

UAA GENERA ESTRATEGIAS PARA LA CONSOLIDACIÓN DE LAS PYMES EN AGUASCALIENTES



BOLETÍN No. 005 -->>

- Proyecto busca orientar a los emprendedores a un mercado meta y crear contacto con el consumidor de manera directa.

La investigación liderada por profesores investigadores del Centro de Ciencias Económicas y Administrativas de la Universidad Autónoma de Aguascalientes “Influencia de la Orientación emprendedora y del desempeño de las PYMES en el ámbito turístico del estado de Aguascalientes”, busca crear estrategias tangibles mediante encuestas diseñadas para captar el nivel que están desarrollando las empresas en la orientación al mercado y el nivel de atención que le brindan a sus consumidores.

Al respecto, Elena Patricia Mojica Carrillo, profesora investigadora y jefa del departamento de Mercadotecnia y coordinadora del proyecto, precisó que una de las principales problemáticas al momento de generar una empresa es el desconocimiento a los trámites, la falta de orientación al

mercado y la escasa asesoría que existe en la atención que les brindan a sus consumidores.

Agregó que esta investigación encontró que la gran problemática que existe radica en una falta de cultura por parte de los empresarios al no realizar pagos correspondientes y es por esta razón que muchas empresas principiantes e innovadores nacen y desaparecen o se quedan en la informalidad, pues no realizaron de manera adecuada su incorporación al SAT o no obtuvieron una licencia comercial, por ello no están contabilizadas en el Sistema de Información Empresarial Mexicano (SIEM), y por ende, no se permite tener un dato fijo de las empresas establecidas en el estado.

En este sentido, destacó que la orientación que se busca promover es la capacidad de lograr que el empresario conozca la información sobre las pequeñas y medianas empresas y que el empresario se asesore según sus recursos y su público meta. Añadió que este estudio busca brindar estrategias para mejorar el desempeño de las empresas, así como a que el empresario logre escuchar a sus consumidores, saber qué es lo que buscan y detectar sus nuevas necesidades, esto a través de la orientación emprendedora que implica que las nuevas o ya existentes empresas mejoren sus propios sistemas de trabajo y tomen riesgos que sean favorables para las empresas en un tiempo determinado.

Mojica Carrillo, puntualizó que se busca dar a conocer la información del estudio a través de acercamientos con cámaras empresariales, publicación de artículos en revistas indexadas, consultorías, entre otras actividades que permitan al empresario conocer de primera mano estos hallazgos.