores

Indira Meñaca Guerrero

RESUMEN

Antecedentes: Desde la cámara de Comercio Colombo Americana Barranquilla, que es una empresa prestadora de servicios que a lo largo de los 23 años de cercanía y fortalecimiento empresarial ha trabajado en el acompañamiento, búsqueda de oportunidades a nivel ciudad con las empresas que hacen parte de ella, en la actualidad no se había presentado situación alguna tan repentina como lo fue la irrupción de la pandemia COVID-19 ha propiciado profundos cambios sociales y económicos. Las empresas afiliadas a la cámara se han visto obligadas a dar un giro de 180° en sus modelos de negocio para mantener y asegurar su continuidad en el mercado, teniendo y marcando una flexibilidad laboral que antes no se tenía, reestructurando diversas áreas y puestos para el correcto desarrollo de ellas, van ligadas a la capacidad de innovar que es una de las herramientas diferenciadoras que logra a favor la capacidad de operación de las organizaciones en cuánto, cómo y para qué adaptarse a los nuevos y cambiantes entornos competitivos, con este estudio planteado se plasmara una muestra de cómo la pandemia de covid-19 les ha dejado una enseñanza a los empresarios, de la reestructuración en la práctica de la responsabilidad social y el cómo darle importancia a todos los Stakeholders ofreciendo nuevos cambios al momento de proceder a los negocios.

Objetivos:

Objetivo general: Desarrollar estrategias comerciales por parte de AmCham Barranquilla para la mitigación efectos post pandémico en sus empresas afiliadas.

Objetivos específicos:

- Proponer bases correspondientes a la mejora del plan de comunicación interna en lo correspondiente a los clientes, ventas y la gestión de cambio de Amcham
- Identificar cuáles fueron los problemas que tuvieron las empresas afiliadas a AmCham durante la pandemia en cuanto comunicación interna.
- Definir estrategias comerciales por parte de AmCham Barranquilla para sus empresas afiliadas con el fin de la identificación y recuperación de los efectos post pandémico

Materiales y Métodos

Para investigar y entender un poco más de la perspectiva de la realidad empresarial de las organizaciones afiliadas a AmCham Barranquilla, la metodología de investigación es meramente cualitativo y se aplican métodos de observación y recopilación de datos como entrevista aplicada bajo la técnica de Focus Group a gerentes y presidentes de 12 empresas que hacen parte de diferentes sectores económicos y conforman la junta directiva de AmCham.

Resultados:

Para analizar optimismo y resiliencia empresarial , que se vio presente en directivos de empresas encuestadas , su percepción durante los meses posteriores a la declaración del estado de alarma en Colombia y en la actualidad fue totalmente expuesto al cambio, medio de fuertes estrategias de recuperación económica implementadas tanto por el sector empresarial y como por el gobierno nacional se logró evidenciar que 10 de las 12 participantes tiene hoy una visión positiva mediante pandemia que primeramente logro el aceleramiento de procesos que las empresas tenían en diseños pero no en acción para obtener resultados, además se evidencia que las empresas unificaron muchos procesos para la adaptación de lo que sería una nueva realidad.

Conclusiones:

De acuerdo a la investigación realizada se evidencia el compromiso que se refleja y se esta ejecutando por parte de los empresarios para lograr un desarrollo económico durante la pandemia, la mayoría de las empresas tomadas para la muestra cuyos perfiles de los participantes son los encargados de la tomas de decisiones estratégicas consideran sumamente necesario aplicar y optar por nuevas herramientas digitales que favorezcan el fácil acceso al publico objetivo para fortalecer canales de interacción y penetración de mercado donde la cooperación y alianzas publico privadas que van de la mano de estas estrategia empresariales que se consideran para poder cumplir con diferentes obligaciones y así mismo lograr solventar la situación económica que se encontró afectada en su momento.

Palabras Clave: Reactivación económica, Marketing, Estrategias, Competitividad, Afiliado.

ABSTRACT**Background:**

From the Colombo American Chamber of Commerce Barranquilla, which is a service provider company that throughout the 23 years of proximity and business strengthening has worked in the accompaniment, search for opportunities at city level with the companies that are part of it, at present there had not been any situation as sudden as it was the outbreak of the pandemic COVID-19 has led to profound social and economic changes. The companies affiliated to the chamber have been forced to make a 180° turn in their business models to maintain and ensure their continuity in the market, having and marking a labor flexibility that they did not have before, restructuring several areas and positions for the correct development of them, are linked to the ability to innovate which is one of the differentiating tools that achieves in favor of the operating capacity of the organizations in how much, How and why to adapt to new and changing competitive environments, with this study

raised a sample of how the pandemic of covid-19 has left a lesson to entrepreneurs, the restructuring in the practice of social responsibility and how to give importance to all Stakeholders offering new changes at the time of proceeding with business.

Objective:

General Objective: To develop commercial strategies by AmCham Barranquilla for the mitigation of post pandemic effects in its affiliated companies.

Specific objectives:

- Propose bases corresponding to the improvement of the internal communication plan regarding clients, sales and Amcham's change management.
- Identify the problems that AmCham member companies had during the pandemic in terms of internal communication.
- Define commercial strategies by AmCham Barranquilla for its affiliated companies in order to identify and recover from the post-pandemic effects.

Materials and Methods

In order to investigate and understand a little more about the perspective of the business reality of the organizations affiliated to AmCham Barranquilla, the research methodology is purely qualitative and applies methods of observation and data collection as an-interview ampliad under the Focus Group technique to managers and presidents of 12 companies that are part of different economic sectors and are part of the board of directors of AmCham.

Results:

To analyze business optimism and resilience , which was seen present in managers of companies surveyed , their perception during the months following the declaration of the state of alarm in Colombia and today was fully exposed to change, amid strong economic recovery strategies implemented by both the business sector and the national government was able to evidence that 10 of the 12 participants today has a positive view through pandemic that first achieved the acceleration of processes that companies had in designs but

not in action to obtain results, it is also evident that companies unified many processes for the adaptation of what would be a new reality.

Conclusions:

According to the research conducted, it is evident the commitment that is reflected and is being executed by entrepreneurs to achieve economic development during the pandemic, most of the companies taken for the sample whose profiles of the participants are in charge of strategic decision making consider it extremely necessary to apply and opt for new digital tools that favor easy access to the target audience to strengthen channels of interaction and market penetration where cooperation and public-private partnerships that go hand in hand with these business strategies that are considered to meet different obligations and thus achieve to solve the economic situation that was affected at the time

Key words: Economic recovery, Marketing, Strategies, Competitiveness, Member

REFERENCIAS

- Fajardo, H. & Erazo, C. (2021) Resiliencia empresarial en tiempos de pandemia, retos y desafíos de las microempresas. Obtenido de: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8011437>
- Montenegro Enriquez, J. (2020). Propuesta de gestión de riesgos empresariales - El caso del COVID 19. Obtenido de: <https://repositorio.unal.edu.co/bitstream/handle/unal/79240/80921399.2020.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Pérez, R. García, N, & García, J. (2021) La empresa española ante la COVID-19: factores de adaptación al nuevo escenario. Obtenido de: <https://retos.ups.edu.ec/index.php/retos/article/view/21.2021.01>