

M.Adm.C. Itzcóatl Bolaños

Jefe de Ingeniería en Diseño

Por este conducto le doy a conocer mis observaciones con respecto al protocolo de tesis del alumno Pablo Elesban Hernández López, titulado “Implementación de elementos culturales en el plan estratégico de marketing digital de una marca local para un producto artesanal de una comunidad indígena. Caso de Estudio: Mezcal artesanal Historial del Mal de Amor, originaria de la comunidad de Santiago Matatlán, Oaxaca, México”.

La primera observación que quiero hacer es que el tema me resulta muy interesante y creo que vale mucho la pena de ser desarrollado como un trabajo terminal por el alumno. Dicho lo anterior, para ser considerado para ser desarrollado mas a fondo, creo que se deben de atender los siguientes puntos:

1. Los objetivos generales y específicos deben de revisarse, dado que el alumno basa su idea de lo que es “plan estratégico de marketing digital” en fuentes no académicas, y, por lo tanto, no validas.

Explicación: Tengo entendido que el alumno aún no ha cursado la materia de mercadotecnia. Son necesarios los conocimientos actuales y académicos en este campo para que se comprenda como la mercadotecnia y sus técnicas y teorías pueden aplicarse para alcanzar su objetivo. Veo que el alumno le esta dando un rol central al plan digital y no se esta centrando en el diseño, que, desde mi punto de vista, pues es lo que evaluaran, dado el perfil del estudiante y la Ingeniería de la que pretende titularse.

La mercadotecnia con algunas de sus herramientas ayudará a que el consumidor, como bien lo argumenta el alumno, aprecie lo que se está haciendo, pero el “plan de marketing digital” en redes sociales no puede desarrollarse en el arie, y realizarse como si fuera un ente aparte de la empresa. El plan de marketing digital es parte del plan estratégico de marketing de la empresa. Para que el plan digital se encuentre alineado con lo que actualmente es el plan estratégico de la empresa, que existe, tal vez no como un documento, pero seguro el dueño/gerente/administrador lo sabe; se debe de alinear con toda la empresa.

Sugiero, para empezar, se consulten los libros de Laura Fisher o los libros de Kotler, sobre fundamentos de la mercadotecnia. Son fáciles de encontrar, pero deben de ser las últimas ediciones, puede ser ediciones viejitas no incluyan las opciones digitales.

2. Creo que pretender llevar a cabo la página, echarla a andar y medir el impacto mediante métricas es demasiado ambicioso y el alumno corre el riesgo de no poderlo llevar a cabo y al mismo tiempo realizar su trabajo terminal.

Explicación: En la p. 14, entre sus objetivos específicos se encuentra “Evaluar las métricas...”. Considero que esto no es necesario, pues se puede sustituir por la evaluación del diseño obtenido por medio de focus groups o de alguna otra forma que no implica la puesta en

marcha y evaluación de métricas, esto también permitirá que el alumno tenga mas tiempo para elaborar su trabajo terminal.

3. La redacción del alumno es muy buena, pero no está sustentada por referencias académicas.

Explicación: Cada vez que el alumno afirma algo, esto debe de estar sustentado por una referencia. Esto es un trabajo académico, no es una publicación informal. Todas las ideas deben de tener una referencia clara, no se pueden hacer afirmaciones sin sustento.

4. Se debe utilizar una forma de referenciación y formato del documento que sea formal y académica.

Explicación: Sugiero que el alumno se asesore con su directora de tesis y ella le indique documentos y fuentes para seguir el formato y forma de referenciación APA, 7ª edición. Puede utilizar un software de referenciación para que le sea mas fácil escribir sin perder la ilación, como es Mendeley o Zotero.

5. El alumno debe basar sus afirmaciones en referencias académicas, de preferencias revistas académicas de calidad, con alta citación y revisadas por pares

El alumno tiene entre sus referencias blogs (blog. Hootsuite...), y la mayoría no son revistas académicas, como son Forbes o Hootsuite. No digo que sean malas ni equivocadas, pero de preferencia, la mayoría de las referencias deben de ser académicas. El alumno debe asesorarse con su directora de tesis para utilizar más referencias de revistas académicas. El inglés no puede ser una limitante. Se debe de aplicar lo último en conocimiento, y el alumno no lo está utilizando.

Apreciaría mucho que el alumno elabore un nuevo escrito en el que conteste a cada uno de estos puntos y explique cómo los atendió o porque los refuta y no los atiende.



Dra Cecilia Ibarra Cantú

“Labor et Sapientia, Libertas”

Universidad Tecnológica De La Mixteca.

Huajuapán de León, Oax. a 13 de diciembre de 2022.