

DOI: <https://doi.org/10.56712/latam.v5i5.2772>

Estrategia de marketing con realidad aumentada para mujeres artesanas hidalguenses

Marketing strategy with augmented reality for Hidalgo artisan women

Carmin Hernández Domínguez

chernandez@itesa.edu.mx

<https://orcid.org/0000-0002-3319-074X>

Tecnológico Nacional de México. Instituto Tecnológico Superior del Oriente del Estado de Hidalgo
Apan Hidalgo – México

Ma. Isabel Flores Ortega

mflores@itesa.edu.mx

<https://orcid.org/0000-0002-9067-7861>

Tecnológico Nacional de México. Instituto Tecnológico Superior del Oriente del Estado de Hidalgo
Apan Hidalgo – México

Isabel Mendoza Saldívar

imendoza@itesa.edu.mx

<https://orcid.org/0000-0003-0651-6836>

Tecnológico Nacional de México. Instituto Tecnológico Superior del Oriente del Estado de Hidalgo
Apan Hidalgo – México

Artículo recibido: 26 de septiembre de 2024. Aceptado para publicación: 10 de octubre de 2024.
Conflictos de Interés: Ninguno que declarar.

Resumen

En Hidalgo, a través de la Dirección General de Fomento Artesanal en el año de 2022, se registraron 11,010 personas artesanas, los cuales juegan un papel muy importante dentro de la cultura, sustentabilidad y economía mexicana, de acuerdo con la Cuenta Satélite de la Cultura de México en el año 2021, la actividad económica generada por las artesanías a nivel nacional ascendió a 153 437 millones de pesos y generaron 479 655 puestos de trabajo ocupados remunerados. En Hidalgo los artesanos representan un 76% de hombres y un 24% de mujeres, los cuales se registran con un 74% menores a 60 años y 26% mayores a 60 años, de un total de 11010 artesanos. La participación de las mujeres artesanas es de suma importancia para las creaciones referentes a costumbres y tradiciones, generadas por medio de conocimientos heredados que van de generación en generación en donde prevalecen los métodos y técnicas de elaboración de productos como el pilar de esta forma de hacer arte. Con el diseño de etiquetas interactivas biodegradables con RA para los productos de las artesanas del Altiplano Hidalguense a través del uso de Blippar, se logrará un mayor reconocimiento en el mercado al mejorar la experiencia de compra de sus consumidores, lo cual les permita recibir un pago justo por su trabajo para continuar con sus negocios.


Palabras clave: marketing, realidad aumentada, mujeres artesanas

Abstract

In Hidalgo, through the General Directorate of Craft Promotion in the year 2022, 11,010 artisans were registered, who play a very important role in Mexican culture, sustainability and economy, according to the Mexican Culture Satellite Account. In 2021, the economic activity generated by crafts nationwide amounted to 153,437 million pesos and generated 479,655 paid jobs. In Hidalgo, artisans represent 76% men and 24% women, who are registered with 74% under 60 years of age and 26% over 60 years

of age, out of a total of 11,010 artisans. The participation of women artisans is of utmost importance for the creations that represent beliefs and the national imagination, generated through knowledge that is passed from generation to generation where traditions are promoted and maintained as the main engine of this way of making art. . With the design of biodegradable interactive labels with AR for the products of the artisans of the Altiplano Hidalguense through the use of Blippar, greater recognition will be achieved in the market by improving the purchasing experience of their consumers, which will allow them to receive a payment just for their work to continue with their businesses.

Keywords: marketing, augmented reality, artisan women

Todo el contenido de LATAM Revista Latinoamericana de Ciencias Sociales y Humanidades, publicado en este sitio está disponibles bajo Licencia Creative Commons. 

Cómo citar: Hernández Domínguez, C., Flores Ortega, M. I., & Mendoza Saldívar, I. (2024). Estrategia de marketing con realidad aumentada para mujeres artesanas hidalguenses. *LATAM Revista Latinoamericana de Ciencias Sociales y Humanidades* 5 (5), 2217 – 2225.
<https://doi.org/10.56712/latam.v5i5.2772>

INTRODUCCIÓN

De acuerdo con la UNESCO el oficio de artesano no solo se debe percibir como una actividad económica, dado que la producción artesanal se identifica como uno de los pilares del patrimonio cultural inmaterial de un pueblo o región, por tanto, es necesario preservar las competencias y conocimientos que permiten su creación.

Este proyecto tiene como objetivo diseñar etiquetas interactivas biodegradables con realidad aumentada para los productos de los artesanos del Altiplano Hidalguense a través del uso de Blippar con ello lograr un mayor reconocimiento en el mercado al mejorar la experiencia de compra de sus consumidores, lo cual les permita recibir un pago justo por su trabajo para continuar con sus negocios.

En la actualidad el principal problema que enfrentan los artesanos es el intermediarismo, dado que por falta de canales de distribución son quienes se quedan con la mayoría de las ganancias del producto además de la escasez de recursos, competencia en el mercado, regateo, falta de conocimiento o valoración, ausencia de apoyos gubernamentales (Marroquín et al., 2019). Desafortunadamente la producción artesanal no logra generar ganancias suficientes que les permitan la expansión del mercado, aquellos grupos de artesanos que buscan ampliar la cantidad de productos producidos y aumentar la calidad de estos, enfrentan obstáculos como la oferta escasa de financiamiento y asesoría lo que les permita fortalecer sus formas de comercialización.

La realidad aumentada es un avance muy importante en la historia tecnológica ya que es inicio a una nueva era, tanto entretenimiento como comercial, ya que el comercio evoluciona para así expandirse rápidamente por lo mismo que la actualidad se utiliza la tecnología como la principal fuente de información y comunicación en el mundo así el consumidor conocerá el producto o el medio de entretenimiento. Pará que el consumidor no sólo se lleve el producto si no la experiencia de utilizar estos nuevos recursos (Ariel y Fundación Telefónica, 2011)

METODOLOGÍA

Para el desarrollo del presente proyecto de investigación se propusieron los siguientes pasos identificados a través de la siguiente imagen.

Figura 1

Metodología del proyecto



Fuente: elaboración propia.

Se definen los pasos a seguir para el proyecto de investigación Estrategia de marketing con realidad aumentada para mujeres artesanas hidalguenses.

Observación

En esta fase del proyecto de investigación se observó dentro del grupo de artesanos del estado de Hidalgo que en su mayoría son mujeres y además carecen de estrategia de Marketing para la promoción de sus productos, pues solo son comercializados en su región y las ganancias obtenidas se ven cada vez más reducidas.

En el estado de Hidalgo, a través de la Dirección General de Fomento Artesanal en el año 2022, se registraron 11,010 personas artesanas, los cuales juegan un papel muy importante dentro de la cultura, sustentabilidad y economía mexicana, según la Cuenta Satélite de la Cultura de México, en 2021, la actividad económica generada por las artesanías a nivel nacional ascendió a 153 437 millones de pesos y generaron 479 655 puestos de trabajo ocupados remunerados.

Identificación de las artesanas

En Hidalgo los artesanos representan un 76% de hombres y un 24% de mujeres, los cuales se registran con un 74% menores a 60 años y 26% mayores a 60 años, de un total de 11010 artesanos. La participación de las mujeres artesanas es de suma importancia para las creaciones que representan creencias y el imaginario nacional, generadas por medio de conocimientos que pasan de generación en generación en donde se promueven y mantienen las tradiciones como el motor principal de esta forma de hacer arte.

Determinación de la muestra

La muestra para este proyecto fue tomada por conveniencia, ya que se cuenta con una base de datos en el Instituto Tecnológico Superior del Oriente del Estado de Hidalgo, en donde se registraron 60, de las cuales se tomaron 45 para la realización de este proyecto.

Pregunta de investigación

- ¿Se incrementará el mercado en un 10% con la implementación de RA en etiquetas para productos artesanales?

Implementación de la Realidad Aumentada

Con el diseño de etiquetas interactivas biodegradables con RA para los productos de las artesanas del Altiplano Hidalguense a través del uso de Blippar, se logrará un mayor reconocimiento en el mercado al mejorar la experiencia de compra de sus consumidores, lo cual les permita recibir un pago justo por su trabajo para continuar con sus negocios.

Prueba de prototipo

En esta etapa del proyecto de investigación, lo primero que se hizo fue capacitarse en el uso de la herramienta de Blippar, se desarrollaron los flyers y también las etiquetas y a partir de las necesidades detectadas se desarrolló el primer boceto en canva para presentarlo a las artesanas y después de su aprobación se procedió a realizar las etiquetas, en donde se hicieron varios diseños para presentar hasta ajustar bien el diseño, el tamaño y la información de lo que se pretendía dar a conocer.

Posteriormente se hicieron pruebas con la etiqueta y el dispositivo móvil para ajustar tamaños y la información contenida.

Mejoras al prototipo

En este apartado del prototipo se imprimieron las etiquetas con las características indicadas desde la fase de pruebas, se hicieron varias muestras para utilizarlas con diferentes dispositivos móviles e ir ajustando tanto el tamaño como la información y la proporción en la que se veía la información, se volvieron a imprimir nuevamente las etiquetas para ir ajustando cada una de las características y que se definiera la información que se quiere hacer llegar a los clientes.

Finalmente se definieron los diseños y el software para su realización, finalmente se imprimieron y se ajustaron de acuerdo a los productos seleccionados.

Los resultados por el desarrollo de este proyecto son:

- Incremento en la cantidad económica percibida de las artesanas del altiplano Hidalguense por el incremento de sus ventas en un 10%.
- Mayor incremento de las artesanas en el mercado y por ende lograr su expansión.
- Mejorar la experiencia del cliente a través del uso de una etiqueta biodegradable con RA, que añade valor agregado al producto con el fin de conseguir precios más justos.
- Reducción de impacto ambiental al contribuir en el crecimiento de negocios artesanales sostenibles así como al hacer uso de papel reciclado biodegradable para la impresión de las etiquetas.

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

Los resultados se presentan en 3 rubros: el primero hace referencia a la aceptación de los clientes con el nuevo diseño de etiquetas interactivas, el segundo a la cantidad de información proporcionada con las etiquetas de realidad aumentada en comparación con las etiquetas tradicionales y la tercera comprende la cantidad de productos adquiridos por los clientes en una compra “normal por día”.

Aceptación de los clientes: Los productos con las nuevas etiquetas de realidad aumentada que se ofrecieron a los clientes fueron “mermeladas” y “pulque natural”, cabe mencionar que se utilizó el diseño ya conocido sin embargo se agregaron elementos de realidad aumentada como lo son: un video de la preparación de las mermeladas, un recetario para preparar diferentes alimentos con el producto, y un link con la ubicación del local. Para el caso de la etiqueta de pulque natural, se generó un diseño sencillo que incluye un video-canción de los “tlachiqueros” de la Altiplanicie Pulquera de Apan Hidalgo, imágenes de herramientas rudimentarias para la extracción del pulque de los magueyes, el costo de la botella de 1 litro y la información nutrimental del producto. En las figuras (2-3) se muestran las etiquetas con realidad aumentada colocadas en los productos mencionados.

Figura 2

Etiquetas de mermeladas



Fuente: elaboración propia.

Figura 3

Etiqueta de pulque natural



Fuente: elaboración propia.

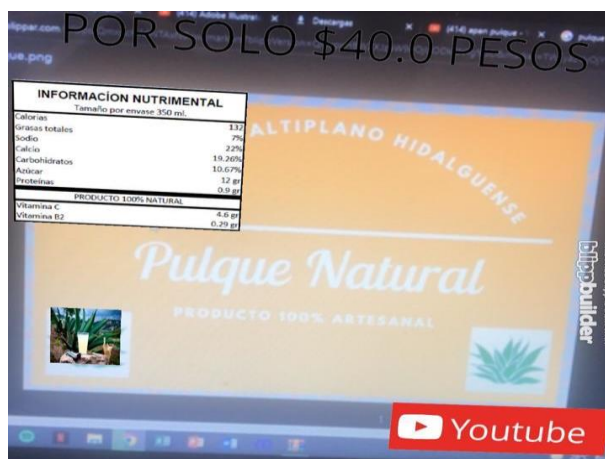
La aceptación de los clientes fue favorable ya que el 96% de estos cuentan con un dispositivo móvil lo que les permitió escanear de manera gratuita las etiquetas de los productos adquiridos y así lograr visualizar la información incluida a las etiquetas, se observó curiosidad y sorpresa con los elementos interactivos que se mostraban.

Información en las etiquetas: Con respecto a la información proporcionada en las etiquetas, se notó que gracias a la realidad aumentada es posible incluir más información en diferentes formatos, como lo es: video, imágenes, links, e inclusive se logró incluir un botón que permite guardar el contacto telefónico de los productores, con ello se obtuvo un acercamiento directo con el cliente en comparación con las etiquetas tradicionales las cuales únicamente permiten texto e imágenes. En la imagen 3 se muestra la agregación de información sobre la etiqueta del "pulque natural" en la cual se observa la información nutrimental de manera amplia para que pueda ser observada por todos los

clientes, el costo de la botella de pulque natural con un litro de capacidad, un video-canción y una galería que muestra herramientas tradicionales con las que se extrae el pulque, con ello otorgamos importancia a la interculturalidad atrayendo a nuevo mercado como lo es jóvenes de 18 a 25 años, mismos que de acuerdo a encuestas aún no conocen los beneficios del pulque en la salud.

Figura 4

Etiqueta de botella "pulque natural" con realidad aumentada



Fuente: elaboración propia.

Cantidad de productos adquiridos: De acuerdo a lo comentado por los productores de mermeladas y conservas, se obtuvo mayor compra en la feria de artesanías expuesta en el centro de Apan, Hidalgo 2024, en comparación con las ventas de los años anteriores, si bien la cantidad de productos era la misma en ambos años pero se observó que al mostrar a los clientes la realidad aumentada adquirirían más productos, cabe mencionar que el costo de los productos no se incrementó con la implementación de realidad aumentada y esta estrategia permitió mejorar las ganancias de los productores para este año. En la figura 5 se muestra la venta local de mermeladas y conservas expuesta en la feria de artesanías Apan 2024.

Figura 5

Puesto local de mermeladas y conservas en feria de artesanías Apan, Hidalgo 2024



Fuente: elaboración propia.

CONCLUSIÓN

La implementación de realidad aumentada en etiquetas mejoró la experiencia en el cliente al realizar la compra. Lo que permitirá agregar valor a los productos y ampliar el mercado considerando el interés de los jóvenes por la tecnología, y gracias a que actualmente la mayoría de la población cuenta con un dispositivo móvil con cámara se logró ampliar las ventas en comparación con el año anterior.

Es importante mencionar que es de vital importancia y de ocupación de toda la comunidad del Altiplano Hidalguense el sumar a los Objetivos de Desarrollo Sostenible de la agenda 2030 en los cuales se trata un interés particular por el preservar nuestras costumbres, tradiciones, lenguas, métodos de fabricación de productos, y sobre todo el apoyar a nuestros artesanos con el fin de mejorar la calidad de vida y por ende mejorar las condiciones de salud, vivienda y alimentación de nuestro estado, así entonces gracias a este proyecto que relaciona la interculturalidad con la tecnología se permite la conservación de métodos tradicionales de preparación de conservas y extracción de pulque sumando elementos tecnológicos que enaltecen las costumbres y tradiciones sin dejar de lado el interés de los productores por mostrar sus conocimientos y permitirse experimentar con nuevas estrategias de marketing para conservación de sus clientes, la ampliación de mercados y la vinculación con instituciones que aporten valor a sus productos.

REFERENCIAS

Águila Alonso, MG, (2020). Para una colaboración horizontal entre diseñadores y artesanos mexicanos. Economía Creativa. <https://doi.org/10.46840/ec.2020.14.07>

Artesanal, D. G. (Enero de 2023). Obtenido de <http://artesanias.hidalgo.gob.mx/>

Dirección General de Fomento Artesanal. (Enero de 2023). Obtenido de Dirección General de Fomento Artesanal: <http://artesanias.hidalgo.gob.mx/>

INEGI. (16 de Marzo de 2023). Estadísticas a propósito del Día Internacional del Artesano. Obtenido de <https://inegi.org.mx/app/saladeprensa/noticia.html?id=8052#:~:text=Seg%C3%BAn%20la%20Cuenta%20Sat%C3%A9lite%20de,puestos%20de%20trabajo%20ocupados%20remunerados>

Marroquin, A. G., Ramírez, I. H., & Clemente, O. V. (2019). Principales Problemas que enfrentan los Artesanos Textiles. International Journal.

Novelo, V. (1993), Artesanías, Sociedad y Cultura. Gobierno del Estado de Chiapas.

Telefónica, F. (2011). Realidad Aumentada: una nueva lente para ver el mundo. Fundación Telefónica.

Todo el contenido de **LATAM Revista Latinoamericana de Ciencias Sociales y Humanidades**, publicados en este sitio está disponibles bajo Licencia [Creative Commons](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/) 