

GENERACIÓN DE ENGAGEMENT EN LOS CONSUMIDORES DE LAS PYMES EN ÉPOCA DE EMERGENCIA SANITARIA OCASIONADA POR EL COVID-19.

¿Qué se necesita para retomar el compromiso de los consumidores?

La época que vive el país plantea incógnitas interesantes de cara a la reactivación económica del sector productivo, ¿Cómo generar ventas en tiempos donde debido a las restricciones hay que trabajar con muchos límites y pensando solo a corto plazo?



OBJETIVO GENERAL

Definir estrategias para la mejora del engagement del consumidor y establecer parámetros a seguir para afrontar los problemas derivados de la emergencia sanitaria en las PYMES.

PROPIUESTA

A través de esta investigación se podrán reconocer estrategias, logro que una vez alcanzado ayudará a las PYMES a lidiar con los problemas causados por el impacto económico que ha tenido el país en tiempo de pandemia. Para esto, se ha realizado una encuesta enfocada en consumidores de la empresa GLORIA SALTOS, empresa que nos sirve de ejemplo y punto de partida como miembro del sector de las PYMES, además se han utilizado herramientas como la de un análisis FODA y se ha tomado un enfoque cualitativo y cuantitativo del proyecto.



RESULTADOS

De acuerdo con los objetivos de esta investigación y la metodología utilizada, los resultados marcan una tendencia a resolver los problemas que han tenido las PYMES a través de medios electrónicos y redes sociales, asumiendo su importancia actual y en lo que se han transformado estas herramientas.

Y siguiendo los resultados de la encuesta realizada y el consecuente análisis de la matriz FODA, se han podido encontrar diferentes estrategias para mejorar el engagement con los consumidores:

Ser los mejores en contenido on-line

La creación de una tienda virtual

Aceptar cualquier forma de pago

Promociones virtuales

Aplicación propia

CONCLUSIONES

- Ante la “nueva normalidad” y conforme con lo observado en la investigación, se puede asociar la crisis económica al temor de los consumidores de asistir a lugares de alta afluencia, provocando que los negocios no puedan generar los ingresos que normalmente mantenían antes de la pandemia.
- Ciertos sectores desarrollaron innovaciones en las estrategias para lograr llegar hasta el consumidor, como fueron la prestación de servicios vía online, la entrega de encomiendas y alimentos por Delivery.
- La falta de comunicación y contacto con los clientes, se ha evidenciado aún más ante la poca realización de incentivos o promociones que sean suficientemente atractivos.
- 4. Se han propuesto estrategias de engagement para que mediante la recuperación de la fidelidad de sus clientes, se puedan mejorar los aspectos económicos en los cuales se han visto afectadas las PYMES.