

## CAPÍTULO 5

El presente capítulo tiene como objetivo mostrar los resultados del *focus group* aplicado a los habitantes de Cholula nacidos en la región, los estudiantes de la Universidad de las Américas Puebla que viven en Cholula y los residentes de la zona que son de otras partes de país. Con estos resultados se busca conocer los gustos y preferencias en revistas turísticas impresas.

### 5.1 RESULTADOS

A partir de los datos recolectados se cree que la información que se debe manejar aparte de hablar de los lugares turísticos, es hablar de las personas influyentes en esta zona. Es necesario decir que lo que más gusto fueron las imágenes y después el contenido, ya que se concluyó que era lo que captaba la atención del consumidor.

El costo de la revista debe ser entre 15 y 20 pesos, ya que es lo que los integrantes del grupo están dispuestos a pagar por una publicación de este tipo, tomando en cuenta que antes sugirieron que estas fueran gratis, aunque sea por una temporada, en lo que se le creaba una necesidad al público meta.

El formato a utilizar debe ser el de bolsillo, tanto por comodidad como practicidad, ya que si se pierde este factor podría dejar de ser atractivo para el consumidor.

La publicidad debe ir de acuerdo con las preferencias y necesidades tanto de los habitantes de la zona como los turistas, que buscarían empaparse de la cultura del lugar.

### 5.2 CONCLUSIONES

Desde la propuesta de tesina se contempló como un proyecto de creación de una revista, que ayudara a entender el funcionamiento de una revista turística, y que sus contenidos y diseño fueran aceptados por la comunidad que reside en Cholula. Es por esto que se creó el *focus group*, para poder saber cuáles serían las características que harían a esta revista altamente consumible por su público meta. En esta tesina se revisaron los aspectos turísticos que harían de Cholula un buen lugar para lanzar una revista turística, los antecedentes históricos de la revista, la revista en la actualidad, la teoría de usos y gratificaciones, la metodología cualitativa en específico el *focus group*; que todos estos temas lograron la comprensión para la realización de un proyecto editorial.

Queda esta propuesta de creación, que propone ya contenidos, diseño y publicidad, dejándolo de manera abierta para un futuro desarrollo. Fue gracias al conocimiento de la revista desde sus antecedentes históricos hasta como funciona en la actualidad, investigación en la zona Cholula, diseño editorial y formatos de redacción, los que ayudaron a la terminación de este proyecto. De esta forma se concluye el ciclo de propuesta de una revista turística para la zona de Cholula, que si se llevara a cabo su lanzamiento podría proporcionar a los habitantes de la zona un espacio de retroalimentación y conocimiento. Con la creación de esta propuesta de tesina me di cuenta como fui aumentando mis capacidades para organizar desde mi tiempo hasta las lecturas que tenía que realizar. Lo que más trabajo me costo fue la parte final es decir el *focus group*, ya que al principio no tenía mucha idea de lo que haría, pero una vez que puse en claro que era lo que necesitaba, todo se dio de la manera correcta.

La aportación profesional que me deja esta investigación es la de saber que los mercados pueden ser muy variados y a veces se da por sentado, que un grupo pueda tener ciertas cualidades y gustos. Hacer una revista turística como esta para la región de Cholula sin duda sería un producto que ocuparía tiempo completo de los participantes y mucha organización, dado que un sitio como este lleno de lugares tradicionales o modernos, conservadores o insólitos, es imposible de abarcar en una sola mirada. Este proyecto propone la creación de una revista guía para los turistas y los habitantes de la zona, en el que se pueda experimentar al máximo el espacio rural y las nuevas zonas urbanas, llenas de artistas, profesionales, inversionistas, estudiantes y familias, que han dado pie para el crecimiento inimaginable de esta comunidad. Para finalizar queda decir que este proyecto puede aportar a futuro la oportunidad de lanzar un producto serio y proactivo para la comunidad de Cholula.