

## **Plan de Marketing de Contenidos de la Microempresa Alfarería en Metepec, Estado de México.**

**Jafet Hernández Vázquez**

Universidad de Ixtlahuaca CUI, A.C.

[jafet.hernandez@uicui.edu.mx](mailto:jafet.hernandez@uicui.edu.mx)

**María Fernanda Castañeda Lara**

Universidad de Ixtlahuaca CUI, A.C.

[fernanda.lara@uicui.edu.mx](mailto:fernanda.lara@uicui.edu.mx)

**Arisbeth Blanco Suárez**

Universidad de Ixtlahuaca CUI, A.C.

[arisbeth.blanco@uicui.edu.mx](mailto:arisbeth.blanco@uicui.edu.mx)

### **RESUMEN**

El presente trabajo tiene la finalidad de elaborar un plan de marketing de contenido, así como, incrementar la cartera de clientes, establecer estrategias de marketing de contenido y aplicaciones de Instagram y WhatsApp business. Es importante señalar que la micro empresa se especializa en la creación de piezas únicas en barro, aplicando y combinando técnicas tradicionales con diseño contemporáneo, lo cual brinda a la micro empresa, ser competitiva y como productores de artesanías, es un orgullo para cada uno de los integrantes que laboran los productos artesanales. La Microempresa está ubicada, en el Municipio de Metepec Estado de México, y dentro de sus actividades como negocio es producir y comercializar una gran variedad de artículos de alfarería en general. El trabajo sigue una metodología, y señala aspectos de un marco referencial, métodos, metodología de la investigación, planteamiento del problema, pregunta de investigación, objetivos, hipótesis variables, análisis e interpretación de resultados y discusión.

**Palabras clave:** Marketing, Microempresa, redes sociales.

### **ABSTRACT**

The purpose of this work is to develop a content marketing plan, as well as to increase the client portfolio, establish content marketing strategies and Instagram and WhatsApp business applications. It is important to note that the micro-enterprise specializes in the creation of unique pieces in clay, applying and combining traditional techniques with contemporary design, which allows the micro-enterprise to be competitive and, as producers of crafts, it is a pride for each of the members who work on the artisanal products. The Micro-enterprise is located in the Municipality of Metepec, State of Mexico, and within its activities as a business is to produce and market a wide variety of pottery items in general. The work follows a methodology, and

points out aspects of a reference framework, methods, research methodology, problem statement, research question, objectives, variable hypothesis, analysis and interpretation of results and discussion.

**Key words:** Marketing, Micro-enterprise, social networks.

## INTRODUCCIÓN

Se tiene como antecedente que la Microempresa de producción y comercialización de alfarería, que produce productos de alfarería así como la comercialización, de una gran variedad de productos con características especiales en tamaño, diseño, acabado y decorado, es importante destacar que la empresa cuenta actualmente con 8 integrantes: 2 artesanos, 2 fondeadores, 2 personas para elaborar adorno de molde y 2 pintores, la microempresa se le ha reconocido, por su calidad en los productos y al mismo tiempo, esto le ha permitido destacar en este giro y participar en algunos eventos a nivel local, nacional e internacional, situación que le ha brindado un reconocimiento a nivel local con los clientes, y que como negocio sea reconocido.

### Métodos

Se considera importante señalar la diferencia entre los enfoques de cada uno de los siguientes métodos que se describen a continuación.

**Método cualitativo:** El aspecto ético está presente desde el inicio del diseño y planificación, hasta la socialización de los resultados, lo que se logra mediante el pensamiento reflexivo en la aplicación de los fundamentos de este tipo de investigación.

**Método cuantitativo:** Mide fenómenos, utiliza estadística, prueba hipótesis, hace análisis causa-efecto. El proceso es secuencial, deductivo, probatorio, analiza la realidad objetiva. Se utilizará este método para la recolección y análisis de datos estadísticos reales sobre la capacidad de la producción de la microempresa.

## METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

El presente trabajo es de tipo mixto y considera como metodología de la investigación una estructura donde esta como primer aspecto, un marco referencial, resolver un problema de investigación planteado, la pregunta de investigación, objetivos, mediante la recopilación de datos, así como la técnica aplicada, que para este caso fue la encuesta, la interpretación de los datos recopilados y finalmente se elaboran los resultados, para así llegar a las discusiones sobre los datos de la investigación y estos aspectos son los siguientes:

## **Planteamiento del problema**

Las actividades regionales de mayor relevancia que fortalecen la cultura es la producción artesanal de alfarería, ya que representa una importante fuente de ingresos, para los artesanos del Municipio de Metepec, Estado de México; situación que es un área de oportunidad para que la Microempresa pueda ampliar un mercado regional, porque actualmente los clientes demandan la compra de los productos de alfarería por medio de las aplicaciones digitales, motivo por el cual, surge la siguiente pregunta de investigación:

## **Pregunta de investigación**

1. ¿Cuál es la importancia de elaborar un Plan de Marketing de Contenidos de la Microempresa de producción y comercialización de alfarería, en el Municipio de Metepec, Estado de México?

## **Objetivos**

### **Objetivo general**

Elaborar un Plan de Marketing de Contenido, para dar a conocer la Microempresa en la producción y comercialización de artesanías de alfarería, en el Municipio de Metepec, Estado de México.

### **Objetivos específicos:**

1. Incrementar la cartera de clientes
2. Implementar estrategias de marketing de contenido, para aumentar el reconocimiento de la marca
3. Utilizar las aplicaciones de negocios Instagram-WhatsApp-bussines, en la promoción y venta de productos comerciales, tradicionales y personalizados

## **Hipótesis**

**Hi** = Si se elabora el plan de marketing de contenido para la microempresa de artesanías de Alfarería se genera un aumento en el posicionamiento y en la cartera de clientes.

**Variable independiente:** Plan de marketing de contenido.

**Variable dependiente:** Posicionamiento en el mercado y cartera de clientes.

## DESARROLLO

**Análisis documental:** Consiste en elegir las ideas más relevantes de un texto con la finalidad de recuperar el contenido sin ambigüedades. Para esta técnica se utiliza como instrumentos: fichas y ordenador.

### Instrumentos de investigación

**Observación:** Es una técnica que consiste en observar atentamente el fenómeno, hecho o caso, tomar información y registrarla para su posterior análisis.

**Encuesta:** Es una técnica de investigación que se utiliza para recopilar información de un gran número de personas. Se trata de una herramienta versátil y accesible que permite a los investigadores obtener información sobre comportamientos, actitudes, opiniones y demografía de una población objetivo.

**Encuesta:** Es importante señalar que la presente investigación, considero de forma aleatoria de 665 solo el 10% de las personas encuestadas.

El cuestionario comprende 15 preguntas cerradas y se derivan de tres ejes principales: Clientes, colaboradores y redes sociales. Al mismo tiempo, el instrumento o cuestionario comprende la siguiente Información:

- 1.- Logos institucionales.
- 2.- Nombre de la Universidad.
- 3.- Nombre de la Licenciatura.
- 4.- Nombre del instrumento.
- 5.- Objetivo.
- 6.- Instrucciones.
- 7.- Preguntas cerradas (Eje 1: Clientes, Eje 2: Colaboradores y Eje 3: Redes Sociales)
- 8.- Agradecimiento por haber contestado la entrevista en línea.

El instrumento que se aplicó, para el desarrollo de la investigación es el siguiente:



Universidad de Ixtlahuaca CUI incorporada a la  
UAEMEX

Licenciatura en administración



## Entrevista

Objetivo: Evaluar la percepción del mercado, la satisfacción del cliente para así identificar el posicionamiento de la microempresa y la viabilidad de implementar un plan de marketing de contenidos.

Instrucciones: Leer y contestar de manera objetiva las siguientes preguntas.

### Eje 1 Clientes

1. ¿Es satisfactorio para ti el nivel de atención que ofrece la microempresa?
2. ¿Recomendaría el Taller?
3. ¿Para ti las artesanías de alfarerías son un producto importante en la cultura mexicana?
4. ¿Te interesaría saber más sobre la historia del taller y su evolución en la alfarería?
5. ¿Te gustan las artesanías del taller?

### Eje 2 Colaboradores

6. ¿El personal está altamente capacitado?
7. ¿Estaría interesado en tomar cursos de Alfarería?
8. ¿Fue de tu agrado la experiencia del taller?
9. ¿Mejorarías algo del servicio brindado por los colaboradores?
10. ¿Es adecuada la imagen mostrada por los colaboradores en cuanto a vestimenta?

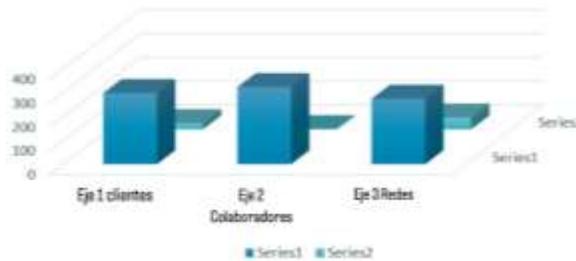
### Eje 3 Redes

11. ¿Nos sigues en Instagram?
12. ¿Es adecuado para ti el contenido que se muestra en Instagram?
13. ¿Es de tu interés las historias mostradas en Instagram?
14. ¿Te es útil el uso de WhatsApp-business para establecer contacto?
15. ¿Te gustaría el uso de dinámicas por Instagram?

Gracias

## RESULTADOS

**Gráfica No. 1**  
 Concentrado de respuestas de frecuencia absoluta



665

**Análisis:** La gráfica no. 1, es la representación de la aplicación de las 665 encuestas, por los tres ejes, Eje 1 corresponde a Clientes, Eje 2 considera los colaboradores y Eje 3 las Redes Sociales como se presentan en la gráfica.

**Gráfica No.2** Concentrado de respuestas frecuencia relativa



**Análisis:** La gráfica no. 2 representa el porcentaje de los tres ejes, con respecto a la frecuencia relativa, los clientes con un 31%; los colaboradores con un 33% y redes sociales con un 36%.

### Análisis de resultados

Los resultados que se obtienen de las encuestas aplicadas correspondiente a los ejes no. 1. que refiere al eje del cliente, el cual representa un 33%, porque considera que, si es importante brindar un buen servicio y atención, así como, las recomendaciones para la adquisición de los productos de artesanías y alfarería; en el eje no. 2 de colaboradores, tiene el 36%, el cual menciona que influye la capacitación continua respecto a la producción de nuevos productos, así como satisfacer la demanda del mercado; en el eje no.

3 de redes sociales, tiene el 31%, de los cuales, aceptan que el contenido en redes sociales de WhatsApp, Instagram e Instagram, debe ser dinámico e interesante, para conocer los productos y facilitar el contacto.

## **DISCUSIÓN**

La Microempresa de Alfarería, Ubicada en el Municipio de Metepec Estado de México, tiene actualmente un gran reto y compromiso en el presente y futuro, como ventaja competitiva al tomar decisiones, para realizar una inversión, en los recursos humanos, financieros, materiales y tecnológicos, al momento de hacer uso de la tecnología y realizar sus actividades de venta de productos de alfarería, por medio de aplicaciones digitales, al momento de obtener los resultados, que se aplicaron de las encuestas, y considerar como eje principal a los clientes, porque se mencionó que el servicio al cliente, es trascendental, además de que es importante considerar las recomendaciones de cada uno de ellos, para adquirir los productos de alfarería, y con respecto al punto de los colaboradores, se identificó que en los recursos humanos o capital humano, la capacitación impacta en la creación e innovación de nuevos productos, con ello, se atienden las necesidades de la demanda y ofertando productos de nuevas tendencias, y en aspecto del eje no. 3 de redes sociales, será estratégicamente un medio de comunicación digital, para dar a conocer los productos, y establecer un contacto personalizado en línea, con los clientes a través del uso de dinámicas por Instagram.

## **CONCLUSIONES**

Se puede concluir que la investigación permite contrastar que los resultados son viables, porque al implementar el plan de marketing de contenido, se obtienen los siguientes resultados positivos para con respecto a los clientes, porque permite el incremento de la cartera de clientes, al momento de Abarcar el mercado, y en referencia al apartado de los colaboradores, se logra tener una producción de productos comerciales tradicionales como Arboles de la vida, nacimiento, arca de Noe y voladores de Papantla, ya que para en un futuro la propuesta de los nuevos productos son: corazones y soles de una colorimetría en especial, vírgenes, árboles y cruces de barro pigmentado, sirenas y ajolotes, con ello aumenta el reconocimiento de la Microempresa de Alfarería en el Municipio de Metepec Estado de México y en el punto de redes sociales, con el uso de las aplicaciones de negocios, como es el Instagram y el WhatsApp, se logra una mayor proyección en la promoción de los productos, situación que impacta en la Microempresa, al momento de generar mayores ventas de productos comerciales, tradicionales y personalizados de alfarería, impactando en el posicionamiento en el mercado, y logrando una mayor fidelización de los clientes y futuros clientes, fortaleciendo de esta manera los objetivos y metas de la Microempresa.

**BIBLIOGRAFÍA**

- Del Canto, E., & Silva Silva, A. (2013). Metodología cuantitativa: abordaje desde la complementariedad en ciencias. *Revista de Ciencias Sociales*, 34.
- Municipium. (17 de Octubre de 2023). *Municipium*. Obtenido de Municipium:  
<http://www.municipium.mx/atlasderiesgos/metepec/economia.php>
- Peña, V. T. (2022). Etapas del análisis de la información documental. *Revista Interamericana de Bibliotecología*, 7. doi:<https://doi.org/10.17533/udea.rib.v45n3e340545>
- Rodriguez, C. R. (2018). *EN EL CERRO DE LOS MAGUEYES METEPEC*. ESTADO DE MÉXICO: FONDOEDITORIAL ESTADO DE MÉXICO. Obtenido de  
<https://foem.edomex.gob.mx/sites/foem.edomex.gob.mx/files/catalogo/EnCerroMagueyes.pdf>
- Romero, M. M. (2023). *METODOLOGÍA DE*. Instituto Universitario de Innovación Ciencia y Tecnología Inudi Perú S.A.C. doi: <https://doi.org/10.35622/inudi.b.80>
- Sánchez, C. L. (2018). *Técnicas y métodos cualitativos para la investigas científacas*. Machala Ecuador : UTMACH.