

Autónoma de Aguascalientes busca fortalecer a PyMES locales mediante el uso de las tecnologías de la información.

Necesario impulsar políticas públicas para que las PyMES tengan acceso y aprovechamiento efectivo de nuevas tecnologías.

En la actualidad, más del 80% de las empresas en Aguascalientes no logran superar los cinco años de permanencia en el sector local por diversas causas, entre las que destacan, la falta de integración y uso adecuado de las Tecnologías de Información y Comunicación (TIC) en sus negocios, por lo que en la Universidad Autónoma de Aguascalientes se realizará una investigación en cuya fase piloto se analizará una muestra de 300 empresas del sector secundario y terciario de giros de servicios y manufacturero; comentó Lizeth Itzigueri Solano Romo, profesora investigadora del departamento de sistemas de información del Centro de Ciencias Básicas de la Universidad Autónoma de Aguascalientes.

Al comentar sobre su investigación, Solano Romo indicó que este estudio busca fortalecer al sector comercial y manufacturero para potencializar principalmente a las pequeñas y medianas empresas del estado en el uso correcto de las TIC, de tal forma que se compruebe su validez para mejorar su desempeño y crecimiento y ser aún más competitivos en el mercado local, nacional e incluso mundial, además de impactar directamente en el aumento de sus ingresos y su permanencia.

La investigadora precisó que como parte de los resultados previos se puede mencionar que si bien han ido en aumento el número de empresas jóvenes del sector secundario y terciario, éstas tienen un periodo de vida menor a cinco años debido a diversas causas de quiebra, como problemas financieros por falta de control, falta de personal, ausencia de clientes y altos niveles de merma. Por lo que precisó que esto podría disminuir considerablemente con el aprovechamiento de las nuevas tecnologías.

Debido a ello señaló que es necesario focalizar el uso de las TIC en las empresas existentes, pues aunque el 80% de los mexicanos cuentan con un medio de comunicación digital, la tendencia tradicional indica que lo ocupan solamente las publicaciones en redes sociales y muy pocos para la búsqueda de clientes potenciales, por lo que Solano Romo reconoció la necesidad de personal especializado que genere estrategias integrales.

