



# UNIVERSIDAD JUÁREZ AUTONOMA DE TABASCO

## RECONOCIMIENTO Y POSICIONAMIENTO DE STUDIO105 EN EL SECTOR CREATIVO

PRIEGO DIAZ ESTEPHANY GUADALUPE  
RODRIGUEZ VICHEL KARLA ROBERTA  
SANTIAGO FLORES NATALIA ABIGAIL  
TURCIOS LEYVA OMAR ALBERTO

1/11/2025



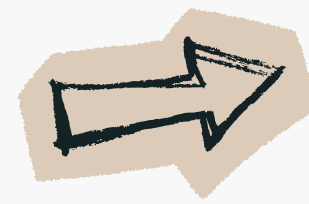
# PROBLEMA Y OPORTUNIDAD

## PROBLEMA

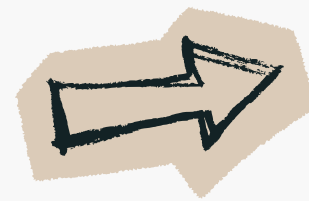
Studio 105 enfrenta una baja visibilidad en el sector creativo y una propuesta de valor poco diferenciada, lo que limita su capacidad para destacar frente a la competencia y conectar eficazmente con su público objetivo.

## OPORTUNIDAD

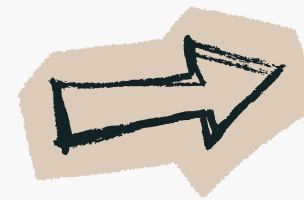
Al identificar las necesidades del mercado, analizar a la competencia y evaluar la percepción actual de su propuesta, Studio 105 puede:



**Reforzar su identidad de marca**



**Mejorar su comunicación y servicio**




**Posicionarse como una opción única y relevante en el sector creativo**

# OBJETIVOS DE INVESTIGACION

## OBJETIVO GENERAL:

- Conocer las necesidades del mercado para fortalecer la propuesta de valor de Studio 105 mejorar su visibilidad en el sector creativo y diferenciarse de la competencia.

## OBJETIVOS ESPECÍFICOS:

- Identificar las necesidades del segmento de mercado de Studio 105
  - Explorar las características de la competencia
  - Evaluar la percepción de la propuesta de valor de Studio 105
  - Detectar oportunidades de mejora en comunicación y servicio
- 

# METODOLOGÍA MIXTA

**Cualitativo**

**Entrevistas:**

- **CEO de Studio 105**
- **Alumnos de ultimos semestres**

**Cuantitativo**

**Encuesta estructurada a 30 personas (Clientes y no clientes)**

**convergencia**

**Insights**

- **La Calidad y el Trato son más importantes que el Precio.**
- **La Experiencia profesional es un gancho, pero no se comunica claramente su valor diferencial.**
- **La Puntualidad en la entrega y la atención personalizada son cruciales para la confianza y recomendación.**

# PRINCIPALES HALLAZGOS

## (CUALITATIVOS)

01

“Prefiero pagar más si la calidad lo vale”

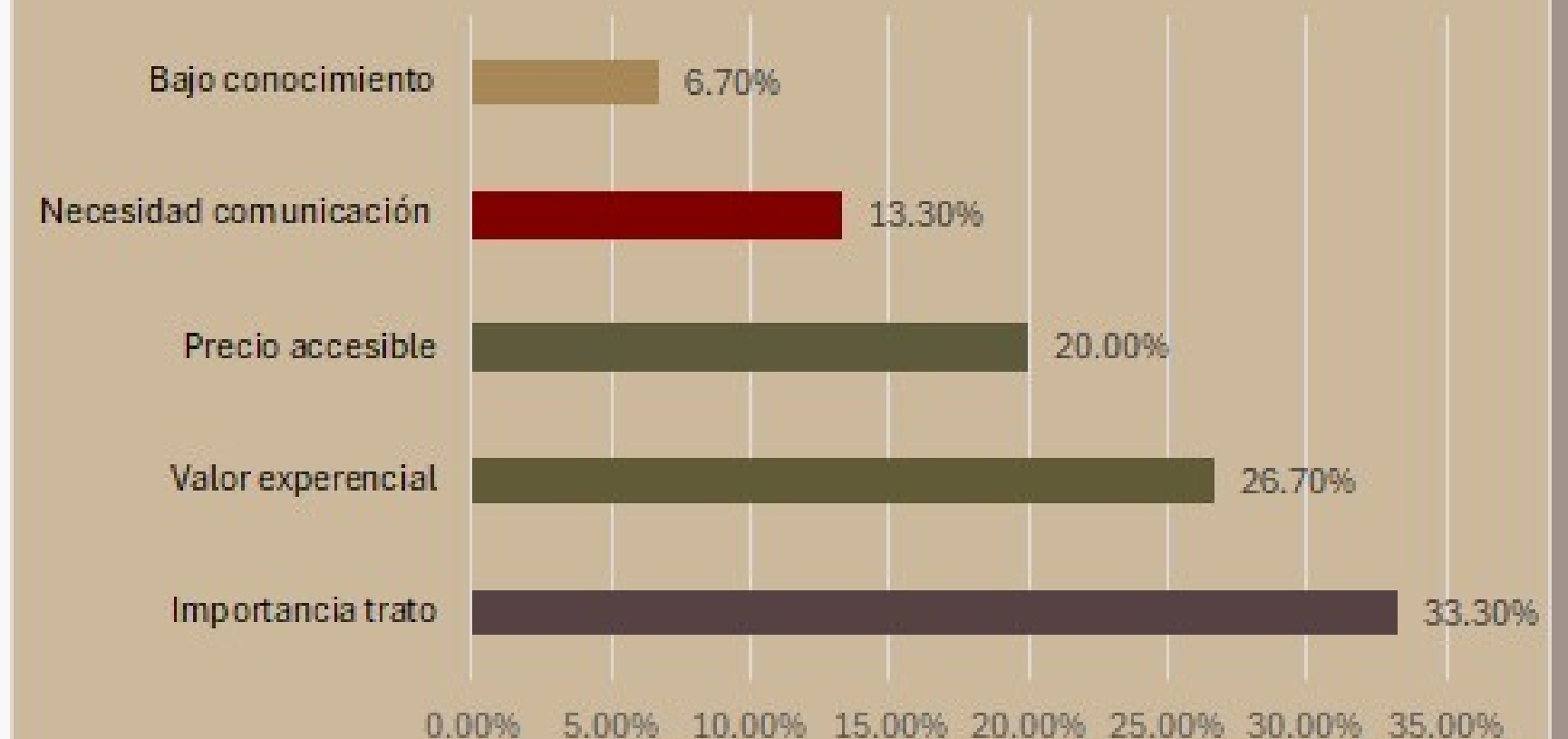
02

“Me gustaría sentirme cómodo y que me guíen en cada detalle”

03

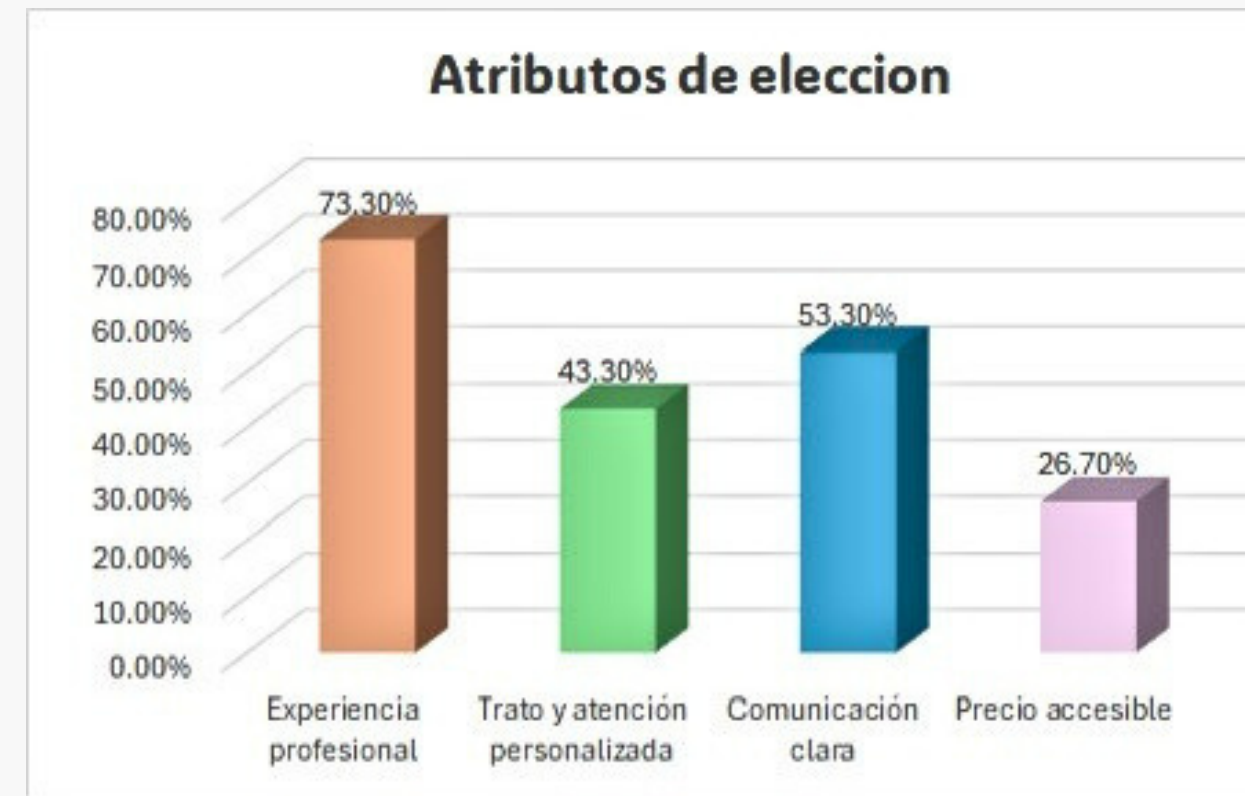
“Lo que me decepciona es la falta de puntualidad y profesionalismo”

Frecuencia de código



# PRINCIPALES HALLAZGOS

## (CUANTITATIVOS)



# MATRIZ DE CONVERGENCIA

Tema / Código	Hallazgo cualitativo	Métrica cuantitativa	Insight convergente
<b>VAL_EXP</b>  (Valor experiencial)	Los clientes destacan la atención personalizada y el acompañamiento durante la sesión.	73.3 % elige Studio105 por la experiencia y el trato recibido (≥4/5)	La experiencia emocional es el principal diferenciador competitivo; debe mantenerse como eje central de la propuesta de valor.
<b>NEC_COM</b>  (Necesidad de comunicación)	Los clientes expresan falta de claridad en la información sobre los servicios y beneficios.	Solo 53.3% percibe una comunicación clara y diferenciada (≤ 3/5)	Se requiere una estrategia comunicacional más efectiva, que refuerce el valor del servicio y

<b>IMP_TRA</b>  (Importancia del trato)	Se valora la guía profesional y el trato amable durante la atención.	43.3 % prioriza el trato sobre el precio al elegir el servicio.	La personalización y empatía del equipo son factores clave de decisión; deben potenciarse en la capacitación y narrativa de marca.
<b>BAJ_CON</b>  (Bajo conocimiento de marca)	La mayoría de los clientes conoce Studio105 por recomendación o redes, pero su visibilidad es limitada.	72.4 % indica no conocer previamente la marca.	Es necesario fortalecer la presencia digital y generar reconocimiento a través de contenido social y campañas de posicionamiento.

# RECOMENDACIONES PRIORIZADAS

## Paquetes combinados con descuentos

**Objetivo:** Aumentar las ventas ofreciendo precios accesibles y servicios atractivos.

Crear 3 paquetes principales (por ejemplo: básico, premium y evento especial).

Ofrecer promociones por temporada (graduaciones, Día de la Madre, Navidad, etc.).

Promocionar los paquetes en redes sociales con fotos llamativas y precios claros.

**Resultado esperado:** Llamar la atención de nuevos clientes con ofertas reales y mostrar que Estudios 105 ofrece calidad a precios razonables.

**Resultado esperado:** Los clientes se sentirán valorados y preferirán volver a Estudios 105 en lugar de probar con la competencia.

Crear una **base de datos** de clientes con su nombre, contacto y tipo de servicio que contrataron.

**Objetivo:** Mejorar la atención al cliente y dar una imagen profesional.

## WhatsApp Business con automatización

Configurar un perfil empresarial con el logo del estudio, dirección, horario y enlace a redes.

Activar mensajes automáticos

Usar respuestas rápidas para cotizaciones o información básica (precios, ubicación, horarios).

Agregar un enlace directo a WhatsApp en Instagram y Facebook para que los clientes contacten fácil.

**Resultado esperado:** Comunicación más rápida, imagen profesional y mayor confianza de los clientes.

**Programa de digitalización digital**  
**Objetivo:** Lograr que los clientes regresen y recomienden el estudio.

Usar **redes sociales o WhatsApp Business** para enviarles promociones exclusivas (por ejemplo: "por tu segunda sesión, 10% de descuento").

Dar **puntos** o beneficios por cada sesión, recomendación o comentario positivo en redes.

Diseñar una pequeña **tarjeta digital o código QR** con el programa de lealtad.

# PLAN DE IMPLEMENTACIÓN

## Objetivo general

*Fortalecer el reconocimiento y posicionamiento digital de Studio 105 en Villahermosa, mejorando la comunicación de su propuesta de valor y la experiencia del cliente.*

Objetivo	Acciones/Responsable	Plazo/Indicadores
<b>1. Rediseñar estrategia de comunicación digital</b> Aumentar la visibilidad del estudio en redes sociales.	<ul style="list-style-type: none"><li>• Crear contenido profesional (reels, portafolio, testimonios).</li><li>• Publicar de forma constante en Instagram y Facebook.</li><li>• Responder mensajes con atención personalizada.</li></ul> Equipo de marketing / Fotógrafo principal.	<b>Plazo:</b> 1 mes. <b>Indicadores:</b> Crecimiento del 30% en interacción y seguidores.
<b>2. Capacitación en atención personalizada</b> Mejorar la experiencia del cliente y el trato durante las sesiones.	<ul style="list-style-type: none"><li>• Taller interno de atención y asesoría fotográfica.</li><li>• Simular sesiones con distintos perfiles de clientes.</li></ul> Dirección de Studio 105.	<b>Plazo:</b> 2 semanas. <b>Indicadores:</b> Mayor satisfacción del cliente en encuestas.
<b>3. Promociones y paquetes temáticos</b> Atraer nuevos clientes y fidelizar los actuales.	<ul style="list-style-type: none"><li>• Ofrecer descuentos por recomendación.</li><li>• Crear paquetes de temporada (graduaciones, eventos, retratos).</li></ul> Administración del estudio.	<b>Plazo:</b> 2 meses. <b>Indicadores:</b> Incremento del 25% en reservas.
<b>4. Optimizar procesos de entrega</b> Cumplir puntualmente con la entrega de fotografías y mejorar la percepción del servicio.	<ul style="list-style-type: none"><li>• Establecer cronogramas de entrega claros.</li><li>• Implementar galerías digitales para clientes.</li></ul> Área de producción.	<b>Plazo:</b> 1 mes. <b>Indicadores:</b> Reducción de quejas por retrasos.

# AGRADECIMIENTOS

Agradecemos profundamente al microempresario Sr. Bedher Zapata Laines de Studio 105 por su colaboración y confianza, permitiendo el uso de su información para el proyecto y sus conclusiones.

También extendemos nuestro agradecimiento a nuestra guía, la Maestra Minerva, y a nuestros compañeros por su apoyo constante.

Nos llevamos un gran aprendizaje, superando desafíos con inteligencia y adquiriendo la habilidad clave de escuchar al público, entender sus opiniones y la importancia de la adaptación para lograr un buen posicionamiento de marca.

# DATOS DE CONTACTO

**Nombre del negocio:** Studio105

**Propietario:** Bedher Zapata Laines

**Dirección:** Samarkanda cerrada los mangos. Sector sauces

**Telefono:** 9935132540

**Antigüedad del negocio:** Desde 1999 con 26 años de experiencia

**Giro:** Estudio Fotográfico

## Equipo de Investigación

Natalia Abigail Santiago Flores

- **Liderazgo/P (plan)**

Estephany Gpe Priego Díaz

- **Logística/campo**

Karla Roberta Rodríguez Vichel

- **Redacción/visual**

Omar Alberto Turcios Leyva

- **Análisis cualitativo y cuantitativo**

# PREGUNTAS ? ?

**Damos por concluido nuestra presentación, agradecemos su atención prestada durante este tiempo, y en este momento queda abierto el espacio para preguntas o comentarios que gusten compartir. Muchas gracias!**



# NOTAS DE ORADOR

## Diapositiva 1

Problema:

Studio 105 tiene baja visibilidad en el sector creativo y su propuesta de valor no está claramente diferenciada. Esto dificulta que se destaque frente a la competencia y que conecte efectivamente con su público.

Oportunidad:

Si se identifican las necesidades del mercado, se analiza a la competencia y se evalúa cómo se percibe actualmente la marca, Studio 105 puede reforzar su identidad, mejorar su comunicación y posicionarse como una opción única y relevante.

## Diapositiva 2

Objetivo general:

Conocer las necesidades del mercado para fortalecer la propuesta de valor de Studio 105 y mejorar su visibilidad frente a la competencia.

Objetivos específicos:

- Identificar las características de la competencia directa
- Evaluar la percepción de los clientes actuales
- Explorar las necesidades de los consumidores potenciales
- Detectar áreas de mejora en comunicación y servicio

## Diapositiva 3

Nuestra investigación utilizó una Metodología Mixta, que combinó entrevistas (Cualitativo) a líderes y alumnos, y una encuesta estructurada a 30 personas (Cuantitativo). Esta convergencia arrojó Insights cruciales: los clientes valoran la Calidad y el Trato por encima del Precio. Aunque nuestra Experiencia profesional es un gancho, debemos comunicarla mejor. Finalmente, la Puntualidad y la Atención Personalizada son factores decisivos para la confianza y la recomendación.

## Diapositiva 4

Principales Hallazgos (Cualitativos)

Los hallazgos cualitativos revelan que los clientes están dispuestos a "pagar más si la calidad lo vale" y buscan sentirse cómodos y guiados en todo momento. Su mayor frustración con la competencia es la falta de puntualidad y profesionalismo, lo que nos da una ventaja para diferenciarnos. La codificación de las respuestas confirma esta prioridad, destacando que el Trato (33.30%) y el Valor Experiencial (26.70%) son los aspectos más importantes, quedando el Precio en un lugar secundario.

## Diapositiva 5

Principales Hallazgos (Cuantitativos)

En el plano cuantitativo, encontramos que el Conocimiento de Marca es bajo (solo 28%), lo que subraya una gran oportunidad de crecimiento. Los atributos de elección confirman lo cualitativo: la Experiencia Profesional (73.30%) es el factor de decisión más fuerte, seguido por la Comunicación Clara y el Trato. Lo más importante es que, a pesar del bajo conocimiento, quienes nos conocen demuestran una Alta Satisfacción del 72%, lo que prueba la solidez de nuestro servicio y que la estrategia debe enfocarse en aumentar el alcance y dar a conocer nuestro valor diferencial.

## Diapositiva 6

Matriz de Convergencia

Esta matriz reúne los principales hallazgos del estudio.

Detectamos tres aspectos clave:

1. La experiencia personalizada es el mayor valor para los clientes.
2. Existe falta de claridad en la comunicación de los servicios.
3. Hay bajo conocimiento de la marca, la mayoría llega por recomendación.

Esto confirma la necesidad de fortalecer la comunicación y la presencia digital.

## Diapositiva 7

En la siguiente diapositiva habla sobre las recomendaciones priorizadas: que son las acciones más importantes que Studio105 debería aplicar primero para mejorar sus ventas y su relación con los clientes.

Paquetes combinas\*: serán ofrecer combos que mezclen varios servicios a un precio más atractivo como promocionar paquetes, promociones en temporada y paquetes básicos.

Whatsapp de negocios\*: usar la versión empresarial de WhatsApp para responder rápido a los clientes como: usar respuestas rápidas, agregar enlace en otras aplicaciones y mensajes automáticos para responder dudas.

Programa de fidelización digital\*, que es: Crear un sistema para premiar a los clientes que regresan o recomiendan el servicio: puntos por usar su servicio o compras base de datos, tarjeta digital, etcétera

## Diapositiva 8

Plan de Implementación

Este plan tiene como objetivo mejorar el posicionamiento digital de Studio 105 y la experiencia del cliente.

Incluye cuatro acciones principales:

1. Rediseñar la comunicación digital con contenido profesional y publicaciones constantes.
2. Capacitar al personal para mejorar la atención personalizada.
3. Crear promociones y paquetes temáticos para atraer y fidelizar clientes.
4. Optimizar la entrega de material fotográfico para reducir retrasos.

Cada acción tiene responsables, plazos definidos y métricas de seguimiento."

## Diapositiva 9

En esta diapositiva les mostramos los datos de contacto de Studio 105 y damos por concluida nuestra presentación, agradecemos su atención prestada durante este tiempo, y en este momento queda abierto el espacio para preguntas o comentarios que gusten compartir. Muchas gracias!