

CAPÍTULO VI

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

En este capítulo, se darán las conclusiones y recomendaciones referentes al posicionamiento que busca Talavera Santa Catarina con los diseñadores de interiores.

6.1 Resumen de la Tesis

El propósito del estudio fue el obtener información necesaria para poder recomendarle a Talavera Santa Catarina lo que debe hacer para lograr un posicionamiento en los diseñadores.

Por esto se llevó a cabo una investigación mediante encuestas a estudiantes y diseñadores de interiores que ayudaron a determinar las características de compra, el posicionamiento actual del taller, así como la percepción de éstos hacia la Talavera.

6.2 Conclusiones

1. Como se mencionó en el plan, el precio es un factor que desanima la compra de este arte.
2. Los diseñadores de interiores perciben a la Talavera como tradicional, lo cual es favorable para Santa Catarina pues cuenta con muchos diseños antiguos, lo que hace que ya tenga cubierta esta parte de la demanda.
3. Lo que determina la compra de Talavera es el diseño en dibujo, esto es bueno ya que en la pregunta 5.10 se obtuvo que para elegir a Talavera Santa Catarina, los diseñadores buscan la característica ya mencionada y la innovación en formas y dibujo.

4. Los diseñadores no calificaron al precio como un factor importante al comprar sus artículos de decoración; sin embargo, este factor sí es importante para elegir a Talavera Santa Catarina.
5. Debido a que el taller es el que se encuentra en la mente del consumidor, en mayor proporción, ayuda a que el plan no sea tan de difícil de implementar, ya que lo único que deberá hacer es dar a conocer a sus productos.
6. De acuerdo con las fuerzas y debilidades de cada empresa, se deduce que cada una busca ser identificada por medio de sus diseños.
7. La ventaja con la que cuenta Santa Catarina sobre ellos, es que por medio de la innovación desea abrirse a otro segmento que su competencia no ha tomado en cuenta (diseñadores de interiores).

6.3 Recomendaciones

1. Dada la conclusión 3, se sugiere que la publicidad también mencione que la Talavera puede ser aplicable a cualquier tipo de diseño.
2. En cuanto al mensaje, se propone utilizar una mercadotecnia integrada para que éste sea consistente en todos los medios que se utilicen, y así dejar una impresión duradera en los diseñadores, además de dar a conocer los beneficios de comprar su Talavera.
3. Al ser el posicionamiento por liderazgo en los productos y diversificación, se aconseja enfatizar en la originalidad de la pieza, tanto en su proceso como en su innovación y su amplia gama de productos de calidad.

6.4 Recomendaciones para estudios posteriores

1. Como se mencionó en la conclusión uno, el precio es un factor que desalienta la compra de Talavera, por esta razón, se debe buscar el cambio en la mentalidad del consumidor hacia este arte, para que sepan lo que cuesta producirla.

2. Medir el cambio que tuvo la marca después de implementar este plan y así conocer si existe la posibilidad de abrirse a otros segmentos pueden apreciar las características de la Talavera y a los cuales Santa Catarina puede penetrar.
3. Un estudio sobre reinvertir el canal como lo menciona el BAM², ya que se podrá conocer de que manera a los clientes les gustaría recibir información acerca de los precios, la ubicación, el empaque, etc., de Talavera Santa Catarina y así la empresa pueda lograr una mayor éxito pues conocerá mejor las preferencias de los consumidores.
4. Conocer la percepción que tienen los consumidores sobre el tipo de productos de la competencia y sus cualidades de éstos para conocer cómo puede competir mejor con ellos.

Se concluye que Talavera Santa Catarina podrá implementar el posicionamiento que busca, pues cuenta con la motivación y capacidad necesaria para llevarlo a cabo, además se puede apreciar que la inversión inicial no es alta e incluso, de no contar con el capital suficiente, lo puede hacer en dos períodos si llegara a ser necesario. Asimismo, con el estudio que se realizó conoce dónde se encuentra en la mente del consumidor para así poder persuadirlo.