

- La mercadotecnia puede evitar el cierre del 70% de las empresas a un año de su instalación.
- La personalización de productos y servicios son el potencial de las PyMES.

Es de suma importancia que los catedráticos e investigadores de las instituciones de educación superior transmitan su conocimiento a través de publicaciones, pues de esta forma se ponen al alcance de la población los beneficios de la educación, por ello la Universidad Autónoma de Aguascalientes siempre impulsará y apoyará a su comunidad a través del Departamento Editorial, con la publicación de textos que permitan difundir los avances en diferentes áreas; comentó el rector Mario Andrade Cervantes, en entrevista previa a la presentación del libro “Aplicación del Marketing en las PyMES de Aguascalientes”.

Por ello, felicitó a las y los autores de dicho producto con el sello editorial de la UAA, la cual aporta elementos con sustento científico para el desarrollo de la industria y los servicios en el estado, desde la visión de la mercadotecnia y sus herramientas.

Al respecto, Gonzalo Maldonado Guzmán, catedrático del Centro de Ciencias Económicas y Administrativas (CCEA) y uno de los cuatro autores del libro, comentó que las pequeñas y medianas empresas de Aguascalientes requieren de la mercadotecnia y los estudios de mercado con sustento científico para sobrevivir al primer año de su apertura, pues sólo siete de cada 10 lo logran.

El coordinador del Observatorio PyME del CCEA mencionó en entrevista que este nuevo producto editorial es de suma importancia para la UAA y el sector productivo, pues no existe otro libro en América Latina que analice a este tipo de empresariado desde la perspectiva de la mercadotecnia.

Al respecto, manifestó que a nivel internacional se analiza el marketing en las grandes empresas como Nike o Reebok, pero también es importante esta disciplina para las industrias y servicios de menor tamaño; así expresó que en Aguascalientes varios empresarios sí aplican algunas herramientas de la mercadotecnia sin saberlo, por lo que es necesaria una profesionalización en el sector productivo.

Maldonado Guzmán señaló que en el estado, la industria de la construcción es la que más emplea técnicas de mercadotecnia, en especial la publicidad, pero no sólo se requiere de ello, sino que también posicionar las marcas en la mente del consumidor para reactivar los procesos de consumo-venta para el desarrollo económico de la población.

De igual forma, destacó que el empresariado debe utilizar estudios de mercado científicos con carácter cualitativo, para evitar predicciones erróneas con un costo alto para el sector productivo, en especial siempre estar en comunicación con el consumidor para adaptar la oferta.

Sobre este tema, explicó que se requiere identificar si el producto o servicio satisface al cliente, y si lo está, volver a preguntar sobre elementos adicionales, una personalización del producto que sólo es posible para las PyMES, ya que no afecta a gran escala los modelos de producción, “un elemento que debe aprovecharse”.

Finalmente, el catedrático del CCEA expresó que las PyMES deben identificar nichos de mercado que aún no se descubren o que las grandes empresas no atienden, lo cual es posible a través del trabajo de mercadólogos con una formación integral y científica, como los egresados de la Universidad Autónoma de Aguascalientes.

