

Título del Proyecto de Investigación
al que corresponde el Reporte Técnico:

Estrategias de Comunicación y Marketing para los artesanos de la comunidad Juan Mata Ortiz, Casas Grandes, Chihuahua: una propuesta para la recuperación de conocimientos tradicionales y el patrimonio cultural.

Tipo de financiamiento

Sin financiamiento

Fecha de Inicio: 01/04/2023
Fecha de Término: 30/12/2024

Tipo de Reporte

Parcial

Final

Autor (es) del reporte técnico:

Elizabeth Bautista Flores
Yoali Tena Hernández
Nora Loreto Quintana
Jorge Villanueva Villalpando
Abraham Sifuentes Mendoza
Ricardo López Salazar

Estrategias de Comunicación y Marketing para los artesanos de la comunidad Juan Mata Ortiz, Casas Grandes, Chihuahua: una propuesta para la recuperación de conocimientos tradicionales y el patrimonio cultural.

Resumen del reporte técnico (español)

En este reporte técnico se expondrán los avances relacionados con el desarrollo de la investigación que se indica. Se hará mención de algunos datos que se recopilaron tanto en la parte de trabajo de gabinete como de las actividades de campo de acuerdo con los objetivos planteados en este estudio. De igual forma, se incluyen las evidencias correspondientes a los productos obtenidos desde abril de 2023 a febrero de 2024.

Se informa que se han completado casi todos los objetivos, y con ello, se ha impulsado la producción de artículos o participación en eventos de divulgación científica, por todos los miembros participantes, además de que se están en preparación otros manuscritos, que al final del proyecto se informarán de manera oportuna.

Resumen del reporte técnico (inglés)

This technical report will present the progress related to the development of the research indicated. Mention will be made of some data that were collected both in the part of the office work and in the field activities in accordance with the objectives set out in this study. Similarly, the evidence corresponding to the products obtained from April 2023 to February 2024 is included. It is reported that almost all the objectives have been completed, and with this, the production of articles or participation in scientific dissemination events has been promoted, by all the participating members, in addition to the fact that other manuscripts are being prepared, which at the end of the project will be reported in a timely manner.

Palabras clave: Estrategias de comunicación, Marketing, Juan Mata Ortiz, Artesanías populares

Usuarios potenciales (del proyecto de investigación)

Los usuarios potenciales de este proyecto al concluir son varios debido a que son diferentes niveles de impacto al que podrían alcanzar. El primero de ellos son las autoridades municipales de Casas Grandes y Nuevo Casas Grandes, quienes de manera directa podrían recibir la

información para desarrollar estrategias y algunas políticas públicas para uno de los principales generadores para el desarrollo regional.

Un segundo usuario potencial podrían ser los gobiernos de los diferentes niveles como son el regional, estatal y federal, pues con ellos se podrían desarrollar estrategias para la protección de la actividad artesanal, así como de protección a la cultura de la comunidad de artesanos y la identidad regional que se distinga de la de Paquimé. Así se podrá considerar otras áreas como la del emprendimiento, los servicios y el turismo.

Por último, para las instituciones educativas este proyecto puede ser de interés dado que contiene toda una revisión de planes y estrategias de mercadológicas obtenidas de manera directa al trabajar con un grupo de artesanos.

Reconocimientos

Se agradece el apoyo brindado a los artesanos que desearon participar en el proyecto, así también a la presidencia Municipal de Casas Grandes y su personal que brindaron atención a las necesidades, así como a los artesanos quienes están participando en este proyecto, con quienes hemos compartido el sol, el fuego, la tierra, los alimentos y los caminos que nos ha llevado a comprender un poco más de su labor y creatividad de un conocimiento que se mantiene vivo entre sus manos.

A las Universidad Tecnológica de Paquimé (UTP), así como la División Multidisciplinaria de la UACJ en Nuevo Casas Grandes, que han mostrado una colaboración constante y fuerte en beneficio de la región.

1. Introducción

En este primer avance se muestra un progreso más que significativo en cuanto a la consecución de los objetivos planteados en la presente investigación. Las actividades se han apegado a los tiempos indicados desde la presentación del protocolo, por lo que actualmente se encuentra en la fase 3, que corresponde al trabajo de campo y continuo intercambio entre los miembros de la investigación. Por tanto, de acuerdo con el formato oficial se mostrarán las acciones realizadas, así se añaden las evidencias que respaldan cada una de las afirmaciones.

2. Planteamiento del problema

Esta investigación ha procurado seguir los objetivos planteados que son: promover estrategias de comunicación y marketing digital (Castronovo, 2019), entre los artesanos de la comunidad de Juan Mata Ortiz, del municipio de Casas Grandes, Chihuahua, para que de manera dinámica, directa y precisa se recopile, ordene y construyan contenidos digitales que permita apreciar el aporte de las artesanías como parte del patrimonio cultural mexicano, así como, desarrollar una propuesta para la recuperación de conocimientos tradicionales y el patrimonio cultural en la comunidad de Juan Mata Ortiz, del municipio de Casas Grandes, Chihuahua (Manzanilla, 2006). Por ello, se ha revisado la producción artesanal desde lo que fueron los tiempos prehispánico a la fecha, para trabajar temáticas de carácter comunicativo, social y económico, además de revisar y discutir el conocimiento especializado y acumulado en cuanto el papel de los artesanos en el marco de la sociedad global, pues de esa forma se podrá comprender las formas en cuales se expresan las dinámicas económicas, sociales y de fomento a la cultura; de tal manera que se puedan analizar las redes de relaciones locales y regionales, así como también la organización del grupo social.

De ahí que las interrogantes que se plantearon fueron:

¿Qué estrategias de comunicación y marketing son más relevantes o necesarias en cuanto la promoción para la conservación del patrimonio cultural de los artesanos de la comunidad Juan Mata Ortiz?, y

¿Cuáles son las narrativas más pertinentes para dirigir las a la valoración de acuerdo con el patrimonio cultural?

Igualmente, en todos estos meses que se reportan se ha tratado de saber la importancia de la cerámica de la cultura Casas Grandes y la influencia que tuvo en el desarrollo de la actual cerámica de Mata Ortiz, donde todo lo anterior, explica los motivos por los que la cerámica es considerada Patrimonio cultural inmaterial, debido a las técnicas artesanales que son estampadas por sus autores con su destreza creativa, manejando diversos materiales, que al elaborar la pieza u objeto lo pueden comercializar como arte popular, donde destaca que el costo de producción es elevado, debido a que los procesos son largos y requieren alto nivel de detalle, lo cual, eleva su precio de venta y que, por lo mismo, se vuelve poco accesible para la mayor parte de la población mexicana.

2.1 Antecedentes

El municipio de Casas Grandes cuenta con 11,815 habitantes (51% hombres y 49% mujeres); tiene 47 localidades (INEGI, 2020) y desde 1998, en la cabecera municipal se reconoció a la zona arqueológica de Paquimé por la UNESCO como Patrimonio Cultural de la Humanidad, mientras que el museo de sitio de las Culturas del Norte ganó un premio en una bial de arquitectura. Además, en 2014, se incorporó al programa, con fondos federales, de Pueblos Mágicos para incentivar el turismo en la región. (FONART, 2021; Secretaría de Turismo, 2020). En ese sentido, la comunidad de Juan Mata Ortiz, que se ubica a menos de 25 kilómetros de la cabecera municipal, Si bien este municipio se fundó como un aserradero a fines del siglo XIX, (Godoy,*et. al.*, 1996), bajo el nombre de Pearson. Actualmente es reconocido por las labores cotidianas de sus artesanos (Tena, 2022, Gilbert, 2004),

La producción artesanal se ha convertido en la primera actividad económica, desde las creaciones de Juan Quezada Celado (1940-2022). Sin embargo, los artesanos de manera individual tratan de usar las redes sociales (Facebook e Instagram), para comercializar sus productos, aunque los contenidos generados para redes sociales requieren de mayor calidad en cuanto a producción, materiales expuestos y divulgación de la información que se difunde, y, en especial, cuando se considera que estas piezas pueden ser de colección y/o forman parte del patrimonio cultural. (Jiménez, 2019; Medina, 2019, Secretaría de turismo, 2015)

Los artesanos y sus familias tienden a crear una producción propia, la cual es posible carezca de registro o cuidado en la protección de derechos (Rábago, 2018; Rodríguez, 2021). A lo que se suma que, en cuestión de embalajes, presentación de producto e identidad de marca es aún débil y muestra inconsistencias en cuanto a la publicación de información, ya sea visual o narrativa, lo que exhibe el endeble conocimiento de las habilidades digitales y gestión de las redes sociales

2.2 Marco teórico

Como parte de un trabajo holístico que se está desarrollando entre todos los participantes de esta investigación, se diseñó un diagrama para tener una participación más clara, diversa, pero más profunda para incentivar la discusión y aportaciones desde diferentes ángulos donde cada disciplina es un eje, del cual podrá derivarse la unidad para la producción científica de manera colaborativa.

Figura 1. Diagrama disciplinario para el abordaje del presente estudio



Fuente: Elaboración propia (2023)

Como se observa en la **figura 1**, se seleccionaron al menos cinco disciplinas en las que se apoyaron las principales corrientes teóricas al grado de lograr la integración para un estado del arte sobre el arte popular y con ello acercarse de una mejor forma al tema de las artesanías en México, sus antecedentes, aportaciones y retos.

Por ello, se consideró un amplio campo de disciplinas como la Política, Antropología/Arqueología, Economía/Sociología, Comunicación y, por último, la Mercadotecnia. Es decir, desde la Política, se ha hecho una reconstrucción de las políticas públicas implementadas por los gobiernos del siglo XX, en México, para fundar la identidad nacional. De esa forma se logró conocer técnicas de análisis, que desde la Antropología se pueden hacer a las artesanías, dependiendo de sus materiales, formas, diseños, entre otras categorías, pues es necesario conocer la producción y reproducción de la pieza desde un uso utilitario o costumbrista de los pueblos y las regiones.

En cuanto a la Comunicación y la Mercadotecnia se ha ubicado al objeto de estudio como un elemento de cultura e identidad nacional de regiones, donde la construcción de narrativas permitan proteger el conocimiento que se transmite entre las generaciones, pues ya no sólo será la generación de historias institucionales o políticas de gobierno en turno, sino de una manera más singular, individual e incluso comercial, permite potencializar historias personales y la

creación de nuevas identidades y experiencias que se potencializarán con la llegada de las redes sociales.

En este sentido se ha logrado comprender diferentes problemáticas donde es posible proporcionar información que, por un lado, complejiza las situaciones reales y permite describir las situaciones observadas, al mismo tiempo se logra comparar con otras realidades similares para comprender las particularidades.

3. Objetivos (general y específicos)

- 3.1. Promover estrategias de comunicación y marketing digital entre los artesanos de la comunidad de Juan Mata Ortiz, del municipio de Casas Grandes, Chihuahua, para que de manera dinámica, directa y precisa se recopile, ordene y construyan contenidos digitales que permita apreciar el aporte de las artesanías como parte del patrimonio cultural mexicano.
- 3.2. Desarrollar una propuesta para la recuperación de conocimientos tradicionales y el patrimonio cultural en la comunidad de Juan Mata Ortiz, del municipio de Casas Grandes, Chihuahua.

4. Metodología

Como se indicó en el protocolo de esta investigación, de las cuatro fases que se tienen planteadas, ya se han completado casi todas. Es decir, en la **fase 1**, se logró consolidar el marco teórico a partir de la revisión de autores considerados clásicos en el tema de la artesanía, el arte popular y la relación que guardan con la cultura regional y la identidad local. Ello permitió ubicar en el tiempo la aportación de los artesanos del lugar de estudio y revisar la discusión que se tienen al respecto, dado el devenir histórico-económico en el que se envuelven los problemas de producción, venta y reconocimiento en el marco del mercado global.

Comprender ello, permitió la creación de materiales especiales para recopilar datos de primera mano entre los artesanos, así como organizar unas actividades de viaje de campo para comprender las situaciones o problemáticas que viven de manera recurrente los maestros artesanos de la comunidad y su relación con autoridades de gobierno.

Como parte de la **fase 2**, se tuvo problemas para que las principales organizaciones de artesanos aceptaran la colaboración de los miembros de la investigación, por lo que se decidió trabajar

mejor con jóvenes artesanos que fueran poco reconocimiento y apoyos constantes de las instituciones de gobierno local o federal. Esa labor permitió el desarrollo de marca para sus redes sociales y se obtuvieron los primeros resultados, que permitieron desarrollar trabajos en formato de ponencias para presentar en los congresos internacionales

Ahora bien, en la **fase 3**, a partir de las asesorías y cursos brindados a los artesanos participantes se logró establecer confianza y dedicación participativa en el proyecto, pues se coordinó con ellos el trabajo de campo en cuanto a la comercialización de los productos artesanales en mercados masivos, por lo que se acudió a la Expo artesanal Original, celebrada en el Complejo Cultural Los Pinos, en la Ciudad de México, del 16 al 19 de noviembre, así como el Tianguis Nacional de Pueblos Mágicos en Pachuca, Hidalgo, del 22 al 29 del mismo mes.

Así que, al momento de escribir estas líneas, se continúa con la última parte de recopilación de datos a partir de la aplicación de cuestionarios en formato de entrevista (parte cualitativa) y sistematización de datos para obtener los otros productos científicos comprometidos en esta propuesta de investigación, por parte de todos los participantes, así como de otros investigadores invitados, de otras instituciones académicas; con ello se podrá integrar el reporte técnico final en los tiempos indicados.

5. Instituciones, organismos o empresas de los sectores social, público o productivo participantes (Si aplica)

- Gobierno del estado de Chihuahua
- Gobierno municipal de Casas Grandes
- Fodarch
- FONART
- Universidad Autónoma de Ciudad Juárez
- Universidad Tecnológica de Paquimé
- Artesanos de Chihuahua

6. Resultados

Debido a que aún no se han completado las fases planeadas en la investigación, se puede decir que los datos son pre-eliminarios, lo que ha llevado a la producción de textos descriptivos que se mostraron en los diferentes eventos de divulgación; en abril se concretaron los primeros

acercamientos con los artesanos y en el verano se aplicaron una serie de instrumentos cuantitativos de tipo encuesta.

Así, desde enero del presente año, al momento de entregar este informe, se tiene en desarrollo un artículo en revista con dictaminación, en coautoría con otro participante del proyecto; de igual forma se está elaborando el esquema para la creación de un capítulo de libro para enviar en el segundo semestre de 2024. Este último será como autor en solitario.

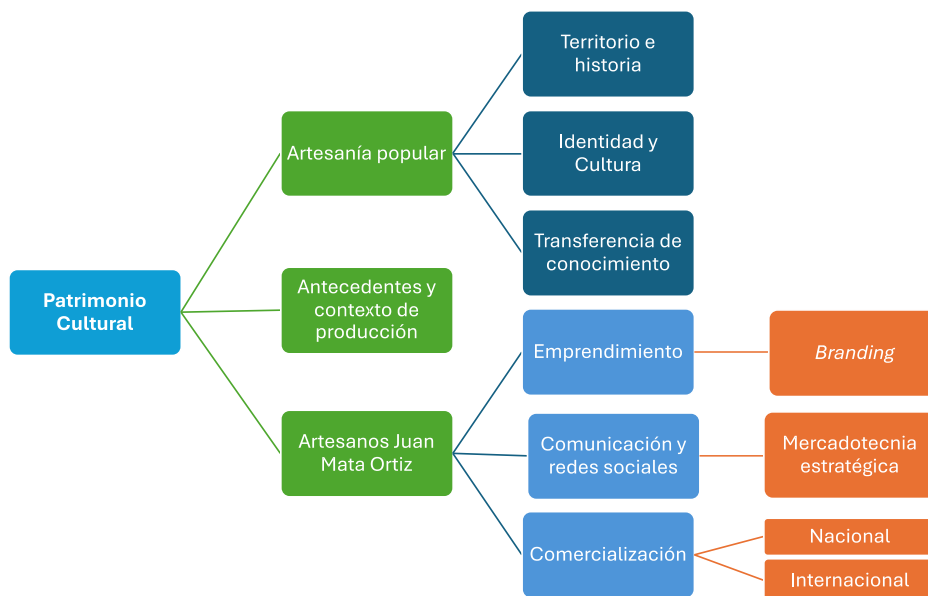
Por el momento, puede decirse que se ha logrado categorizar buena parte de la información, como una manera ordenada de obtener mejores resultados, en especial para obtener los productos esperados. Por un lado, se concretó la parte teórica y de contexto histórico a partir del concepto de Patrimonio cultural, del cual se derivó la clasificación de criterios y normativas internacionales partiendo de la UNESCO (Macarrón, 2008), a los lineamientos nacionales, que implicaron los gobiernos federales, estatales y locales.

Para ello, se organizó una revisión biblio-hemerográfica, a partir de la visita a varias bibliotecas tanto de la UACJ como de otras a nivel nacional, gracias al sistema de préstamo interbibliotecario. De esa manera se desprendieron los subcategorías de artesanía popular en México, los antecedentes y contexto de producción, para finalmente, ubicar a los sujetos de estudio, los artesanos de Juan Mata Ortiz.

De lo referente a Artesanía popular, se partió desde el concepto de Patrimonio Cultural, como se muestra en la Figura 2, así se siguió con la cuestión del desarrollo artesanal en México, antes y después de la colonia española, así como sus implicaciones para cada región y con ello, comprender su trascendencia en el tiempo; ya que ello permite adentrarse a la discusión de la identidad y la cultura, por parte de la apropiación de su territorio. En ese sentido se podrá identificar las diferentes formas de la transferencia del conocimiento entre las generaciones, ya que lo que ocurre en el ejido de Juan Mata Ortiz, tiene categorías particulares dignas de análisis y discusión para futuros proyectos.

Una segunda subcategoría es la de Antecedentes y Contexto de Producción, que implicó un rastreo puntual sobre diferentes publicaciones, así como entrevistas, encuestas y actividades de observación *in situ*, a partir de la recopilación de datos visuales, mismos que han servido para la generación de contenido a utilizar en las redes sociales.

Figura 2. Categorización básica de elementos que han guiado la investigación



Fuente: Elaboración Propia (2024)

La tercer subcategoría es la de Artesanos de Juan Mata Ortiz, misma que, a lo largo de la investigación, se derivó en tres indicadores de interés que son Emprendimiento, lo que por añadidura toca elementos para el impulso a la marca, desarrollo de negocios, finanzas y creación e innovación de productos para posicionamiento en el mercado; a ello se suma la comunicación y las redes sociales como el indicador donde se podrá establecer la unidad de medida más clara en cuanto a la posibilidades lo permitan, por parte de los artesanos participantes.

Para comenzar el proceso de posicionamiento de la marca en el mercado. Es por ello, que el último indicador es la comercialización, pues de acuerdo con algunos datos recabados, a partir de una encuesta, los niveles de oportunidad en la venta es amplia, pues es poco conocida y de alto precio en el mercado.

7. Productos generados

Como ya se mencionó, los productos obtenidos en este estudio, se enlistan en este apartado, pues son derivados de los datos obtenidos entre junio y diciembre de 2023.

Congreso Internacional Paso del Norte

4 Ponencias

- Elizabeth Bautista Flores
- Nora Loreto Quintana
- Ricardo López Salazar

- Jorge Villanueva Villalpando
- Yoali Tena Hernández

Congreso Internacional Ciencias Administrativas 3 Ponencias

- Yoali Tena Hernández (1 ponencia)
- Elizabeth Bautista Flores (2 ponencias)
- Javier Hernández Santiago
- Laura Patricia López Mora
- Jorge Villanueva Villalpando (*Moderador de mesa*)

Aceptación publicación en revista con dictaminación 1 carta de aceptación (*en prensa*)

- Elizabeth Bautista Flores
- Nora Loreto Quintana

Publicación de revista internacional (*Indexada*) 1 artículo indexado con DOI

- Elizabeth Bautista Flores (*publicado*).
- Yoali Tena Hernández

Las evidencias de cada ponencia, ya sea individual o de coautoría, se encuentran en el anexo que se ubica después de las referencias

8. Conclusiones

Por el momento no se tienen conclusiones, debido a que aún se continúa con la investigación.

9. Mecanismos de transferencia. (Si aplica)

El conocimiento generado en este proyecto se ha transferido de diferentes maneras, por un lado, de manera directa a los participantes del proyecto lo cual se ha hecho, a partir de las siguientes acciones:

- a. Impartición de cursos de capacitación a artesanos para:
 - i. Diseño de marca,
 - ii. Diseño estructura interna de su emprendimiento,
 - iii. Manejo de redes sociales, principalmente Facebook e Instagram
- b. Presentación de resultados a los participantes al concluir cada etapa de este proyecto

10. Contribución e impacto del proyecto

Esta investigación permitirá conocer, de primera mano, las expresiones, historias y perspectivas de los artesanos del ejido de Juan Mata Ortiz, no únicamente bajo la perspectiva de comercialización, sino también desde otras construcciones antropológicas, políticas, o socio cultural. De esa manera se podrá comprender la importancia por crear contenido digital para distribuir en diferentes redes sociales, para acercarlo y distribuirlo a segmentos más amplios a los compradores o coleccionistas.

11. Impacto económico, social y/o ambiental en la región

Esta investigación impactará en todos los niveles indicados y se apoyan en uno de los Objetivos de Desarrollo Sostenible promovidos en la Agenda 2030 de la Organización de Naciones Unidas, como son: 8. Trabajo decente y crecimiento económico, de igual manera tiene soporte en los Programas Nacionales Estratégicos (Pronaces), en el rubro de Educación, pues busca proyectos interdisciplinarios que vinculen a investigadores, escuelas, comunidades, colectivos y/o grupos de la sociedad civil, pues busca generar información cualitativa que permita conocer los diferentes contextos de uso de la lecto-escritura; mientras que en el rubro de Cultura, busca propiciar el reconocimiento de las memorias colectivas, saberes, tecnologías, expresiones y prácticas, generadas desde la diversidad cultural y biocultural que define como país, para, con ello, entender los problemas nacionales y generar soluciones integrales, profundas y amplias que consideren la pluriculturalidad nacional, ambos son promovidos, entre otros, por el Consejo Nacional de Humanidades, Ciencia y Tecnología (CONAHCyT), que a continuación, se explicarán:

Social. Se fomentarán las habilidades cognitivas y digitales entre los artesanos, por lo que se podría diseñar una propuesta para incrementar las oportunidades en ámbitos de la recuperación de la memoria colectiva, la transmisión de los conocimientos intergeneracionales, donde corresponden a las disciplinas científicas de la antropología, la historia, la sociología, el marketing y la comunicación.

Económica. Se buscará promover propuestas para crear contenido (visual/narrativo), para difusión de contenidos digitales sobre las artesanías, que permita la identificación del producto con marca propia y la mercadotecnia que estimule el desarrollo de estrategias

para la protección al patrimonio cultural en diferentes redes sociales, como una alternativa para estimular el mercado local.

Ambiental. Se buscarán estrategias que promuevan la conservación del ambiente como una forma para la mejora en la calidad de vida.

12. Referencias (bibliografía)

- Castronovo, C. (2019). Redes sociales en un modelo de comunicación de marketing alternativo. Johnson and Johnson Inc., Toronto, Canadá. Delhousie University. <https://www.studocu.com/pe/document/universidad-de-piura/marketing-digital/8-redes-sociales-en-un-modelo-de-comunicacion-de-marketing-alternativo/5771429>
- Fondo Nacional para el Fomento de las Artesanías (2021). DIAGNÓSTICO SITUACIONAL DEL SECTOR ARTESANAL EN MÉXICO DURANTE EL PERÍODO DE LA PANDEMIA POR EL COVID-19. Gobierno de México. México. https://www.gob.mx/cms/uploads/attachment/file/596992/Diagno_stico_Pandemia_Fonart.pdf
- Gilbert, B. (2004). Mata Ortiz. Tradición e Innovación. Universidad de Nuevo México. Arte museo. <https://www.unm.edu/~wgilbert/assets/publications/exhibitsusa.pdf>
- Godoy Dárdano, E. (1996). Un ingeniero y su imperio: Frederik Stark Pearson. Revista de la Universidad Nacional. 545. Junio. México. Universidad Nacional Autónoma de México. [dehttps://www.revistadelauniversidad.mx/articles/134d0e12-c3b4-481b-b352-e3b45f3d3041/un-ingeniero-y-su-imperio-frederik-stark-pearson](https://www.revistadelauniversidad.mx/articles/134d0e12-c3b4-481b-b352-e3b45f3d3041/un-ingeniero-y-su-imperio-frederik-stark-pearson)
- INEGI. (2020). Cuéntame ahora. Información por entidad. Territorio, División Municipal Chihuahua. https://cuentame.inegi.org.mx/monografias/informacion/chih/territorio/div_municipal.aspx?tema=me&e=08
- Jiménez de Madariaga, C. y Seño Asencio, F. (2019). “Somos de marca”. Turismo y marca UNESCO en el Patrimonio Cultural Inmaterial PASOS. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural, vol. Esp. 17, núm. 6, Universidad de La Laguna, España Disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=88165960003> DOI: <https://doi.org/10.25145/j.pasos.2019.17.078>
- Manzanilla, L. (julio-agosto de 2006). “La producción artesanal en Mesoamérica”, en *Arqueología Mexicana*. núm. 80, pp. 28-35. Dossier. Recuperado el 02 de enero de 2023. <https://arqueologiamexicana.mx/mexico-antiguo/la-produccion-artesanal-en-mesoamerica>
- Medina del Valle, A. y Armas Arévalos, E. (2019). La construcción del sector artesanal, para un desarrollo comunitario <http://ru.iiec.unam.mx/5154/1/3-129-Medina-Armas.pdf>

- Rábago, I. (2018). Falta de apoyo, principal problemática de artesanos. <https://www.milenio.com/estados/mas-estados/falta-de-apoyo-principal-problematika-de-artesanos>
- Rodríguez, D. (2021). El plagio de artesanías a indígenas, un lucro millonario que las leyes no logran frenar en México. Especialistas en Derecho señalan que la reforma aprobada por la Cámara de Diputados es insuficiente para proteger el legado cultural de los pueblos originarios
- Secretaría de Educación Pública. (2015). Juan Quezada Celado, Premio Nacional de Artes y Tradiciones Populares. Gobierno de México. <https://www.gob.mx/sep/acciones-y-programas/juan-quezada-celadoz>
- Secretaría de Turismo (2020). Mata Ortiz es un pueblo de Alfareros que han mantenido la técnica ancestral de los antiguos pobladores de Paquimé. Juan Quezada Celado fue quien descubrió y difundió dichas técnicas y fue honrado con el máximo premio Nacional de Ciencias y Artes. 25 de abril. <https://www.gob.mx/sectur/articulos/la-belleza-de-la-ceramica-de-mata-ortiz-casas-grandes?idiom=es>
- Tena Hernández, Y. (2022). *Desarrollo comunitario, intervención social y grupos vulnerables* Perspectiva de género en la cerámica de Juan Mata Ortiz, Chihuahua. Ponencia. Congreso Internacional Paso del Norte. Ciencias Sociales, Nuevo Casas Grandes.

13. Anexos

Congreso Internacional (3 Ponencias)



UACJ | UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE CIUDAD JUÁREZ

50 años UACJ

Congreso Internacional de Ciencias Sociales
PASO DEL NORTE
2023

La Universidad Autónoma de Ciudad Juárez a través del Instituto de Ciencias Sociales y Administración, el Departamento de Ciencias Sociales y la División Multidisciplinaria de la UACJ en Nuevo Casas Grandes

OTORGA LA PRESENTE CONSTANCIA A :

Elizabeth Bautista Flores

Por su participación con la ponencia: "Emprendimiento de jóvenes artesanos alternativas y retos para posicionarse en un mercado competitivo" incluida en el PANEL: Emprendimiento, innovación y pueblos mágicos, en el marco del Congreso Internacional de Ciencias Sociales "Paso del Norte", realizado del 19 al 22 de septiembre en Nuevo Casas Grandes Chihuahua.

Por una vida científica, por una ciencia vital

Mtro. Santos Alonso Morales Muñoz, Director del Instituto de Ciencias Sociales y Administración

Dr. Servando Pineda Jaimes, Jefe del Departamento de Ciencias Sociales

Mtra. Miriam M. Galaz Piñón, Jefa de la División Multidisciplinaria de la UACJ en Nuevo Casas Grandes

SOMOSUACJ | ICSA | DMNCG | DEPARTAMENTO DE CIENCIAS SOCIALES | UACJ | jch Chihuahua | CHIHUAHUA



UACJ | UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE CIUDAD JUÁREZ

50 años UACJ

Congreso Internacional de Ciencias Sociales
PASO DEL NORTE
2023

La Universidad Autónoma de Ciudad Juárez a través del Instituto de Ciencias Sociales y Administración, el Departamento de Ciencias Sociales y la División Multidisciplinaria de la UACJ en Nuevo Casas Grandes

OTORGA LA PRESENTE CONSTANCIA A :

Jorge Villa nueva Villa Ipando

Por su participación con la ponencia: "La producción cerámica de Mata Ortiz, Casas Grandes, Chihuahua" incluida en el PANEL: Emprendimiento, innovación y pueblos mágicos, en el marco del Congreso Internacional de Ciencias Sociales "Paso del Norte", realizado del 19 al 22 de septiembre en Nuevo Casas Grandes Chihuahua.

Por una vida científica, por una ciencia vital

Mtro. Santos Alonso Morales Muñoz, Director del Instituto de Ciencias Sociales y Administración

Dr. Servando Pineda Jaimes, Jefe del Departamento de Ciencias Sociales

Mtra. Miriam M. Galaz Piñón, Jefa de la División Multidisciplinaria de la UACJ en Nuevo Casas Grandes

SOMOSUACJ | ICSA | DMNCG | DEPARTAMENTO DE CIENCIAS SOCIALES | UACJ | jch Chihuahua | CHIHUAHUA



UNIVERSIDAD AUTÓNOMA
DE CIUDAD JUÁREZ





Congreso Internacional
de Ciencias Sociales

PASO DEL NORTE

2 0 2 3

La Universidad Autónoma de Ciudad Juárez a través del Instituto de Ciencias Sociales y Administración, el Departamento de Ciencias Sociales y la División Multidisciplinaria de la UACJ en Nuevo Casas Grandes

OTORGA LA PRESENTE CONSTANCIA A :

Ricardo López Salazar

Por su participación con la ponencia: "Turismo y desarrollo en el pueblo mágico de Casas Grandes" incluida en el PANEL: Emprendimiento, innovación y pueblos mágicos, en el marco del Congreso Internacional de Ciencias Sociales "Paso del Norte", realizado del 19 al 22 de septiembre en Nuevo Casas Grandes Chihuahua.

Por una vida científica, por una ciencia vital



Mtro. Santos Alonso Morales Muñoz,
Director del Instituto de Ciencias Sociales y Administración



Dr. Servando Pineda Jaimes,
Jefe del Departamento de Ciencias Sociales



Mtra. Miriam M. Galaz Piñón,
Jefa de la División Multidisciplinaria de la UACJ en Nuevo Casas Grandes







30 AÑOS DMNCG



UNIVERSIDAD AUTÓNOMA
DE CIUDAD JUÁREZ





Congreso Internacional
de Ciencias Sociales

PASO DEL NORTE

2 0 2 3

La Universidad Autónoma de Ciudad Juárez a través del Instituto de Ciencias Sociales y Administración, el Departamento de Ciencias Sociales y la División Multidisciplinaria de la UACJ en Nuevo Casas Grandes

OTORGA LA PRESENTE CONSTANCIA A :

Neftaly Yoali Tena Hernández

Por su participación con la ponencia: "Propuesta para la aplicación del Modelo de Branding y Merchandising para microempresarios" incluida en el PANEL: Emprendimiento, innovación y pueblos mágicos, en el marco del Congreso Internacional de Ciencias Sociales "Paso del Norte", realizado del 19 al 22 de septiembre en Nuevo Casas Grandes Chihuahua.

Por una vida científica, por una ciencia vital



Mtro. Santos Alonso Morales Muñoz,
Director del Instituto de Ciencias Sociales y Administración



Dr. Servando Pineda Jaimes,
Jefe del Departamento de Ciencias Sociales



Mtra. Miriam M. Galaz Piñón,
Jefa de la División Multidisciplinaria de la UACJ en Nuevo Casas Grandes

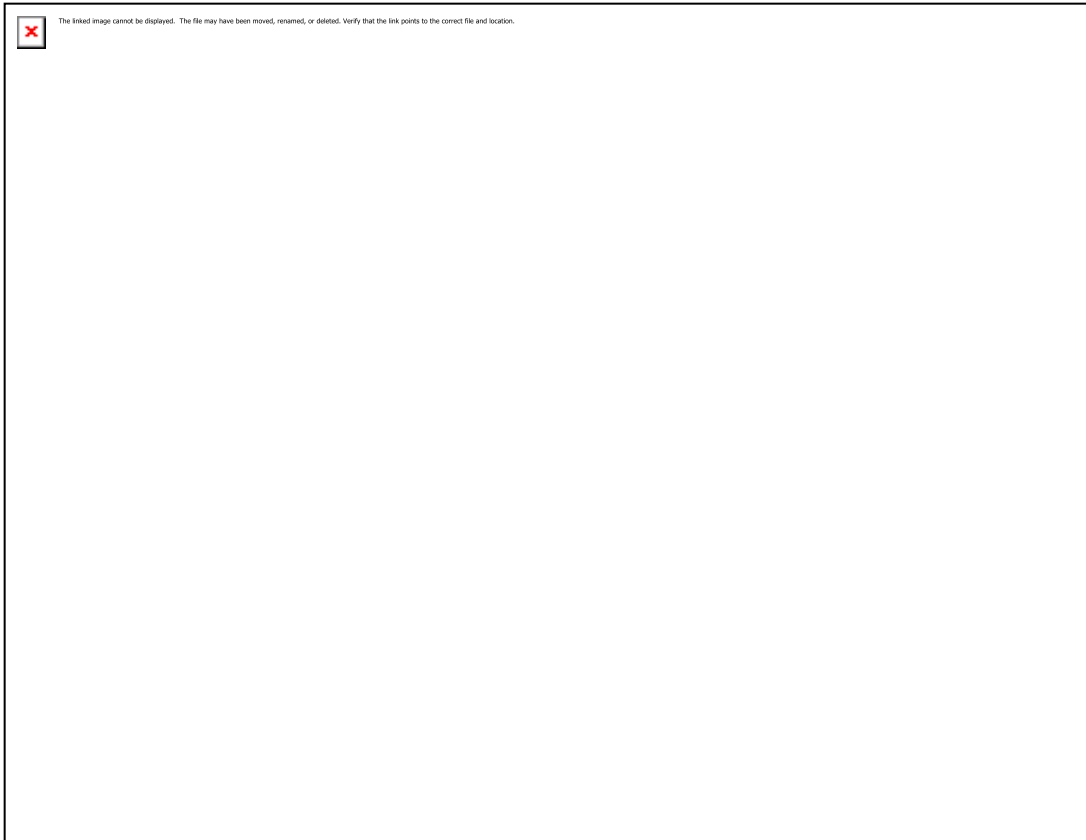
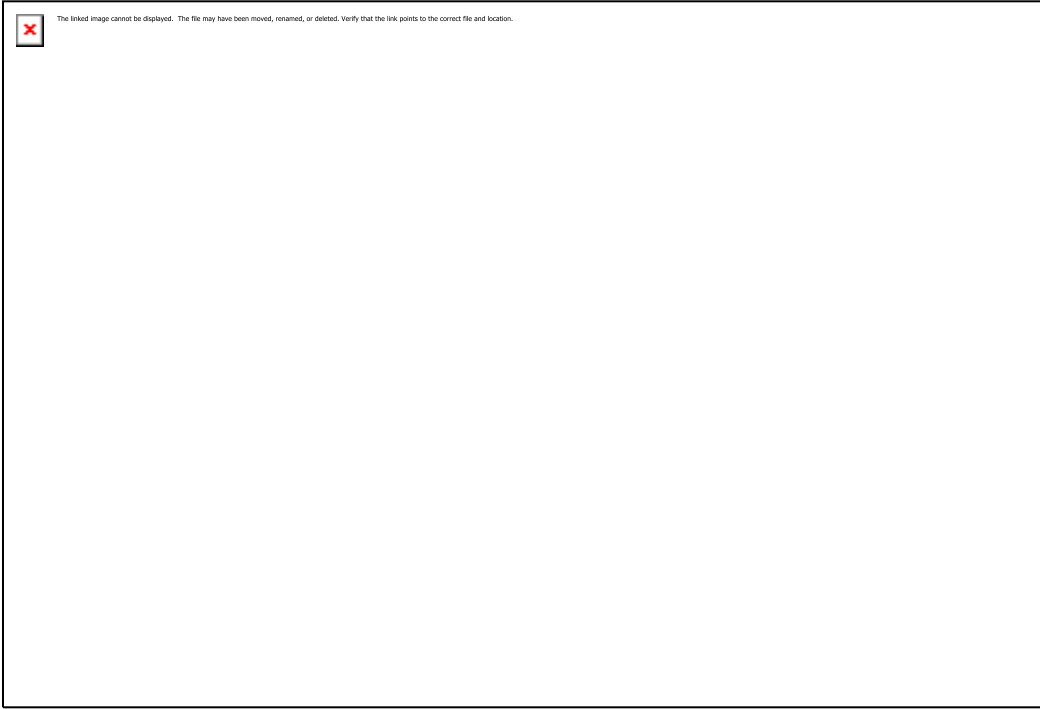






30 AÑOS DMNCG

Congreso Internacional (3 ponencias y 2 autores invitados)





UACJ | UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE CIUDAD JUÁREZ



La Universidad Autónoma de Ciudad Juárez y el Instituto de Ciencias Sociales y Administración, a través del Departamento de Ciencias Administrativas

OTORGAN EL PRESENTE RECONOCIMIENTO A:

Neftaly Yoali Tena Hernández

Por la ponencia "Aplicación de estrategias de mercadotecnia estratégico para jóvenes artesanos, caso: Juan Mata Ortiz" y su destacada participación en el marco del 1.º Congreso Internacional de Ciencias Administrativas.

Del 21 al 24 de noviembre de 2023, Ciudad Juárez, Chihuahua.

Atentamente
Por una vida científica
por una ciencia vital


Dra. Blanca Lidia Márquez Miramontes
Jefa del Departamento de Ciencias Administrativas


Dra. Aida Yaira Reyes Escalante
Coordinadora General del CICA 2023



EDUCACIÓN UTP UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DE PAQUIMÉ

19 3 veces compartida

Me gusta Comentar Compartir

Escribe algo...




Universidad Tecnológica de Paquimé 17 de noviembre de 2023

En el marco de las actividades de investigación llevadas a cabo en colaboración entre los Cuerpos Académicos de la Universidad Tecnológica de Paquimé y la Universidad Autónoma de Ciudad Juárez, específicamente en su División Multidisciplinaria de Nuevo Casas Grandes, se ha iniciado una fase crucial de trabajo de campo con artesanos de la Comunidad de Juan Mata Ortiz.

Esta destacada iniciativa se extiende desde el 16 hasta el 19 de noviembre y tiene como sede el Complejo Cultural Los Pinos en la Ciudad de México. Durante este periodo, renombrados maestros artesanos, entre ellos Lidia Silveira, Juan Carlo Silveira, Fabián Ortiz y Nicolás Ortiz, participarán activamente en la Expo Artesanal. Este evento congregará la presentación de obras provenientes de todo el país y contará con la participación de al menos mil productores, consolidándose como un espacio de relevancia en el ámbito artesanal nacional.

Posteriormente, del 21 al 29 de noviembre, la atención se dirigirá a la ciudad de Pachuca de Soto, Hidalgo, donde se llevará a cabo la quinta edición del Tianguis de Pueblos Mágicos. En este contexto, se exhibirán diversas piezas artesanales, destacando la riqueza cultural y creativa de la Comunidad de Juan Mata Ortiz.

Los protagonistas de esta investigación, que se distinguen por su dedicación y expertise, incluyen a la Mtra. Yoali Tena, Dra. Elizabeth Bautista, Mtra. Nora Loreto Quintana, Dr. Ricardo López y Jorge Villanueva. Su participación activa subraya el compromiso de estos investigadores con el enriquecimiento y la promoción de las expresiones artísticas y culturales presentes en la mencionada comunidad. Este proyecto no solo contribuye al ámbito académico, sino que también impulsa el reconocimiento y valorización del arte tradicional en diversos foros de relevancia nacional.

72 3 comentarios 14 veces compartida

Caracas, 30 de enero de 2024

CERTIFICADO

A quien le interese

Por medio del presente documento se certifica que el manuscrito titulado “Talleres familiares y emprendimiento: un análisis con ceramistas de Juan Mata Ortiz, Chihuahua, México” cuyos autores son: BAUTISTA FLORES, Elizabeth y TENA HERNÁNDEZ, Neftaly; fue aprobado como artículo completo de investigación luego de ser evaluado por dos revisores/árbitros independientes y será publicado en el Vol. 45, número 01 del año 2024 de la Revista Espacios; eISSN: 2739-0071 (En línea).

Atentamente,



Renato Valdivieso

Revista Espacios



4 DÉCADAS DIFUNDIENDO CONOCIMIENTO: +27.000 Autores + +8.000 Artículos + +650 Universidades

Revista ESPACIOS es una publicación arbitrada por especialistas senior, dedicada a divulgar trabajos originales que presenten resultados de estudios e investigaciones en temas de gestión y educación y áreas relacionadas.

Revista ESPACIOS tiene una sola dirección web: <https://www.revistaespacios.com>, ISSN: 0798-1015 y solo trabaja con la plataforma Paypal® como único método de pago.

Revista ESPACIOS nunca solicitará datos distintos a los utilizados para la publicación de los artículos.

Revista ESPACIOS is a publication refereed by senior specialists, dedicated to disseminating original works that present study and research results in management and education issues and related areas.

Revista ESPACIOS has a single web address: <https://www.revistaespacios.com>, ISSN: 0798-1015 and only works with the Paypal® platform as the only method of payment.

Revista ESPACIOS will never request data other than that used for the publication of articles.

Revista ESPACIOS é uma publicação revista por especialistas seniores, dedicada à divulgação de trabalhos originais que apresentem resultados de estudos e pesquisas em questões de gestão e educação e áreas afins.

Revista ESPACIOS possui um único endereço de Web: <https://www.revistaespacios.com>, ISSN: 0798-1015 e funciona apenas com a plataforma Paypal® como único método de pagamento.

Revista ESPACIOS nunca solicitará outros dados além dos utilizados para a publicação de artigos.

Talleres familiares y emprendimiento: un análisis con ceramistas de Juan Mata Ortiz, Chihuahua (México)

Family Workshop and entrepreneurs: an analysis with ceramists from Juan Mata Ortiz, Chihuahua (Mexico)

BAUTISTA FLORES, Elizabeth ¹
TENA HERNÁNDEZ, Neftaly Y. ²

Resumen

Este artículo discute las opciones de emprendimiento por parte de artesanos mexicanos en el noroeste de Chihuahua, pues carecen de estabilidad en áreas de financiamiento, mercadotecnia, comunicación y publicidad, por lo que se desarrolló una investigación de tipo descriptiva y corte mixto para analizar la situación de los negocios, entre los meses de julio a octubre de 2023. Se obtuvo el perfil del artesano, el entorno de desarrollo de las microempresas y se proponen estrategias para la mejora.

Palabras clave: Emprendimientos, Talleres familiares, Juan Mata Ortiz, Mercadotecnia estratégica

Abstract

This article discusses the entrepreneurship options of Mexican artisans in the northwest of Chihuahua, as they lack stability in areas of financing, marketing, communication and advertising, so a descriptive and mixed research was developed to analyze the situation of the enterprises, between July to October 2023. The profile of the craftsman, the development environment of the micro-enterprises were obtained, and strategies for improvement were proposed.

Key words: Entrepreneurship, Artisan Workshops, Juan Mata Ortiz, Strategic Marketing

1. Introducción

El trabajo artesanal representa una de las actividades económicas y culturales donde se muestran características culturales propias de una comunidad y expresa el contexto temporal y territorial de una región. México es rico en manifestaciones de arte popular o, también conocido como artesanías, las cuales se plasman figuras, objetos e instrumentos de uso cotidiano y ornamental, lo que muestra una apropiación de la naturaleza y el entorno.

¹ Dra. en Ciencias Sociales con especialidad en Comunicación y Política. Universidad Autónoma de Ciudad Juárez (UACJ). Profesor Investigador de Tiempo Completo adscrita a las Lic. en Psicología, Lic. en Mercadotecnia y Lic. en Administración de Empresas. Chihuahua, México. ORCID ID: 0000-0002-2197-1493. elizabeth.bautista@uacj.mx

² Maestra en Mercadotecnia. Profesor de Tiempo Completo de la Universidad Tecnológica de Paquimé (UTP), adscrita a la Lic. en Innovación de Negocios y Mercadotecnia. ORCID ID: 0000-0003-3867-6439. Actualmente cursa el Doctorado en Dirección y Mercadotecnia en la UPAEP en Puebla, México. yoali_tena@utpaquime.edu.mx

Carta aceptación ANUARIO DE CIENCIAS SOCIALES, 2023

Ciudad Juárez, Chihuahua, a 5 de diciembre de 2023.

Estimada Dra. Elizabeth Bautista Flores
Universidad Autónoma de Ciudad Juárez
PRESENTE


Por este medio notificamos que su artículo: “Emprendimiento de jóvenes artesanos
alternativas y retos para posicionarse en un mercado competitivo”, fue dictaminada
como: **ACEPTADO** para publicarse en el **Anuario de Ciencias Sociales, 2023**
(Reserva de derecho al uso exclusivo: 04-2021-051817591000-203, E-ISSN:
2954-3983).

Reciba un cordial saludo.

Atentamente



Dra. Bertha Musi Lechuga
Presidenta del Comité Académico del Congreso
Internacional de Ciencias Sociales "Paso del Norte"



Dr. Servando Pineda Jaimes
Jefe del Departamento de Ciencias Sociales

13.1. Taxonomía de los Roles de Colaborador (con las actividades logradas)

Roles	Definición de los roles	Nombre investigador(a)	Figura	Grado de contribución	Actividades a realizar en el proyecto	Horas semanales dedicado al proyecto
Responsabilidad de la dirección del proyecto	Coordinar la planificación y ejecución de la actividad de investigación.	Elizabeth Bautista Flores	Directora del proyecto	- Principal	Organiza los roles de cada colaborador, tiene la habilidad de identificar potenciales de cada individuo para generar una sinergia de equipo colaborativo.	6
Responsabilidad de supervisión	Elaborar la planificación de las actividades de la investigación (cronogramas y controles de seguimiento).	Yoali Tena Hernández	Supervisor(a) del proyecto	- De apoyo	Apoya a la directora del proyecto a alcanzar los objetivos	6
3. Realización y redacción de la propuesta	Preparación, creación y revisión de instrumentos para aplicar en campo,	Elizabeth Bautista Flores, Nora Loreto Quintana y Jorge Villanueva	Redactores de la propuesta	- De apoyo	Conminar a que los miembros cumplan con sus roles en tiempo y forma	8
4. Desarrollo o diseño de la metodología	Contribuir con el diseño de la metodología, y el sustento teórico, empírico y científico para la aplicabilidad de los instrumentos en la ejecución del proyecto.	Elizabeth Bautista Flores, Jorge Villanueva y Abraham Sifuentes Mendoza	Diseñadores de la metodología	- De apoyo	Integración de datos para informantes clave, lugares y tiempos indicados en la metodología	10
5. Recopilación/ recolección de datos e información	Obtener los datos con los instrumentos de investigación aplicados y generar bases de datos para el análisis	TODOS	Recopilador de datos	- De apoyo	Revisión, sistematización y análisis de los datos recopilados	10
6. Elaboración del análisis formal de la investigación	Aplicar el modelo teórico para analizar o sintetizar los datos del estudio.	TODOS	Analista de datos	- De apoyo	Integración de productos a presentar en diferentes medios de divulgación	10

7. Preparación, creación y/o presentación de los productos o entregables	Preparar la redacción del reporte técnico de avance parcial y final.	TODOS	Redacción y revisión de reporte técnico	- De apoyo	Ordenar la información para entregar los reportes técnicos en tiempo y forma	10
--	--	-------	---	------------	--	----

13.1.1. Estudiantes participantes en el proyecto

Nombre de estudiante (s)	Matrícula	Tiempo promedio semanal (en horas) dedicado al proyecto	Actividades logradas en la ejecución del proyecto
Laura Patricia Mora López	182728	2	Ponencia

CONSIDERACIONES:

Ninguna