Conclusiones

El objetivo general de este proyecto fue evaluar y hacer una serie de propuestas de mejora para *Inmueble* que es un medio especializado que sirve a los usuarios en la búsqueda de bienes raíces en la zona conurbada Veracruz – Boca del Río.

Como resultado al punto de la evaluación se reporta que 98.4% no conoce la revista lo cual hace pensar que como primer y principal propuesta es realizar una campaña publicitaria de conocimiento del producto.

Entre los puntos que se vieron para cumplir con el objetivo general se puede concluir que:

- Se apreciaron las generalidades que debe tener una revista así como sus caraterísticas, componentes y un poco de su historia.
- Se conocieron aspectos de mercadotecnia, mercadología y publicidad que apoyan y dan base al proyecto.
- Se vieron los alcances y limitaciones de los diferentes medios de comunicación que anuncian bienes raíces en la zona Veracruz – Boca del Río destacando que el periódico es el medio masivo a vencer.

Entre los resultados más importantes que arrojaron las encuestas fueron:

- El 84.6% de la población busca inmuebles por medio del periódico.
- El 96.4% de la población NO conoce ninguna revista inmobiliaria.

- El 71.1% de la población Sí utilizaría una revista inmobiliaria por saber qué venden y por tener más alternativas.
- El 28.4% dijo que NO usaría una revista inmobiliaria porque no la necesita o es muy cara.
- Lo que más le gustaría encontrar a la población en una revista con giro en los bienes raíces son los datos de la inmobiliaria con el 39.3% y lo que menos les gustaría encontrar son datos de servicios y productos con el 7.5%.
- Dentro de las características físicas lo que más agrada a la población es la calidad en el diseño con el 39.2% y lo que menos les agrada es si es a color con el 9.1%.
- El 98.4% de la población NO conoce la revista *Inmueble.*
- Al 78.9% de la población le gustaría encontrar la revista *Inmueble* en los puestos de periódicos.

Las propuestas de mejora se dividió en tres grupos, el más importante de los puntos es el que apoye a promocionar la revista *Inmueble*. En esta campaña van a usar medios masivos como la radio, prensa y el volanteo. Se va a distribuir en su mayoría en puestos de periódicos, se va a encartar dentro de El Dictamen y se va a realizar una página web de la revista y el costo aproximado de esto es de $37,117.33 pesos.

En conclusión queda la confianza de haber realizado un estudio bien hecho y confiable para fines de la revista, y estos resultados se van a poner en marcha para que *Inmueble* se convierta en una verdadera opción en la búsqueda de bienes raíces.