

CAPÍTULO 7

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

CAPÍTULO 7

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

En este capítulo se expondrán las conclusiones de la investigación basadas en los análisis de los resultados y de acuerdo a la implementación de los parámetros para desarrollar una estrategia de mercadotecnia. Así como también se explicarán las recomendaciones necesarias para establecer los parámetros para desarrollar una estrategia de mercadotecnia cultural para impulsar el teatro en los jóvenes estudiantes de San Andrés Cholula.

7.1 Conclusiones

De acuerdo con los análisis de resultados y en base a la estrategia de mercadotecnia cultural que se elaboró se concluye que para lograr un posicionamiento eficaz del teatro y su buen desarrollo se debió escoger como público meta a los jóvenes, siendo ellos los que más se ven involucrados con el entorno cultural moderno como el cine y la música. Siendo este público el que más puede influenciar a los niños quienes ven con admiración a los más grandes. Los jóvenes también logran motivar a los adultos a que los acompañen a los eventos culturales como parte de la unión familiar, cabe mencionar que los jóvenes son el futuro, por lo que tienen que estar bien preparados en la educación y en la cultura.

Para lograr impulsar el teatro en los jóvenes es necesario utilizar la cultura del municipio ya que es muy rica y ancestral. Se deberá crear obras que representan leyendas de la cultura de la región así como sus héroes, implementándolo en una obra de tipo tradicional donde sea muy básica pero realizando argumentos reflexivos que logren concientizar al público, que les de un rato de entretenimiento pero que también les deje algo al final. Tomando en cuenta que con esto se logrará que los jóvenes se identifiquen con la temática y los personajes de las obras, logrando captar su interés y para mantenerlos interesados se buscará que las obras sean dinámicas y entretenidas.

Se debe lograr una obra divertida y reflexiva, tratando de incorporar otros tipos de arte en escena como la danza, el canto y la música. Se debe promocionar la obra con la obra misma, es decir, ponerla en escena en presencia de todos los habitantes, resultando así más efectivo el impacto, que publicitarla con anticipación, se debe promover de manera más personal, se debe atraer a los jóvenes por medio de invitaciones a sus escuelas o mediante publicidad constante dentro de la misma comunidad.

Para lograr que los jóvenes acudan con regularidad se concluyó en utilizar lugares al aire libre, espacios abiertos donde se realicen las obras con el fin de aprovechar los escenarios naturales que proporciona el municipio, con esto no solo se está impulsando el teatro sino se esta promoviendo al municipio y sus atractivos turísticos. Al presentar los espectáculos en espacios abiertos se conseguirá crear curiosidad de acudir a ver lo que sucede en el lugar ya que estará expuesto a la vista de cualquiera que pase por el lugar.

7.2 Recomendaciones

Basándose en los resultados de la investigación y en base a algunos de los principios de mayor relevancia de la mercadotecnia cultural, se determinaron una serie de recomendaciones a favor de la eficacia en el desempeño de la estrategia de mercadotecnia cultural y su seguimiento.

- Conocer a profundidad tu segmento de mercado.

Al plantearse los organizadores la búsqueda de la asistencia del público y la satisfacción de los mismos ante el realce de la actividad teatral, se debe poner del lado del consumidor, siempre estar al tanto de los cambios en comportamiento del público; cuales son su nuevos gustos que provocan factores externos o en su mismo entorno, estar al tanto de las necesidades de la audiencia, para ir modificando de acuerdo a los nuevos gustos del público.

- La creación de accesibilidad.

Llegar al pueblo acercándose también a las comunidades alejadas con espectáculos medianos, se ha establecido que los pueblos más alejados es muy difícil que conozcan el teatro y por lo tanto no acudirán a ver una obra por lo que hay que llevársela. Se debe tomar en cuenta otras opciones para lograr un desarrollo teatral y no despreciar otros sectores, manteniéndose con el mismo público pero al logra un posicionamiento se podrá entonces captar a otro tipo de público al que tradicionalmente, este tipo de oferta artística está más cerrada por razones económicas, educativas y culturales, además del poco apoyo estatal que se cuenta en este sentido.

Así como se puede apreciar estos espectáculos de manera gratuita ya con el aporte de las instituciones aliadas, se puede realizar una estrategia de precio donde se cobre por una obra pero a precios accesibles, es indispensable ofrecer una oferta amplia y de calidad de posibilidades teatrales para todos los gustos y bolsillos.

- Alianzas estratégicas con la empresa privada.

Para lograr obras de calidad a un costo menor es recomendable crear alianzas con el Estado y las autoridades municipales que puedan patrocinar las campañas teatrales y apoyen a los grupos teatrales a recorrer el municipio con sus obras, al igual que aliarse con las universidades de la zona que impartan licenciaturas de teatro a participar en talleres teatrales por medio del servicio social. Y reafirmar las alianzas ya establecidas con los organismos que ya han trabajado con el municipio en un principio.

- Focalizarse en una ventaja competitiva: el teatro.

Se debe promover los atributos que conllevan el teatro y exponer los beneficios que aporta a los jóvenes. El teatro nos llama la atención sobre el valor de la memoria, la importancia de las identidades culturales y el pasado histórico. Porque es lo único que podemos oponer realmente a los productos importados. Algunas ventajas que se pueden explotar para impulsar el teatro son:

- El teatro es una herramienta para educar al público.
- Es versátil en su aplicación; puede ser cómica, dramática o puede representar temas sociales.
- Es dinámica, logra una interacción con la audiencia al sentirse identificada con los personajes.
- Es reflexiva debido a que se puede encontrar respuestas a muchos cuestionamientos que no son tratados en la vida real.
- Puede ser motivacional para que fluya el turismo.
- Desarrolla en la mente de los jóvenes un pensamiento crítico.