
CAPÍTULO VI

Conclusiones y Recomendaciones



6.1 Conclusiones

Esta investigación realizada para la empresa ARTesana, desarrolló un plan de mercadotecnia para el posicionamiento de la artesanía en el mercado nacional. Mismo que llevó a la conclusión de que este proyecto es de gran apoyo para las comunidades indígenas del estado de Puebla, ya que busca formas exitosas para la comercialización de los productos y contribuye a mejorar su nivel de vida así como asignar un justo valor a las artesanías. Así mismo intenta combatir el malinchismo existente en la sociedad mexicana y la explotación al indígena.

Para la elaboración del plan, fue necesario realizar entrevistas para conocer la opinión de los gerentes de hoteles en donde se pretende colocar los productos como parte de su decoración, siendo estos los clientes potenciales de la empresa. En estas entrevistas, se obtuvo una impresión positiva ante el proyecto al considerar funcional el hecho de decorar el hotel con artesanía indígena mexicana.

Posteriormente fue necesario investigar la percepción de los turistas mexicanos y extranjeros ante el proyecto en la ciudad de Puebla. Esto se realizó por medio de encuestas que se aplicaron en hoteles previamente identificados como posibles lugares para la distribución de los productos ARTesana. Por los resultados obtenidos se considera a los hoteles como un canal rentable para la distribución de los productos en una primera etapa.

El gran uso de artesanía en la decoración del hogar, el aprecio de los turistas por su valor cultural, la calidad de la misma y la preferencia por comprarla en lugares típicos, fueron algunas de las respuestas más importantes que los turistas aportaron y que permitieron conocer más a fondo sus hábitos de compra.



Con la información recopilada se elaboró la estrategia con una breve descripción de la empresa y sus objetivos, la mezcla de mercadotecnia, así como diversos análisis entre ellos el de la competencia y el consumidor. Dentro del análisis FODA, las fortalezas tales como el valor cultural, la calidad y el fin social fueron de gran relevancia y puntos bases para la creación del plan.

En base al análisis se realizó la parte creativa, en donde se muestra la identidad gráfica para el posicionamiento de la marca, los medios publicitarios y de promoción como los folletos, posters, postales y mantas.

Con este plan de mercadotecnia basado en las investigaciones descritas se considera que la empresa ARTesana puede posicionarse con éxito en la ciudad de Puebla.

6.2 Recomendaciones

Las recomendaciones que esta investigación hace a la empresa ARTesana son las siguientes:

- Difundir al máximo el valor cultural de las artesanías, con un reconocimiento ante el trabajo de los indígenas.
- Elaborar sus productos con una excelente calidad y darle a conocer a los clientes este hecho.
- Buscar a sus clientes mayoristas, en este caso hoteles y restaurantes para empezar la promoción con ellos brindándoles como beneficio el hecho de que sus huéspedes reconocerán a los establecimientos que apoyen este proyecto y el valor agregado que generan los productos a su negocio.
- Después de posicionar las artesanías en hoteles y restaurantes, se recomienda en una segunda etapa la apertura de nuevos canales de distribución como podrían ser pequeños establecimientos lugares típicos.

