

MODELO INTEGRAL DE GESTIÓN PARA PYMES DESDE UN ENFOQUE DE MERCADOTECNIA, BAJO UN AMBIENTE DE INSEGURIDAD.

Migdalia García Villanueva
Universidad Popular Autónoma del Estado de Puebla (UPAEP)
migdaliaannel.garcia@upaep.edu.mx

Laura Sánchez Baltazar
Universidad Popular Autónoma del Estado de Puebla (UPAEP)
lauraberenice.sanchez@upaep.mx

Resumen

La PyMes es una parte importante en la economía del país, son las que generan un mayor índice de empleo y de ingresos económicos para el país, sin embargo el reto que enfrentan es tener un ciclo de vida muy corto dentro del mercado, dentro de los principales causas se encuentran, falta de liderazgo, aspectos financieros, implementación de estrategias de mercadotecnia entre otros, es por ello que a través de la presente investigación se busca diseñar un modelo de mercadotecnia experiencial que ayude a las micro empresas a incrementar su potencial de ventas en el mercado.

Palabras clave

PyMES, Mercadotecnia, ventaja competitiva, Mercadotecnia experiencial.