INSTITUTO SUPERIOR

TECNOLÓGICO

SAN ANTONIO

Escuela de negocios

Propuesta de implementación de una página web en WordPress para optimizar el proceso de atención al cliente en foto Estudio Garzón, ubicado en el sector Barrio Nuevo de Quito, durante el primer semestre de 2025.

Jessica Fernanda Garzón Villamar

Carrera

Trabajo de fin de carrera presentado como requisito

para la obtención del título de

Tecnólogo Superior en Marketing Digital

Quito, 11 de mayo de 2025

INSTITUTO SUPERIOR

TECNOLÓGICO

SAN ANTONIO

Escuela de negocios,

HOJA DE CALIFICACIÓN

DE TRABAJO DE FIN DE CARRERA

Propuesta de implementación de una página web en WordPress para optimizar el proceso de atención al cliente en foto Estudio Garzón, ubicado en el sector Barrio Nuevo de Quito, durante el primer semestre de 2025.

Jessica Fernanda Garzón Villamar

Katherin Manzur, Magister

Quito, 11 de mayo de 2025

DERECHOS DE AUTOR

Por medio del presente documento certifico que he leído todas las Políticas y Manuales del Instituto Superior Tecnológico San Antonio TESA, incluyendo la Política de propiedad Intelectual TESA, y estoy de acuerdo con su contenido, por lo que los derechos de propiedad intelectual del presente trabajo quedan sujetos a lo dispuesto en esas Políticas.

Asimismo, autorizo a TESA para que realice la digitalización y publicación de este trabajo en el repositorio virtual, de conformidad a lo dispuesto en el Art. 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior.

Nombres y apellidos: Jessica Fernanda Garzón Villamar

Código estudiante: 2789

Cédula de identidad: 1723514103

Lugar y fecha: Quito, mayo de 2025

ACLARACIÓN PARA PUBLICACIÓN

Nota: El presente trabajo, en su totalidad o cualquiera de sus partes, no debe ser considerado como una publicación, pese a estar disponible sin restricciones a través de un repositorio institucional. Esta declaración se alinea con las prácticas y recomendaciones presentadas por el Committee on Publication Ethics COPE descritas por Barbour et al. (2017) Discussion document on best practice for issues around theses publishing, disponible en ttp://bit.ly/COPETheses.

UNPUBLISHED DOCUMENT

Note: The following capstone project is available through Instituto Superior Tecnológico San Antonio TESA institutional repository. Nonetheless, this project – in whole or in part – should not be considered a publication. This statement follows the recommendations presented by the Committee on Publication Ethics COPE described by Barbour et al. (2017) Discussion document on best practice for issues around theses publishing available on http://bit.ly/COPETheses.

DEDICATORIA

Quiero dedicar este logro primero al pilar fundamental de mi vida, mi hija, quien es el motor y la razón principal para seguir adelante y no darme por vencida, segundo dedicar este triunfo también a mi familia quienes han estado en cada paso de este camino, gracias por su amor, su apoyo incondicional y por último dedicar también este logro a mis maestros por su guía constante y por cado uno de los conocimientos transmitidos.

Este logro no es solo mío sino también de todos ustedes.

Con todo mi cariño y gratitud.

AGRADECIMIENTO

Quiero expresar mi más sincero agradecimiento a todas las personas que de una u otra forma han estado conmigo en este largo camino, primero agradecer a Dios por llenarme de su bendición para culminar esta ardua etapa de mi vida, segundo agradecer a mi familia por su apoyo y animo constante, por creer en mí y no permitir que decaiga cuando el camino se ha tornado difícil, tercero agradecer a mis maestros quienes con paciencia y pasión me han transmitido todo su conocimiento y amor por esta carrera, su compromiso por la enseñanza sin duda alguna ha sido muy valioso y cuarto agradecer a mis compañeros y amigos quienes han hecho que el camino hacia el éxito sea mas llevadero, por brindarme también parte de sus conocimientos, experiencias y esa mano amiga sin esperar nada a cambio.

RESUMEN

El estudio realizado en Foto Estudio Garzón tuvo como objetivo principal proponer la implementación de una página web en WordPress para optimizar el proceso de atención al cliente durante el primer semestre de 2025. Para alcanzar este objetivo, se utilizó una metodología basada en un estudio de mercado que incluyó encuestas a usuarios del sector, con el fin de identificar sus preferencias, necesidades y expectativas respecto a los servicios fotográficos.

Los resultados mostraron que la mayoría de los encuestados pertenece a un rango de edad joven (25-34 años) y tiene una alta frecuencia de uso de Internet, especialmente a través de dispositivos móviles, se identificó la necesidad de contar con una página web con información clara sobre los servicios, precios y promociones, así como funcionalidades como la reserva de citas y el pago en línea.

Se concluyó que la creación de una página web bien diseñada, rápida y optimizada para móviles puede mejorar significativamente la atención al cliente, aumentar la conversión de visitas en clientes y ofrecer una experiencia más satisfactoria para los usuarios y en base a estos resultados, se recomienda desarrollar una página web que incluya atención al cliente en línea, opciones de pago digital y una estructura visual atractiva y profesional.

Palabras claves: página web, atención al cliente, marketing digital, servicios fotográficos, optimización web, encuesta, diseño web y experiencia del usuario.

ABSTRACT

The study conducted at Foto Estudio Garzón aimed to propose the implementation of a WordPress website to optimize the customer service process during the first half of 2025. To achieve this objective, a methodology based on market research, including surveys from users in the sector, was used to identify their preferences, needs, and expectations regarding photographic services.

The results showed that most respondents belong to a younger age group (25-34 years) and have a high frequency of internet use, especially through mobile devices, the need for a website with clear information about services, prices, and promotions was identified, along with functionalities such as appointment booking and online payments.

It was concluded that creating a well-designed, fast, and mobile-optimized website could significantly improve customer service, increase conversion from visitors to clients, and offer a more satisfying user experience and based on these findings, it is recommended to develop a website that includes online customer support, digital payment options, and an attractive, professional visual structure.

Keywords: website, customer service, digital marketing, photographic services, web optimization, survey, web design, and user experience.

TABLA DE CONTENIDOS

CAPÍTULO IINTRODUCCIÓN 13

1.1. Planteamiento del Problema 13

1.2. Justificación 14

1.3. Alcance 16

1.4. Objetivos General y Específicos 16

CAPÍTULO IIMARCO TEÓRICO 18

2.1. La relevancia de un sitio web en la atención al cliente digital. 18

2.2. Diseño centrado en el usuario y adaptación a sus necesidades 18

2.3. Planificación estratégica y gestión efectiva del sitio web 20

2.4. Herramientas digitales para mejorar la comunicación y la experiencia del cliente 20

2.5. Funcionalidades clave para una experiencia web óptima 21

2.6. Estrategias de posicionamiento y conversión en entornos digitales 23

2.7. Fidelización, redes sociales y evolución continua del sitio web 25

2.8. Marco conceptual 27

2.9. Marco legal 28

CAPÍTULO III. MARCO METODOLÓGICO 30

3.1. Tipo de investigación 30

3.2. Enfoque 30

3.3. Herramientas metodológicas 31

3.4. Técnicas 32

3.5. Estudios iniciales 32

3.6. Desarrollo 36

CAPITULO IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN 42

4.1. Análisis de resultados (descripción) 42

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES 55

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS 58

ANEXO A: Producto entregable 60

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 . Matriz de operacionalización de las variables 35

Tabla 2 . Criterios de Inclusión y Exclusión 35

Tabla 3 . Población y muestreo 36

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 : Variable dependiente 33

Figura 2 : Variable independiente 34

Figura 3 : Edad 42

Figura 4 : Sexo 43

Figura 5 : Estado civil 43

Figura 6 : Ingresos 44

Figura 7 : Frecuencia uso internet 45

Figura 8 : Dispositivos acceso internet 46

Figura 9 : Contratación servicio por página web 46

Figura 10 : Elementos en página web 47

Figura 11 :Información en página web 48

Figura 12 : Funcionalidades en página web 48

Figura 13 : Preferencia de contactos 49

Figura 14 : Importancia atención en línea 50

Figura 15 : Importancia visual en página web 51

Figura 16 : Velocidad en página web 52

Figura 17 : Opciones pago en línea de página web 53

Figura 18 : Recomendación de Foto Estudio Garzón 54

CAPÍTULO I
INTRODUCCIÓN

1.1. Planteamiento del Problema

La aceleración de la digitalización en empresas tras la pandemia de 2020 ha sido clave para mejorar la competitividad. Según McKinsey & Company (2020), la crisis sanitaria impulsó una adopción digital sin precedentes, logrando en meses lo que hubiera tomado años. Esta transformación ha permitido a las empresas optimizar procesos internos y acercarse más a los consumidores a través de plataformas digitales. Las empresas enfrentan la necesidad urgente de modernizarse para seguir siendo competitivas y mejorar su eficiencia operativa.

En Quito, las Mipymes, especialmente aquellas lideradas por profesionales mayores de 40 años, muestran una adopción digital limitada. Un informe de la Cámara de Comercio de Quito (2021) revela que solo el 35% de las Mipymes tienen presencia digital activa. A pesar de utilizar redes sociales como Instagram y Facebook para promoción, muchas empresas del sector fotográfico no aprovechan el potencial de plataformas como Pinterest, lo que limita su visibilidad y crecimiento. Según CEPAL (2021), el 56% de las Mipymes latinoamericanas no utilizan plataformas digitales para gestionar la relación con los clientes, lo que refleja una falta de aprovechamiento de las herramientas digitales.

Foto Estudio Garzón enfrenta retos en la atención al cliente, aún manejada con procesos manuales y documentos físicos. Google (2021) indica que las empresas que implementan herramientas digitales lograron incrementar su rentabilidad desde un 20% hasta un 30% anualmente mostrando el impacto positivo de la digitalización para ser más competitivos. La falta de digitalización genera ineficiencias y afecta la satisfacción de los clientes, quienes actualmente buscan respuestas rápidas y servicios accesibles. Un estudio de PwC (2021) revela que el 59% de los consumidores cambiarían de proveedor si una empresa

no tiene una página web funcional, lo que subraya la necesidad de mejorar la experiencia digital.

En el ámbito competitivo, Salesforce (2022) señala que el 80% de los consumidores valoran la experiencia de atención al cliente tanto como el producto, y el 70% espera opciones de autoservicio en línea, como plataformas de atención 24/7. Además, Statista (2023) reporta que el 78% de los fotógrafos profesionales en América Latina usan Instagram como herramienta principal de promoción, pero solo un pequeño porcentaje maximiza otras plataformas digitales. No implementar soluciones digitales pone a las empresas en riesgo de quedar atrás en un mercado digitalizado, perdiendo oportunidades de captar nuevos clientes y mejorar la eficiencia operativa. La falta de una página web adecuada y herramientas modernas de atención al cliente puede afectar su crecimiento y competitividad a largo plazo.

La investigación sobre la implementación de herramientas digitales para optimizar los procesos de atención al cliente en Foto Estudio Garzón, en línea con las expectativas de los consumidores de Barrio Nuevo de Quito, lleva a la pregunta central: ¿Cómo puede la implementación de una página web optimizar los procesos de atención al cliente en Foto Estudio Garzón, considerando las preferencias de los usuarios del sector de Barrio Nuevo de Quito?

1.2. Justificación

Investigar cómo usar herramientas digitales como una página web para mejorar la atención al cliente es súper importante para resolver este problema, además de ayudar a Foto Estudio Garzón a ser más eficiente, tanto en el manejo de su personal como de sus recursos económicos, y poner a la empresa en una mejor posición frente a la competencia. Hoy en día, la digitalización ya no es algo opcional, es necesario para seguir siendo competitivo. Esta investigación es clave porque toca un problema estructural que afecta a muchas empresas

locales del sector fotográfico, que aún no están aprovechando las herramientas digitales para mejorar sus procesos. La investigación tiene sentido porque las empresas, sobre todo las del rubro fotográfico, necesitan con urgencia adoptar herramientas digitales que les ayuden a optimizar la atención al cliente y las ventas. Vivimos en un entorno de negocios que cambia todo el tiempo, y para mantenerse competitivo es clave ser rápido y eficiente en las transacciones. Las empresas están lidiando con procesos internos basados en métodos antiguos que limitan su crecimiento, rentabilidad y capacidad de adaptarse al mercado.

El impacto social de la investigación será práctico, la optimización de la atención al cliente mediante una página web facilitará la interacción entre Foto Estudio Garzón y sus clientes, mejorando la experiencia del usuario y reduciendo costos operativos, los clientes se beneficiarán de un proceso de ventas y atención más dinámico y accesible, aumentando su satisfacción y fidelidad y el potencial de inspirar a otras empresas del sector a adoptar tecnologías digitales, promoviendo una transformación digital que aumente la eficiencia en los servicios y favorezca una economía más competitiva. La investigación brindará soluciones innovadoras al área de marketing digital especialmente para las Mipymes del sector fotográfico y servirá como modelo para otros negocios en Quito y otras ciudades, mostrando cómo las herramientas digitales pueden mejorar la atención al cliente y la competitividad.

La viabilidad de la investigación es alta, dado que Foto Estudio Garzón está comprometido con su crecimiento y proporcionará la información necesaria para el estudio. Además, se dispone de los recursos humanos y tecnológicos necesarios para implementar una página web que optimice la atención al cliente. Este estudio se alinea con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) relacionados con la industria, innovación e infraestructura, y trabajo decente y crecimiento económico, al promover la digitalización como motor de

desarrollo sostenible. Asimismo, contribuye al Plan Nacional para un Nuevo Ecuador, al fomentar la conectividad y modernización empresarial en el país.

1.3. Alcance

El alcance de esta investigación se centrará en la propuesta de implementación de una página web en WordPress para optimizar el proceso de atención al cliente en Foto Estudio Garzón, ubicado en el sector de Barrio Nuevo de Quito. El estudio se llevará a cabo durante el primer semestre de 2025. Se clasifica como un estudio descriptivo, ya que se enfocará en identificar las preferencias de los usuarios que utilizan este servicio, con el fin de definir el diseño, la funcionalidad y el contenido de la página web. El contexto geográfico del estudio estará limitado a la ciudad de Quito, específicamente al sector de Barrio Nuevo, y el contexto temporal estará restringido al primer semestre de 2025. Se limitará a la entrega de una propuesta de diseño para el sitio web, sin incluir su implementación técnica. Este enfoque se justifica en la necesidad de optimizar los procesos de atención al cliente dentro del negocio para mejorar su competitividad local. La viabilidad del estudio está garantizada por el acceso a la información primaria que actualmente posee Foto Estudio Garzón, lo que permitirá obtener datos relevantes para el desarrollo de la propuesta.

1.4. Objetivos General y Específicos

Objetivo General

Elaborar una propuesta de implementación de una página web en WordPress para la optimización del proceso de atención al cliente en Foto Estudio Garzón, ubicado en el sector de Barrio Nuevo de Quito, durante el primer semestre de 2025.

Objetivos Específicos

Conocer las preferencias y necesidades de los usuarios del sector, mediante un estudio de mercado que incluya encuestas, para la identificación de aspectos que influyen en su experiencia de atención al cliente desde una página web.

Elaborar un diseño preliminar de la página web, con el fin de la conceptualización de las secciones clave del sitio web, como la venta de servicios y la atención al cliente, basándose en los resultados obtenidos.

Evaluar la viabilidad de la implementación del sitio web mediante la elaboración de un cronograma detallado que incluya los tiempos estimados y los, para su correcta ejecución dentro de los plazos establecidos, garantizando la viabilidad operativa del proyecto.

CAPÍTULO II
MARCO TEÓRICO

2.1. La relevancia de un sitio web en la atención al cliente digital.

La llegada de la tecnología digital influyó en la comunicación de las compañías con los clientes y en su lugar actual en el mercado (Kotler, Kartajaya & Setiawan, 2021). Una oportunidad para las firmas de aumentar el servicio al cliente y de perfeccionar la experiencia del cliente fue presentada. En este sentido la web se volvió un instrumento popular para obtener acceso directo, rápido y fácil a productos y servicios (Chaffey & Ellis-Chadwick, 2019), extendiéndose a otros sectores aparte de los negocios.

Conectar la mejora de la calidad de los servicios se hace al optimizar procesos en el entorno digital, pues permite un acceso más fácil a la información, baja los tiempos de espera y perfecciona la comunicación entre clientes y compañías. En este marco el uso de herramientas tecnológicas, como una página web, responde a la necesidad de dar una experiencia que concuerde con las expectativas actuales de los consumidores (Chaffey & Ellis-Chadwick, 2019). Estos consumidores dan valor a la comodidad, rapidez y accesibilidad en la interacción con las compañías. Sin embargo crear una página web no es suficiente - es fundamental comprender las necesidades y deseos de los usuarios. Por esto el diseño de la web debe estar alineado con los resultados obtenidos de estudios de mercado y encuestas (Kotler et al., 2021). Estos elementos ayudan a conocer en profundidad las expectativas del público objetivo.

2.2. Diseño centrado en el usuario y adaptación a sus necesidades

Para lograr una implementación exitosa de una página web en un negocio como Foto Estudio Garzón, es necesario comprender a fondo las necesidades de los usuarios, lo que puede lograrse mediante el uso de encuestas electrónicas, que permiten obtener datos

cuantitativos sobre las preferencias, deseos y expectativas de los clientes (Krug, 2014), herramientas que son eficaces para recabar información directa y objetiva, es esencial considerar el comportamiento de los usuarios en el entorno digital, ya que la forma en que navegan, interactúa con los contenidos y toman decisiones de compra está influenciada por múltiples factores, como la usabilidad, la estética y la facilidad de acceso (Nielsen & Budiu, 2012), las páginas web bien diseñadas no solo mejoran la experiencia del cliente, sino que también permiten optimizar la gestión de los recursos empresariales, proporcionando datos relevantes sobre las preferencias y comportamientos de los consumidores (Laudon & Traver, 2021), la implementación de una página web en WordPress facilita la creación de un espacio dinámico y accesible que puede ser adaptado a las necesidades específicas de cada empresa, permitiendo integrar funcionalidades que optimicen el servicio al cliente, como la venta de servicios en línea, la atención personalizada mediante chatbots, o el acceso a información relevante de manera inmediata.

La selección de WordPress como plataforma para el desarrollo del sitio web responde a su amplia adaptabilidad y uso sencillo. Estas características la hacen adecuada para negocios grandes y pequeños. Con WordPress se pueden crear sitios web funcionales y atractivos. Esto se logra sin la necesidad de tener conocimientos técnicos extensos. Un punto elemental en la creación del sitio web será el diseño de la interfaz. La interfaz debe ser intuitiva, fácil de navegar y visualmente atractiva. Esto facilita la interacción de los usuarios con los servicios ofrecidos. De esta manera crece la satisfacción del cliente y se reducen los abandonos durante el proceso de compra. Para Foto Estudio Garzón, la plataforma debe enfocarse en los servicios de fotografía. Los usuarios pueden conocer con facilidad los paquetes ofrecidos, los precios y las promociones disponibles. Esto debe hacerse de una manera accesible y organizada. Sobre el diseño de un sitio web, es importante resaltar que no

solo debe atender a las necesidades estéticas, sino también a las funcionales. Un sitio web con buena estructura optimiza la experiencia del cliente. Así, los usuarios encuentran la información que buscan de manera rápida. Esto se traduce en una mayor tasa de conversión de visitantes en clientes potenciales (Nielsen, 2020). A la estructura del sitio está vinculada la facilidad de navegación, pero también a la velocidad de carga y la compatibilidad con dispositivos móviles. Estos dos factores son elementales en la fidelización de usuarios y la mejora de la experiencia digital.

2.3. Planificación estratégica y gestión efectiva del sitio web

La valoración de la puesta en marcha de la página web se hará considerando varios puntos. En estos puntos está la base tecnológica accesible, el personal preciso para controlar la página y la relación entre el gasto y la ganancia que tendrá su desarrollo y cuidado. Para este fin es necesario crear un horario con detalle. Este horario incluirá los periodos de realización de cada parte del proyecto. Con esto se puede controlar con efectividad el tiempo y los recursos asignados. Se debe lograr el cumplimiento de los periodos fijados para la primera mitad de 2025. El horario debe incluir las fases de desarrollo de la página, desde la búsqueda de información y la organización hasta el inicio y la revisión de su función. Esencial es que el personal asignado al control de la página reciba la formación correcta para mantenerla al día y en funcionamiento. A largo plazo esto apoyará el triunfo del proyecto.

2.4. Herramientas digitales para mejorar la comunicación y la experiencia del cliente

El efecto del establecimiento de una página web en el cuidado del cliente también se relaciona con la mejora de la comunicación entre la empresa y los usuarios. En un ambiente digital, la comunicación debe ser clara, rápida y efectiva - esto se puede lograr mediante el uso de herramientas como formularios de contacto, chats en vivo o respuestas automáticas (Lemon & Verhoef, 2016). Con ellas los usuarios resuelven sus dudas de manera inmediata,

mejorando la satisfacción del cliente y reduciendo los tiempos de espera. En algunos casos esos tiempos pueden generar frustración y desconfianza. Un sistema de atención en línea optimiza la interacción con los clientes, y permite a la empresa recopilar información valiosa sobre las preguntas frecuentes y los temas más solicitados, lo que se puede utilizar para mejorar los servicios y las secciones del sitio web (Kotler et al., 2021). Por medio del sistema se favorece la creación de una relación más cercana y efectiva con los usuarios, lo que aumenta la lealtad y las recomendaciones positivas. Estos aspectos son fundamentales para el desarrollo de la empresa.

2.5. Funcionalidades clave para una experiencia web óptima

La exploración sobre las preferencias del usuario y sus requerimientos tiene valor en términos de funcionalidad. Permite la identificación de las características que los clientes aprecian más en un sitio web. En seguridad facilidad de pago e información disponible sobre el servicio hay características que afectan la experiencia del usuario. Características afectan la percepción de la empresa y la decisión de compra. Se debe realizar un estudio de mercado para identificar los aspectos de mayor relevancia para los usuarios del sector. Las encuestas son la herramienta principal para la recolección de datos (Kotler et al., 2021). Esta información debe proporcionar una base para la toma de decisiones en el diseño de la página web. A la empresa le permite ajustar su oferta a las expectativas del público. La empresa maximiza su impacto en el mercado de esa manera.

Una integración de la tecnología en los negocios se presenta como un cambio en la forma en que las empresas dan sus servicios. Esto ocurre sobre todo en el contexto de atención al cliente. Las expectativas han cambiado y los consumidores requieren respuestas

más rápidas, efectivas y accesibles. La creación de una página web se presenta como una herramienta estratégica para mejorar la comunicación entre las empresas y sus clientes (Chaffey & Ellis-Chadwick, 2019). Por su disponibilidad las 24 horas del día, los siete días de la semana, las páginas web permiten que los usuarios accedan a información relevante. Es posible realizar compras o solicitar servicios en cualquier momento. Esto aumenta la eficiencia operativa de las empresas. Para Foto Estudio Garzón, tener una página web permite ofrecer un servicio más directo. Así se mejora la relación con los clientes. Se generan oportunidades de venta al tener presencia en línea.

Con relación a la optimización de procesos, la digitalización de los servicios y la automatización de la atención al cliente a través de una página web tienen un impacto en la eficiencia operativa de la empresa. Algunos procesos se automatizan. La solicitud de citas, la consulta de precios o la obtención de información sobre servicios permite que el personal de la empresa se enfoque en tareas de mayor valor. El personal se concentra en la atención personalizada o la mejora de los servicios (Laudon & Traver, 2021). Una función de calendario en línea podría permitir a los usuarios programar sesiones fotográficas. No habría intervención directa de un empleado. Disminuyen los tiempos de espera y errores humanos. El personal se puede concentrar en dar una atención más personalizada y detallada. La digitalización mejora la experiencia del cliente, la eficiencia operativa y la rentabilidad de la empresa.

El diseño web centrado en el usuario, también conocido como user-centered design, es un enfoque a la hora de desarrollar una página web. Este tipo de diseño tiene en cuenta las necesidades, expectativas y limitaciones de los usuarios finales. Se asegura que la página web sea funcional, intuitiva y fácil de usar (Krug, 2014). La filosofía del diseño centrado en el

usuario considera que una buena experiencia de usuario se logra a través de la comprensión de los comportamientos y preferencias de los usuarios. Este enfoque es relevante en el contexto de la atención al cliente. El diseño de la página web debe facilitar una navegación sencilla y directa. El diseño ofrece acceso rápido a los servicios. Se evita la sobrecarga de información (Nielsen, 2020). Se aplican principios de diseño centrado en el usuario. La página web de Foto Estudio Garzón puede maximizar su efectividad en la optimización de la atención al cliente. Los usuarios encuentran la información que necesitan y pueden acceder a los servicios ofrecidos.

En una página web, la accesibilidad juega un papel en la creación de una experiencia para el usuario. La accesibilidad web se refiere a la capacidad de la página para ser utilizada por personas con capacidades distintas. Entre el conjunto de personas se incluye a aquellas con discapacidades visuales, auditivas o motoras. Es necesario implementar características como el texto alternativo en imágenes. La posibilidad de aumentar el tamaño de las fuentes y la navegación mediante teclado forma parte de las características (Nielsen & Budiu, 2012). Esto mejora la experiencia del usuario y amplía el alcance de la empresa. Más personas pueden interactuar con el sitio web. Se favorece la fidelización y la satisfacción de los clientes.

2.6. Estrategias de posicionamiento y conversión en entornos digitales

La optimización para motores de búsqueda (SEO) es otro elemento a considerar al crear una página web, sobre todo si se quiere que la página se vea más y atraiga visitantes. El SEO alude a las técnicas y estrategias que se aplican para que un sitio web tenga una mejor posición en los resultados de búsqueda, como los de Google (Fishkin & Høgenhaven, 2015). Con buenas prácticas de SEO, como ajustar las palabras clave, elaborar contenido importante

y mejorar la velocidad con que carga la página, un sitio web puede hacer que se vea más en internet, atrayendo así más personas interesadas en los trabajos que se ofrecen. Para Foto Estudio Garzón, una estrategia de SEO bien hecha puede ayudar a la empresa a sobresalir en un mercado donde hay mucha competencia, principalmente si se concentra en palabras clave relacionadas con la fotografía y los trabajos de estudio en la zona de Quito. De esta manera no solo se hace mejor la atención al cliente, sino que también se abren más oportunidades para atraer clientes nuevos a través de la búsqueda orgánica.

Otro elemento importante en la creación de un sitio web es agregar sistemas para que se paguen servicios en línea. Tales sistemas hacen más fácil la compra de trabajos de manera segura y rápida, lo cual es de gran importancia en un negocio como Foto Estudio Garzón, donde los clientes pueden querer pagar antes o reservar servicios desde otro lugar. Al ofrecer formas de pago en línea en las que se puede confiar, como tarjetas de crédito, transferencias del banco o plataformas de pago como PayPal, la empresa puede dar más comodidad a las personas y hacer más sencillo el proceso para adquirir los servicios. Además, al agregar estos sistemas de pago en el sitio web se permite una gestión más funcional de las transacciones, disminuyendo el riesgo de equivocaciones y aumentando la confianza de los clientes en la seguridad de la plataforma.

El seguimiento de cómo se siente el usuario es otro aspecto central para mejorar de manera constante el sitio web y los servicios que se ofrecen. Una vez que la página funciona, es importante agregar herramientas de análisis web que permitan estar al tanto de la forma en que se comportan los usuarios, como Google Analytics. Tales herramientas dan información valiosa sobre cómo los usuarios interactúan con el sitio web, qué páginas visitan, cuánto tiempo están en ellas y qué acciones ejecutan. Con esta información, Foto Estudio Garzón

podrá ajustar el diseño, hacer mejores las funcionalidades y optimizar la navegación del sitio web para garantizar que los usuarios tengan una experiencia cada vez mejor (Laudon & Traver, 2021). Mediante un análisis de datos, se puede ayudar a identificar áreas que causan problemas, como páginas con altos porcentajes de abandono o procesos de pago difíciles, lo que permitirá implementar cambios con base en los comentarios y comportamientos que se ven.

Con relación a la integración de la tecnología, no se puede ignorar la importancia de la experiencia en muchas plataformas. En el presente muchas personas buscan información en internet a través de dispositivos móviles, por lo cual es indispensable que el sitio web de Foto Estudio Garzón esté ajustado para que se vea bien en teléfonos inteligentes y tabletas (Nielsen, 2020). El ajuste móvil no solo hace mejor la accesibilidad, sino que también incrementa la tasa de retención de usuarios, dado que las personas prefieren interactuar con sitios web que se adaptan de forma adecuada a sus dispositivos. El diseño responsivo, que permite que la página se ajuste automáticamente a diferentes tamaños de pantalla, es esencial para garantizar una experiencia fluida y coherente en cualquier tipo de dispositivo, lo que genera una mejor atención al cliente y más oportunidades de conversión.

2.7. Fidelización, redes sociales y evolución continua del sitio web

El concepto de fidelización de clientes es otro aspecto clave dentro de la optimización de procesos de atención al cliente a través de una página web, al fidelizar a los clientes no solo implica ofrecer un buen servicio, sino también mantener una comunicación constante, ya sea a través de boletines informativos, promociones o contenido relevante que fomente la relación a largo plazo. Las páginas web pueden incorporar funcionalidades como formularios de registro para que los usuarios se suscriban a un boletín de noticias o reciban alertas sobre nuevos servicios, ofertas especiales o actualizaciones importantes. Este tipo de comunicación

directa fortalece la lealtad del cliente y crea una relación más cercana entre el negocio y sus usuarios, lo que puede traducirse en una mayor tasa de retorno de clientes y una mejor reputación de la empresa en el mercado (Chaffey & Ellis-Chadwick, 2019).

La incorporación de redes sociales a la página web es otro instrumento para la optimización del servicio al cliente. En la actualidad las redes sociales son una plataforma principal para la interacción con los clientes, recibir retroalimentación rápida y mantener una presencia constante en la mente de los usuarios. Al incluir botones de acceso rápido a las redes sociales en la página web, Foto Estudio Garzón puede facilitar a los usuarios la interacción con la empresa a través de estos canales. Esto ampliará las posibilidades de contacto y generará un sentido de comunidad alrededor de la marca. También, la presencia activa en redes sociales permite a la empresa mantener una relación directa con los clientes, responder a sus preguntas de forma rápida y efectiva y promover ofertas o eventos especiales de manera efectiva (Bruhn et al., 2012).

En el éxito de la implementación de la página web influirá la calidad del diseño y la funcionalidad, pero también la capacidad de la empresa para adaptarse a las tendencias del mercado y a las expectativas cambiantes de los usuarios. El entorno digital es dinámico - por esto, la página web debe estar en constante evolución, incorporando nuevas funcionalidades y mejorando las existentes, a medida que las necesidades de los clientes y las tecnologías evolucionan. Este hecho implica que la empresa debe mantener un enfoque flexible y estar preparada para realizar ajustes en la página web según sea necesario, buscando que la plataforma siga siendo efectiva y relevante a lo largo del tiempo (Laudon & Traver, 2021).

2.8. Marco conceptual

Sitio web: Una colección de documentos digitales está conectada por enlaces. A través de Internet, es posible acceder a ellos. Puede haber textos, imágenes, videos y otros recursos multimedia. Su diseño y estructura deben ajustarse a las necesidades del usuario, haciendo que la experiencia de navegación sea mejor y el acceso a la información y a los servicios que una empresa ofrece sea más sencillo.

WordPress: Es una plataforma de gestión de contenido (CMS) usada de manera extensa para la creación de sitios web. Su uso sencillo flexibilidad y gran variedad de plugins hacen que sea una opción popular para los que comienzan y para los profesionales en desarrollo web.

Atención al cliente: Un grupo de acciones y servicios es ofrecido a los clientes por una empresa. Esto hace que su satisfacción esté garantizada. La resolución de dudas, la ayuda en la compra de productos o servicios, y la atención después de la venta están incluidas, entre otras actividades.

Usabilidad: Una medida de la facilidad con que un usuario puede interactuar con un sistema, como un sitio web, es esta. Un diseño web debe ser intuitivo, de buena productividad y accesible para garantizar una experiencia de usuario positiva.

Encuesta: Una herramienta de investigación permite recolectar información de un grupo de personas por medio de preguntas estructuradas. Se utiliza para conocer opiniones, actitudes y comportamientos de los usuarios.

Viabilidad: A la capacidad de un proyecto para ser ejecutado sin problemas se refiere. Esto toma en cuenta los recursos disponibles, los plazos establecidos y los objetivos a alcanzar. En el contexto de la implementación de un sitio web, la viabilidad incluye aspectos técnicos, económicos y operativos.

Cronograma: Una representación gráfica o una tabla muestra las actividades de un proyecto y los tiempos fijados para su ejecución. Un cronograma con detalles permite gestionar los recursos y plazos de manera productiva.

2.9. Marco legal

Para la construcción de una página web dedicada a la atención al cliente y a la venta de servicios, es necesario considerar varias normas legales. Estas normas rigen el uso de la tecnología digital, la protección de los datos personales y los derechos del consumidor. Con la Ley Orgánica de Protección de Datos Personales del Ecuador se busca el cumplimiento. Esta ley indica los procesos sobre la recolección, el almacenamiento y el uso de los datos personales de los usuarios. El propósito de la ley es avalar la privacidad de la información personal e impedir su uso incorrecto. Es por esto que las empresas deben conseguir el consentimiento explícito de los usuarios antes de tomar cualquier tipo de dato personal.

En adición a lo anterior, es importante que la página web posea medios de seguridad convenientes. Los medios deben proteger los datos de los clientes. El uso de cifrado en las transacciones es un ejemplo, así como la ejecución de políticas de privacidad que sean fáciles de entender y de acceder. Con las normas que controlan la actividad comercial en línea también se debe cumplir, pues fueron diseñadas para salvaguardar los derechos de los consumidores. El derecho a recibir información clara sobre los productos o servicios

ofrecidos está incluido. De igual manera el derecho a devolver productos o cancelar servicios, y el derecho a un servicio al cliente apropiado también están contenidos. El marco legal ecuatoriano determina que las empresas con operaciones en línea tienen que cumplir con estas normas. De esta forma se garantiza una experiencia de compra que sea justa y transparente para los consumidores.

CAPÍTULO III.
MARCO METODOLÓGICO

3.1. Tipo de investigación

3.1.1. Según el propósito.

- **Descriptiva:** donde se muestra las características y expectativas de los usuarios sobre cómo mejorar la atención al cliente mediante la implementación de una plataforma web, la investigación no busca establecer relaciones causales, sino más bien describir las percepciones de los usuarios para generar una propuesta de mejora.

3.1.2. Según la manipulación de las variables

- **No experimental:** se enfoca en la recopilación de información detallada sobre las expectativas de los clientes, lo que permitirá realizar una propuesta de mejora clave para entender cómo los usuarios interactúan con los servicios del estudio y qué características desean en una página web que optimice su experiencia.

3.1.3. Según el tiempo de duración

- **Transversal:** solo se hará referencia a un tiempo corto concreto que es el primer semestre del 2025.

3.2. Enfoque

- **Cuantitativo** es el más adecuado para este tipo de investigación, pues permite obtener datos numéricos sobre las preferencias de los usuarios, lo cual es fundamental para la posterior toma de decisiones respecto al diseño de la página web.

3.3. Herramientas metodológicas

- El análisis de datos web y de KPIs digitales involucra la acción de juntar, modificar e interpretar la información que generan los usuarios en un sitio web. La información incluye datos sobre el actuar de los usuarios, las páginas que ellos visitan, el tiempo que ellos pasan en las páginas y la tasa de conversión, entre otros datos. Los KPIs digitales (Indicadores Clave de Rendimiento) son medidas que sirven para valorar el rendimiento de las estrategias digitales. En los KPIs se incluye el tráfico web, la tasa de conversión, el costo por adquisición (CPA), el retorno sobre la inversión (ROI) y la tasa de retención de usuarios, entre otros. A las compañías, los indicadores mencionados ayudan a tomar decisiones basadas en datos y a mejorar sus esfuerzos digitales.
- En el ámbito digital, el análisis de tendencias digitales involucra la observación y el estudio de patrones y comportamientos que emergen. Se hace seguimiento de nuevas tecnologías, de cambios en los gustos de los consumidores, de creaciones en redes sociales, del uso de aparatos, de las tendencias en el comercio electrónico, entre otras cosas. Con el análisis de tendencias digitales es posible anticiparse a los cambios del mercado, adaptar las estrategias y usar las oportunidades antes que la competencia. Algunas de las fuentes que facilitan la identificación de las tendencias son herramientas como Google Trends, plataformas de análisis social y estudios de mercado.
- **Investigación de mercado** es el proceso de recopilar, analizar e interpretar información sobre un mercado específico, incluidas las necesidades, los deseos, las preferencias y el comportamiento de los consumidores, así

como la dinámica de la competencia que ayuda a comprender mejor las características del público objetivo, las tendencias del mercado, la percepción del producto o servicio, y la posición competitiva de acuerdo a las investigaciones de mercado pueden ser cualitativas (enfoques más subjetivos como entrevistas y grupos focales) o cuantitativas (encuestas, análisis de datos estadísticos) donde se obtiene información que ayuda a las empresas a tomar decisiones informadas sobre el desarrollo de productos, precios, estrategias de marketing y posicionamiento.

3.4. Técnicas

- Encuesta: empleada para recopilar datos de los clientes actuales para obtener información relevante para la investigación.

3.5. Estudios iniciales

- Organizador gráfico de variables

  Variable dependiente: proceso de atención al cliente

  Nivel micro: **proceso de atención al cliente**

  Nivel meso: **clientes foto estudio garzón**

  Nivel macro: **usuarios digitales**

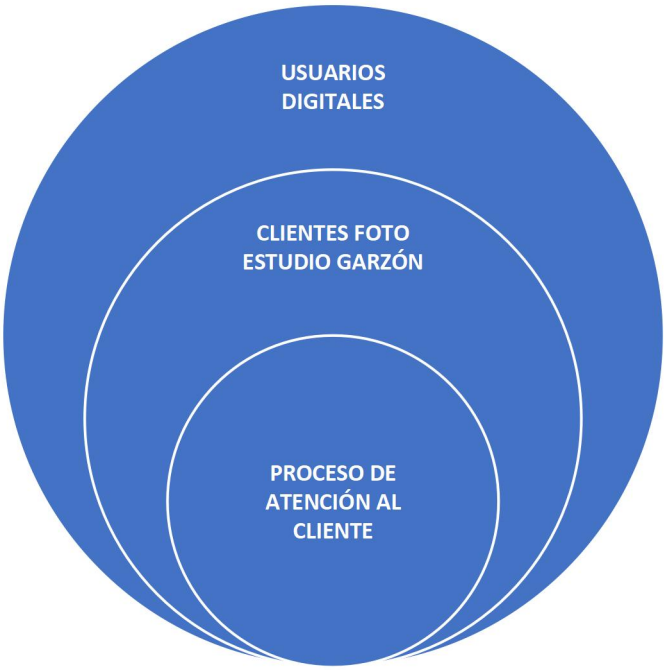


Figura 1: Variable dependiente

Índice tentativo: proceso de atención al cliente

1. **Tema: usuarios digitales**

   1.1.Tendencias de mercado

   1.2.Accesibilidad de usuarios

   1.3.Adaptabilidad de cambios

2. **Tema clientes foto estudio garzón**

   2.1.Definición de buyer persona

   2.2.Servicios complementarios

   2.3.Alianzas y colaboraciones estratégicas

3. **Tema proceso de atención al cliente**

   3.1.Catálogo de productos digitales

   3.2.Catálogo de servicios digitales

   3.3.Satisfacción de cliente

Variable independiente: implementación de página web

Nivel micro: **implementación de página web**

Nivel meso: **herramientas y hosting**

Nivel macro: **globalización digital**



Figura 2: Variable independiente

Índice tentativo: variable independiente

4. Tema globalización digital

4.1.Tecnología

4.2.Tendencias

4.3.Accesibilidad al internet

5. Tema herramientas y hosting

5.1.Proveedores hosting

5.2.Wordpress

5.3.Infraestructura tecnológica local

5.4.Proveedores de bienes y servicios relacionados

6. Tema implementación de pagina web

6.1.Necesidades de los usuarios

6.2.Planificación

6.3.Presupuesto

6.4.Implementación

6.5.Métricas de satisfacción del cliente

- Matriz de operacionalización de las variables

Tabla 1. Matriz de operacionalización de las variables

Definición conceptual	Dimensiones	Indicadores	Instrumento
Variable 1 – Implementar página web: Acciones que se realizara para diseñar y subir al internet un sitio web de acceso público de una compañía	Variable 1 – Implementar página web: Digital	Variable 1 – Implementar página web: Cronograma	Encuestas de satisfacción del cliente
Variable 2 – Optimizar procesos de atención al cliente: Cambios a realizar en un departamento para aumentar la satisfacción del cliente.	Variable 2 – Optimizar procesos de atención al cliente: Administrativo	Variable 2 – Optimizar procesos de atención al cliente: Indicadores	Cantidad de interacciones y conversiones digitales

- Criterios y exclusión

Tabla 2. Criterios de Inclusión y Exclusión

Criterios de Inclusión	**Criterios de Exclusión**
1. Personas mayores de 18 años.	1. Personas menores de 18 años.
2. Consentimiento informado firmado.	2. Personas que no firmen el consentimiento.
3. Residir en el área geográfica del estudio.	3. No residir en el área geográfica del estudio.
4. Participantes disponibles durante el período del estudio.	4. No disponibilidad durante el período del estudio.
5. Haber utilizado los servicios de Foto Studio Garzón	5. No haber utilizado los servicios de Foto Studio Garzón

- Muestreo: Muestreo no probabilístico, convencional y deliberado

Tabla 3. Población y muestreo

Población	Método de Muestreo	Tamaño de la Muestra	Características de la Muestra
128 clientes de la empresa	Muestreo por Conveniencia	32 clientes	Se seleccionaron 32 clientes de Foto Studio Garzón.

3.6. Desarrollo

Encuesta de preferencia de usuarios

Foto estudio Garzón, estudio fotográfico ubicado en la ciudad de Quito, desea ampliar los servicios de su distinguida clientela y público en general, para ello se necesita información destaca que solicitamos de manera anónima participar en nuestra encuesta

La presente encuesta es de carácter anónimo y sus respuestas serán utilizadas únicamente para los objetivos de la investigación

* Indica que la pregunta es obligatoria

1. ¿Cuál es su edad? *

18 a 24 años

25 a 34 años

35 a 44 años

45 a 54 años

55 a 64 años

65 años o más

2. Sexo *

Hombre

Mujer

Prefiero no decirlo

3. Estado civil *

Soltero/a

Casado/a

Viudo/a

Divorciado/a

Unión Libre

Unión de hecho

4. ¿En qué rango de ingresos se encuentra usted? *

Menos de $500

$500 - $1,000

$1,000 - $2,000

$2,000 - $3,000

Más de $3,000

5. ¿Con qué frecuencia utilizas Internet? *

Todos los días

Varias veces a la semana

Una vez a la semana

Menos de una vez a la semana

Nunca

6. ¿En qué dispositivo sueles acceder a Internet? *

Computadora de escritorio

Laptop

Teléfono móvil

Tableta

Ninguna

Otro:

7. ¿Has utilizado alguna vez una página web para contratar servicios de fotografía o estudios fotográficos? *

Sí

No

8. ¿Qué elementos consideras más importantes en una página web de un estudio fotográfico? (Selecciona hasta 3 opciones) *

Información sobre servicios ofrecidos (tipo de fotos, paquetes, precios)

Galería de fotos (muestra de trabajos anteriores)

Contacto directo o formulario de atención al cliente

Facilidad para hacer reservas o citas en línea

Información sobre ubicación y horarios de atención

Opiniones y testimonios de otros clientes

Promociones y descuentos especiales

Otro:

9. ¿Qué tipo de información consideras esencial para que esté disponible en la página web de Foto Estudio Garzón? (Selecciona hasta 3 opciones) *

Precios y paquetes de los servicios fotográficos

Galería de fotos y ejemplos de trabajos anteriores

Horarios de atención y días disponibles

Información sobre la ubicación y cómo llegar

Políticas de devolución o cancelación de servicios

Testimonios y opiniones de clientes

Información sobre el equipo de fotógrafos

Otro:

10. ¿Qué funcionalidades te gustaría que tuviera la página web del Foto Estudio Garzón? *

Reserva de citas en línea

Pago en línea por los servicios

Consultar precios de los servicios

Chat en vivo para resolver dudas

Información sobre promociones y ofertas

Ver resultados o fotos previas de sesiones fotográficas

Preguntas frecuentes (FAQ)

Otro:

11. ¿Cómo prefieres que te contacten para resolver dudas o consultas sobre los servicios fotográficos? *

Por teléfono

Por correo electrónico

A través de un chat en vivo en la página web

A través de redes sociales (Facebook, Instagram, etc.)

No tengo preferencia

12. ¿Qué tan importante es para ti que el estudio ofrezca atención al cliente en línea (a través de chat, correo electrónico, etc.)? *

Muy importante

Algo importante

Poco importante

Nada importante

13. ¿Qué tan importante es para ti que la página web de Foto Estudio Garzón sea visualmente atractiva y profesional? *

Muy importante

Algo importante

Poco importante

Nada importante

14. En cuanto a la velocidad de carga de la página, ¿qué tan importante es para ti? *

Muy importante

Algo importante

Poco importante

Nada importante

15. ¿Preferirías que los servicios fotográficos tengan opciones de pago en línea (tarjeta de crédito, PayPal, etc.)? *

Sí

No

Tal vez

16. ¿Estarías dispuesto/a a recomendar la página web del Foto Estudio Garzón si fuera fácil de usar, rápida y con la información que necesitas?

*

Sí

No

Tal vez

CAPITULO IV.
RESULTADOS Y DISCUSIÓN

4.1. Análisis de resultados (descripción)

Foto estudio Garzón, estudio fotográfico ubicado en la ciudad de Quito, desea ampliar los servicios de su distinguida clientela y público en general, para ello se necesita información destaca que solicitamos de manera anónima participar en nuestra encuesta y presenta los siguientes resultados.

Pregunta 1: ¿Cuál es su edad?

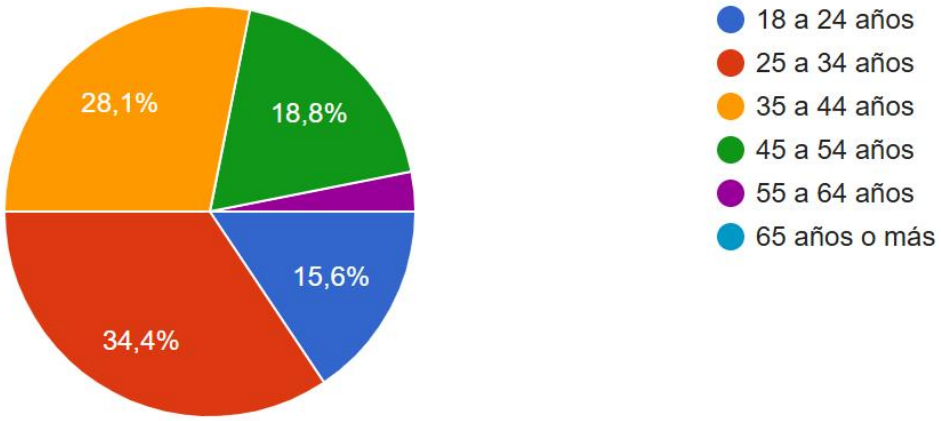


Figura 3: Edad

Con una mayor concentración en los grupos de 25 a 34 años con un 34.4% representan la mayoría de los participantes en la encuesta, lo que sugiere que el público interesado en servicios fotográficos en línea es predominantemente joven, también se evidencia una presencia considerable de personas entre los 35 y 44 años con un 28.1% y un menor número de encuestados en los rangos de 45 a 54 años con 18.8% mostrándonos la diversidad en edades indica que los servicios fotográficos pueden atraer a distintos grupos etarios, aunque con un mayor interés en las generaciones más jóvenes, probablemente debido a su mayor afinidad con la tecnología y el uso de plataformas digitales para contratar servicios.

Pregunta 2: Sexo

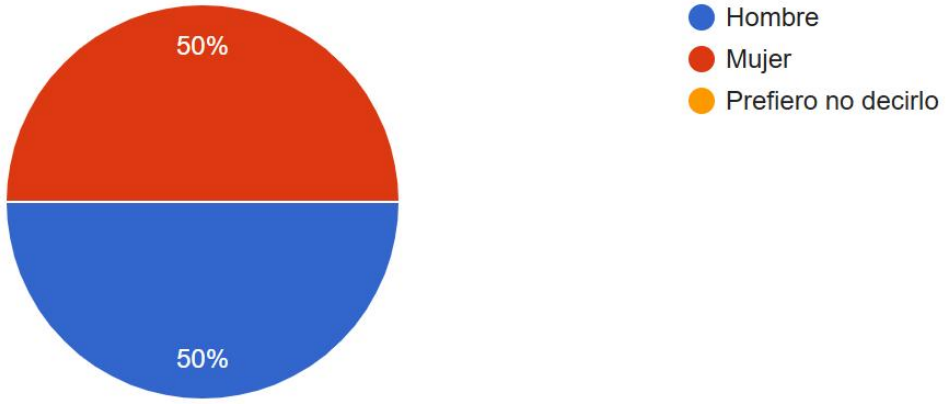


Figura 4: Sexo

La encuesta revela una distribución de género equilibrada, las mujeres pueden estar más interesadas en explorar opciones, comparar precios y buscar referencias antes de tomar una decisión, lo que refuerza la importancia de ofrecer información clara y atractiva en la página web del estudio fotográfico y la presencia de hombres en la encuesta sugiere que también representan un mercado significativo, lo que implica que las estrategias de marketing no deben enfocarse únicamente en un solo género, sino en ambos, asegurando que la página web y los servicios sean atractivos para todos.

Pregunta 3: Estado civil

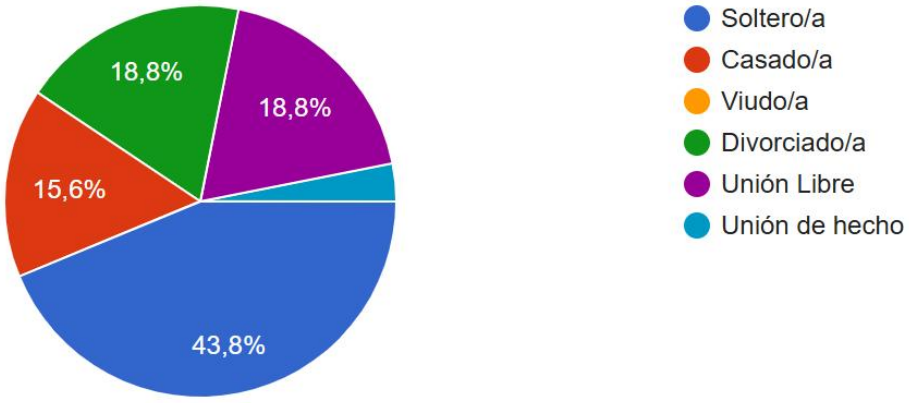


Figura 5: Estado civil

El estado civil de los encuestados es mayoritariamente soltero/a con un 43.8%, seguido por personas divorciadas y en unión libre 18.8% cada uno indicándonos que el mercado objetivo del estudio fotográfico puede estar compuesto en gran parte por jóvenes que buscan servicios fotográficos para eventos personales, como sesiones individuales, de pareja o para redes sociales, la presencia de personas casadas y en unión libre también es relevante, lo que sugiere que existe interés en sesiones familiares, bodas, aniversarios y otros eventos que requieren fotografía profesional y se puede considerar esta distribución, el estudio fotográfico puede beneficiarse al ofrecer paquetes dirigidos tanto a clientes individuales como a familias y parejas, asegurando que sus servicios cubran las diversas necesidades de cada segmento.

Pregunta 4: ¿En qué rango de ingresos se encuentra usted?

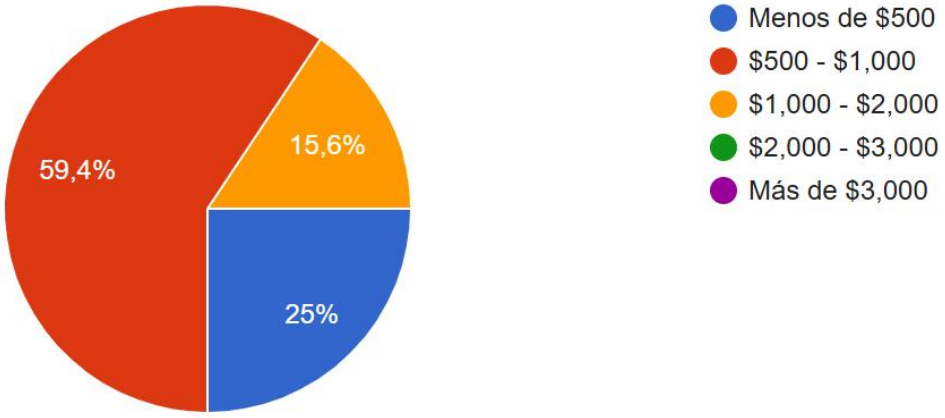


Figura 6: Ingresos

La mayoría de los encuestados con 59.4% se encuentran en el rango de ingresos de $500 a $1,000, seguido por personas con ingresos menores a $500 con 25% y un grupo más reducido del 15.6% con ingresos entre $1,000 y $2,000 el estudio fotográfico debe ofrecer opciones accesibles y promociones que se adapten a clientes con presupuestos moderados tomando en cuenta la importancia de contar con precios competitivos y opciones de pago flexibles es clave para captar a estos segmentos, que pueden ser más sensibles a los costos, la

presencia de personas con ingresos superiores a $1,000 también indica una oportunidad para ofrecer paquetes premium con servicios exclusivos, lo que permitiría atender tanto a clientes con presupuestos ajustados como a aquellos dispuestos a pagar más por una experiencia de mayor calidad.

Pregunta 5: ¿Con qué frecuencia utilizas Internet?

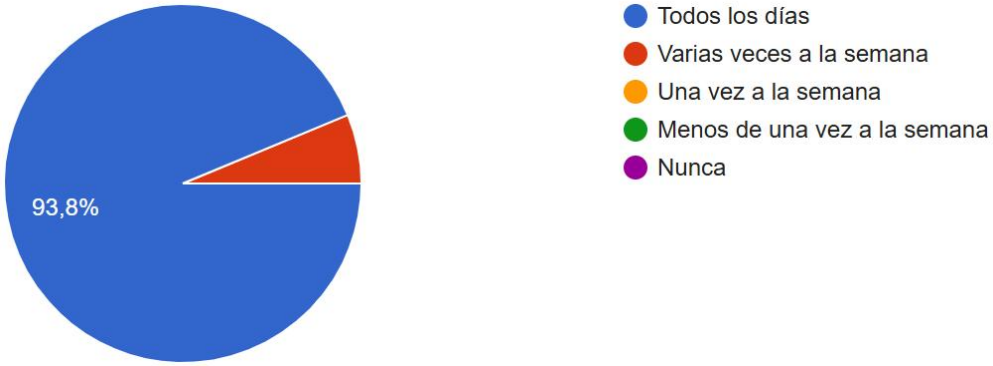


Figura 7: Frecuencia uso internet

Casi todos los encuestados con el 93.8% utilizan Internet a diario, con una minoría que lo usa varias veces a la semana, reafirmando la importancia de una fuerte presencia digital para el estudio fotográfico, ya que los clientes potenciales están constantemente conectados y probablemente busquen información sobre servicios fotográficos en línea y tener una página web optimizada, rápida y atractiva es esencial para captar la atención de estos usuarios y garantizar una buena experiencia de navegación, el uso frecuente de Internet sugiere que los clientes esperan respuestas rápidas y servicios eficientes, lo que refuerza la necesidad de incluir funcionalidades como chat en vivo y reservas en línea.

Pregunta 6: ¿En qué dispositivo sueles acceder a Internet?

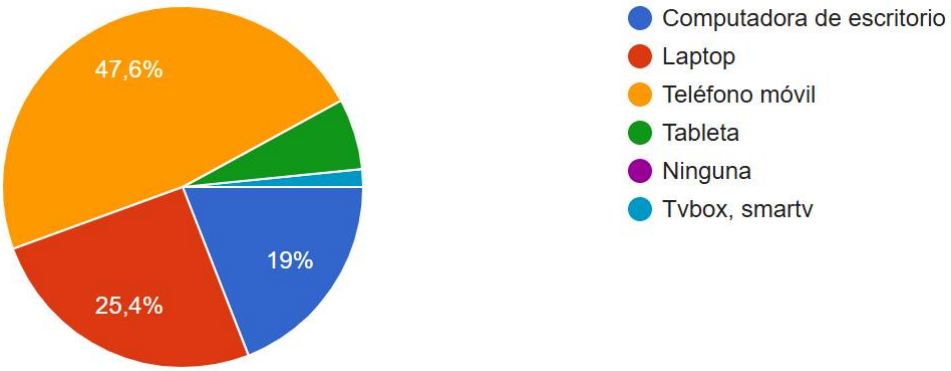


Figura 8: Dispositivos acceso internet

El dispositivo más utilizado según los encuestados, el 47.6% para acceder a Internet es el teléfono móvil, seguido de laptops 25.4%. computadoras de escritorio 19% y se destaca la importancia de optimizar la página web para dispositivos móviles, asegurando que sea responsiva y fácil de navegar desde cualquier pantalla, que una gran parte de los clientes acceden a la web desde sus celulares, es crucial que la experiencia móvil sea intuitiva, con un diseño atractivo, tiempos de carga rápidos y un sistema de reservas que funcione sin problemas en teléfonos inteligentes.

Pregunta 7: ¿Has utilizado alguna vez una página web para contratar servicios de fotografía o estudios fotográficos?

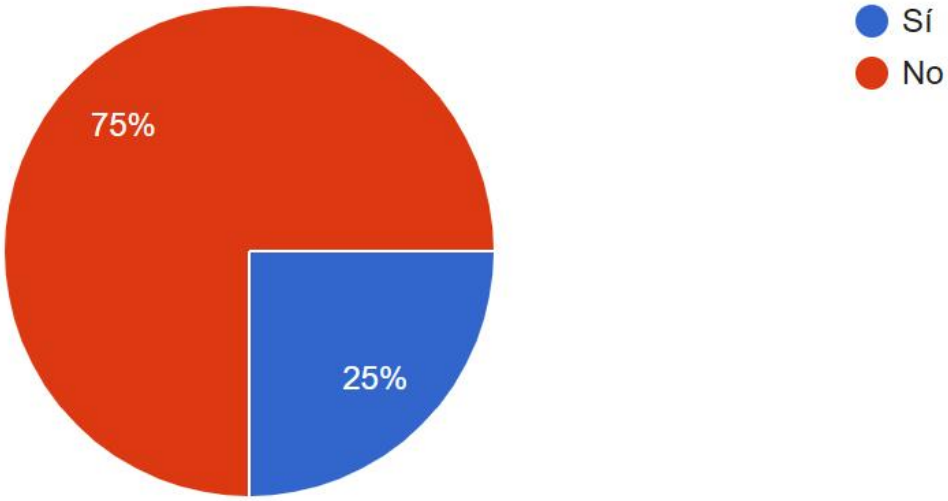


Figura 9: Contratación servicio por página web

La mayoría de los encuestados, el 75%, no han utilizado una página web para contratar servicios fotográficos, lo que indica que hay una oportunidad de educar a los clientes sobre los beneficios de hacerlo en línea y muchas personas aún prefieren métodos tradicionales, como llamadas telefónicas o visitas presenciales, incentivar el uso de la página web, el estudio fotográfico puede ofrecer descuentos exclusivos para reservas en línea, destacar la facilidad del proceso y garantizar que la plataforma sea confiable y sencilla de usar.

Pregunta 8: ¿Qué elementos consideras más importantes en una página web de un estudio fotográfico? (Selecciona hasta 3 opciones)

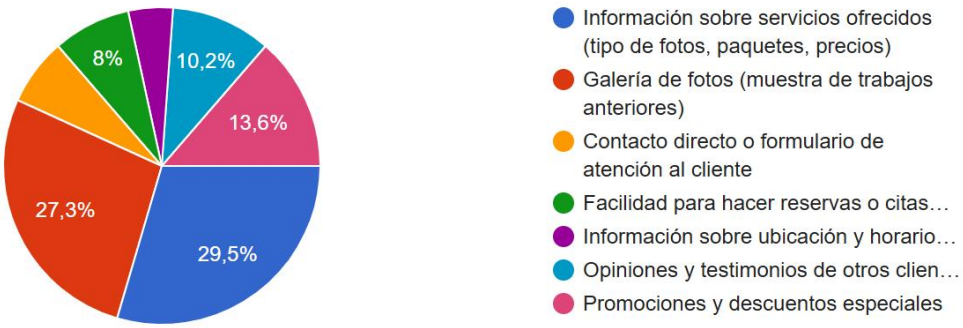


Figura 10: Elementos en página web

Los elementos más valorados son la información sobre los servicios ofrecidos 29.5%, una galería de fotos con trabajos anteriores 27.3% y promociones/descuentos especiales 13.6%, destacando la importancia de incluir contenido visual de alta calidad que muestre el trabajo del estudio y facilite la toma de decisiones de los clientes y destaca la relevancia de ofrecer promociones atractivas para captar nuevos clientes y fidelizar a los existentes.

Pregunta 9: Qué tipo de información consideras esencial para que esté disponible en la página web de Foto Estudio Garzón? (Selecciona hasta 3 opciones)

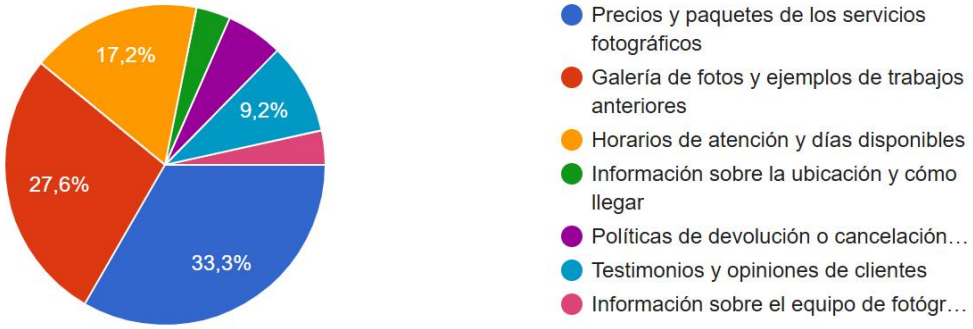


Figura 11:Información en página web

Los encuestados consideran fundamental que la web incluya detalles sobre precios y paquetes 33.3%, una galería de fotos 27.6% y horarios de atención y días disponibles 17.2%, refleja la importancia de la transparencia en la información, ya que los clientes quieren conocer los costos y condiciones antes de contratar un servicio con la inclusión de testimonios y horarios de atención también es valorada, ya que genera confianza y facilita la planificación.

Pregunta 10: ¿Qué funcionalidades te gustaría que tuviera la página web del Foto Estudio Garzón?

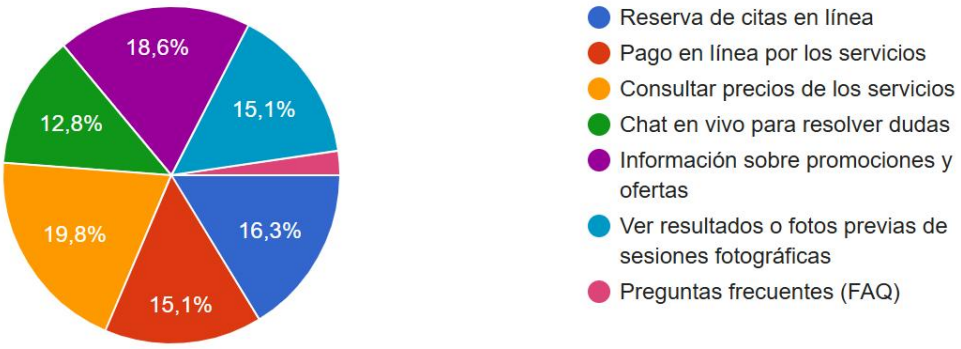


Figura 12: Funcionalidades en página web

Las funcionalidades más deseadas son la reserva de citas en línea con 16.3%, la consulta de precios, 19.8%, el pago en línea y resultado de sesiones previas 15.1% cada uno, indica que los clientes buscan comodidad y prefieren realizar gestiones desde la web sin

necesidad de contacto directo y hay interés en un chat en vivo para resolver dudas, lo que resalta la necesidad de ofrecer atención rápida y eficiente en la plataforma.

Pregunta 11: ¿Cómo prefieres que te contacten para resolver dudas o consultas sobre los servicios fotográficos?



Figura 13: Preferencia de contactos

La preferencia predomínate es contacto telefónico con 59.4%, y otras varían entre redes sociales 18.8% y chat en vivo en la web 9.4% sugiriendo que el estudio debe ofrecer múltiples canales de comunicación para adaptarse a las necesidades de cada cliente con proyección a implementar una estrategia de comunicación y ventas en la que una empresa integra todos sus canales de contacto tanto físicos y digitales, para ofrecer una experiencia fluida y consistente al cliente que garantizaría una mejor experiencia para los usuarios.

Pregunta 12: ¿Qué tan importante es para ti que el estudio ofrezca atención al cliente en línea (a través de chat, correo electrónico, etc.)?

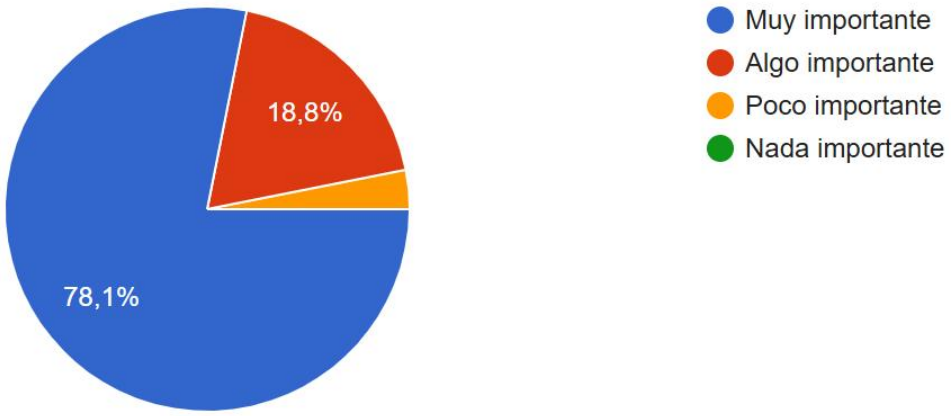


Figura 14: Importancia atención en línea

Una gran parte de los encuestados, el 78.1%, considera que la atención al cliente en línea es de suma importancia, la creciente preferencia por la interacción digital, especialmente en un contexto donde las personas buscan soluciones rápidas sin tener que realizar llamadas telefónicas, al cliente en línea puede ser percibida como más accesible y conveniente donde los usuarios plantean sus dudas o inquietudes en cualquier momento del día, sin importar la hora, cuando se menciona el chat en vivo, se considera un medio ideal que permite respuestas inmediatas a las consultas y aumenta la sensación de confianza y profesionalismo, en la actualidad tener un correo electrónico disponible también es relevante, ya que permite a los clientes enviar consultas más detalladas o recibir información específica en un formato más formal, considerando la implementación de estas funciones en la página web no solo mejora la experiencia del usuario, también puede aumentar la conversión de visitas en ventas, ya que los usuarios se sienten más seguros al obtener respuestas rápidas y claras antes de tomar una decisión.

Pregunta 13: ¿Qué tan importante es para ti que la página web de Foto Estudio Garzón sea visualmente atractiva y profesional?

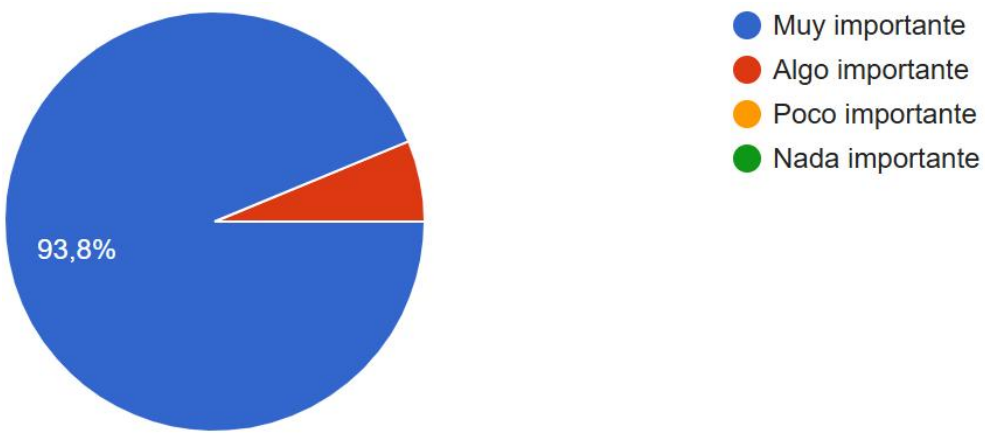


Figura 15: Importancia visual en página web

La mayoría de los participantes, el 93.8%, en la encuesta considera que la apariencia visual de la página web es importante, el diseño de una página web es a menudo la primera impresión que los usuarios tienen de una empresa y para un estudio fotográfico, donde lo visual es el núcleo del negocio, contar con un diseño atractivo, elegante y profesional donde los usuarios esperan que la estética de la web esté alineada con la calidad de los servicios ofrecidos, una página bien diseñada transmite seriedad, confianza y profesionalismo, lo cual es esencial cuando se trata de decisiones relacionadas con eventos importantes como bodas, graduaciones o sesiones fotográficas personales, ver la simplicidad y la facilidad de navegación también juegan un papel importante aquí, ya que una web sobrecargada o difícil de navegar puede generar frustración y hacer que los potenciales clientes abandonen el sitio.

Pregunta 14: En cuanto a la velocidad de carga de la página, ¿qué tan importante es para ti?

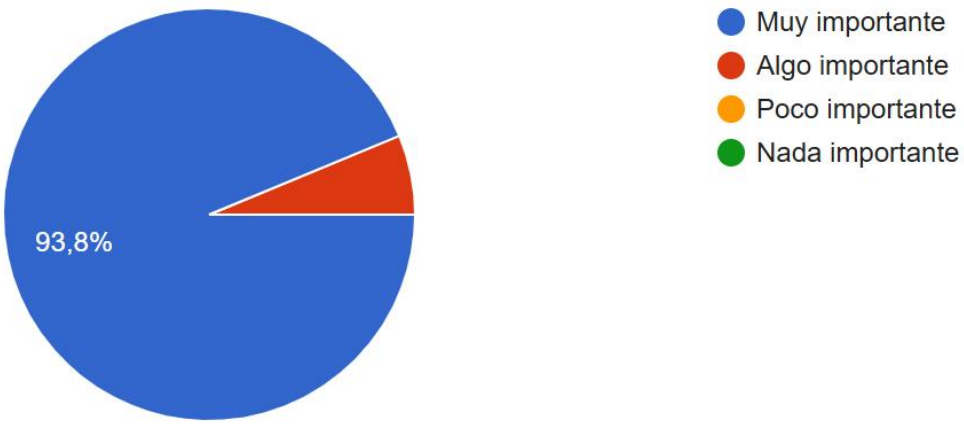


Figura 16: Velocidad en página web

El 93.8% considera que la velocidad de carga de la página es extremadamente importante en la era digital actual, los usuarios esperan que las páginas web se carguen rápidamente, una página tarda más de unos pocos segundos en cargar, es probable que muchos usuarios abandonen el sitio y busquen alternativas se debe tomar en cuenta ya que esto puede ser especialmente perjudicial para un negocio como Foto Estudio Garzón, ya que los clientes potenciales podrían no tener la paciencia necesaria para esperar a que la página se cargue, lo que resulta en una pérdida directa de oportunidades de venta, un sitio web lento afecta negativamente la experiencia del usuario y puede ser interpretado como un indicio de falta de profesionalismo o de un servicio de baja calidad y los motores de búsqueda como Google también consideran la velocidad de carga como un factor importante para el ranking de las páginas web, lo que significa que una página lenta podría afectar la visibilidad en los resultados de búsqueda.

Pregunta 15: ¿Preferirías que los servicios fotográficos tengan opciones de pago en línea (tarjeta de crédito, PayPal, etc.)?

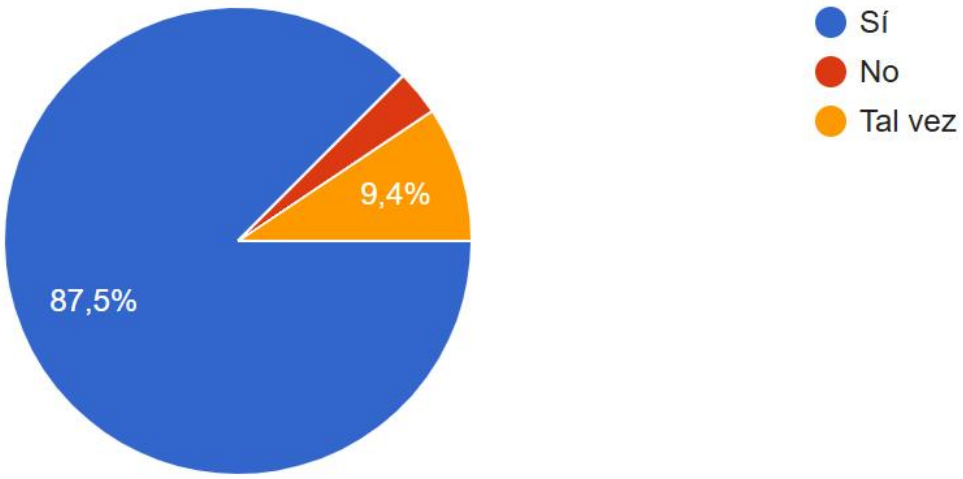


Figura 17: Opciones pago en línea de página web

El 87.5% expresó una preferencia clara por tener opciones de pago en línea, esta tendencia refleja la comodidad y la conveniencia que los usuarios buscan al realizar transacciones en línea, los pagos digitales son una norma, y la opción de pagar por servicios de manera rápida y segura a través de métodos como tarjetas de crédito, débito o PayPal es algo que los consumidores esperan, las plataformas de pago en línea proporcionan una capa adicional de seguridad, lo que puede generar más confianza en los clientes al momento de realizar pagos y ofrecer una variedad de métodos de pago podría aumentar la tasa de conversión en la página web, ya que los usuarios tienden a sentirse más cómodos con el método de pago con el que están familiarizados y ayudan a atraer a un público más amplio, ya que algunos usuarios prefieren utilizar servicios específicos como PayPal por razones de seguridad, mientras que otros pueden optar por las tarjetas de crédito o débito.

Pregunta 16: ¿Estarías dispuesto/a a recomendar la página web del Foto Estudio Garzón si fuera fácil de usar, rápida y con la información que necesitas?

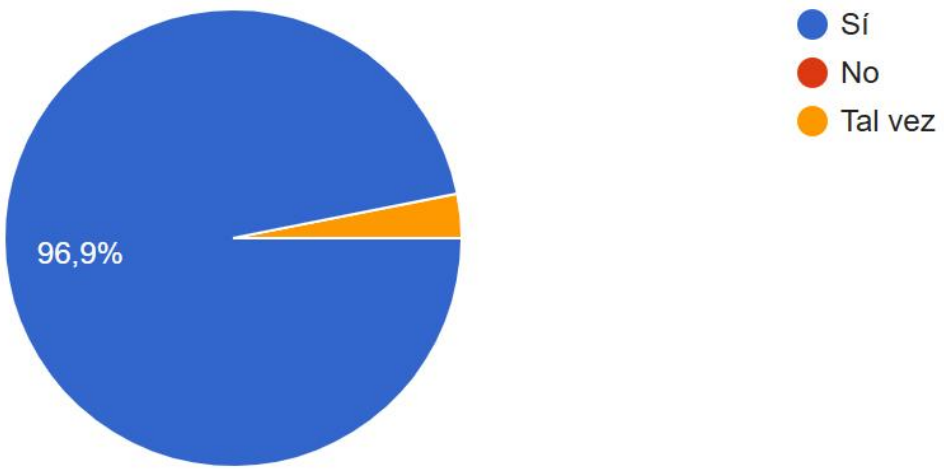


Figura 18: Recomendación de Foto Estudio Garzón

La mayoría de los encuestados respondió afirmativamente a esta pregunta, el 96.9% refleja una alta probabilidad de recomendación en función de la facilidad de uso, la velocidad de carga y la disponibilidad de información relevante y es un indicador clave de que una página web bien diseñada, que sea eficiente, intuitiva y que proporcione toda la información necesaria de manera clara y accesible, puede generar una excelente experiencia de usuario y fomentar el boca a boca junto a las recomendaciones de los clientes son una de las formas más efectivas de atraer nuevos clientes, especialmente en el ámbito de los servicios, donde la confianza y la calidad son cruciales y los usuarios sienten que han tenido una experiencia positiva con la página web, es más probable que recomienden el servicio a amigos y familiares, lo que puede resultar en un aumento de la clientela para Foto Estudio Garzón.

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

CONCLUSIONES

CONCLUSIONES

Los usuarios potenciales de Foto Estudio Garzón pertenecen principalmente a grupos etarios jóvenes (25-34 años), que son los más activos en el consumo de servicios fotográficos en línea, se observa que la mayoría utiliza Internet a diario y se inclina por acceder a las páginas web desde dispositivos móviles, lo que indica la creciente necesidad de una presencia digital robusta, un dato relevante es que la población nunca ha contratado servicios fotográficos a través de una página web, lo que sugiere que existe una gran oportunidad de educar y motivar a los usuarios a utilizar este canal.

La variedad en edades y niveles de ingresos señala que el estudio fotográfico posee un mercado potencial extenso. Este mercado incluye personas con ingresos promedio y personas con más recursos. Requiere una oferta variada que se adapte a diferentes partes del público.

En la página web de un estudio fotográfico, la información clara sobre los servicios ofrecidos es importante. También lo es una galería de fotos con trabajos anteriores. Y las promociones o descuentos disponibles. La transparencia en los precios y paquetes es considerada esencial por los usuarios. Esto refleja un deseo de tomar decisiones informadas antes de contratar el servicio. A través de chat o correo electrónico, la atención al cliente en línea es muy valorada. Esto resalta la necesidad de que Foto Estudio Garzón implemente un sistema de atención inmediata en su página web. La conversión de visitantes en clientes se facilitaría con esta

funcionalidad. Se brindan respuestas rápidas y claras sobre sus dudas o inquietudes. La experiencia del usuario mejoraría también.

Para mantener el interés del usuario, la velocidad de carga de los medios digitales, como las páginas webs, es de gran valor. Por pagos en línea y acceso a funcionalidades como la reserva de citas y la consulta de precios en línea, los usuarios demuestran preferencia. Ofrecer una plataforma ágil y funcional es importante. La implementación del sitio web debe centrarse en la creación de una experiencia de usuario rápida, accesible y funcional. Esto es más cierto para la velocidad de carga, el pago en línea y las reservas.

RECOMENDACIONES

Foto Estudio Garzón necesita poner en marcha una campaña de educación digital. Esta campaña comunicará las ventajas de contratar servicios fotográficos con medios digitales. La campaña se enfocará en la facilidad, la seguridad y la velocidad de hacer trámites por Internet. Para teléfonos inteligentes debe estar totalmente optimizado, porque muchos usuarios usan Internet con sus teléfonos. Una experiencia de usuario fácil de entender y de usar puede atraer a esos usuarios jóvenes con dominio de la tecnología. Se debe sacar el máximo provecho al potencial del mercado.

En Foto Estudio Garzón, la transformación digital se debe concentrar en estos elementos importantes. Debe incluir información precisa de los servicios. Una galería visual debe presentar ejemplos de trabajos pasados. Precios claros con opciones de paquetes deben mostrarse. La integración de un sistema de atención al cliente en la red permitiría resolver preguntas de inmediato y brindar una atención individual y efectiva. Para atraer nuevos clientes y hacer crecer la lealtad de los actuales, se analizarán estrategias para ofertas y

reducciones de precios especiales. Debe ser una prioridad la optimización del sitio para facilitar la navegación y hacer mejor la experiencia del usuario.

Un cronograma detallado debe elaborarse. Este cronograma incluirá todas las fases del proyecto a poner en marcha, desde el diseño y desarrollo hasta las pruebas finales de optimización y rendimiento. En medios digitales, la integración de métodos de pago en línea debe ser prioritaria. La opción de hacer reservas por medio de la web también debe ser prioritaria. Se debe garantizar que todas esas funcionalidades sean probadas a fondo para asegurar su buen funcionamiento dentro de los plazos establecidos. Después del lanzamiento, un seguimiento continuo es fundamental para asegurar que la página web siga dando una experiencia de usuario óptima.

En la página web de un estudio fotográfico, para la transformación digital, la información clara sobre los servicios ofrecidos es lo más importante. Una galería de fotos con trabajos anteriores y las promociones o descuentos disponibles también son importantes. Los usuarios también consideran esencial la claridad en los precios y paquetes. Esto muestra un deseo de tomar decisiones informadas antes de contratar el servicio. La atención al cliente en línea, por chat o correo electrónico, es muy apreciada. Esto resalta la necesidad de que Foto Estudio Garzón ponga en marcha un sistema de atención inmediata en su página web. Esta funcionalidad no solo haría mejor la experiencia del usuario, sino que también facilitaría la conversión de visitantes en clientes. Esto se lograría al brindarles respuestas rápidas y claras sobre sus dudas o inquietudes.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Bruhn, M., Georgi, D., & Hadwich, K. (2012). *Customer retention management in services. Springer.*

Cámara de Comercio de Quito. (2021). *Estudio sobre la digitalización de Mipymes en Quito*. Cámara de Comercio de Quito. https://www.ccq.ec

Chaffey, D., & Ellis-Chadwick, F. (2019). *Digital marketing: Strategy, implementation, and practice* (7th ed.). Pearson.

Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL). (2021). *Informe sobre la digitalización de las Mipymes en América Latina*. CEPAL. https://www.cepal.org/es/publicaciones/46901

Garzón Aristizabal, J. S. (2023). *Tejido digital: Diseño y usabilidad en el proceso de compra textil en el sitio web. Caso: Marketplace Bazzarbog Bogotá* [Tesis de maestría, Universidad Jorge Tadeo Lozano, Facultad de Ciencias Sociales, Maestría en Generación y Gestión de Contenidos Digitales]. Bogotá, Colombia. https://expeditiorepositorio.utadeo.edu.co/handle/20.500.12010/31539

Garzón Zambrano, A. M. (2024). *Ruta de mejoramiento orientada a la transformación digital de 2 MiPyMEs vinculadas al Centro de Desarrollo Empresarial – CDE de la UNAB* [Tesis de maestría, Universidad Autónoma de Bucaramanga, Facultad de Economía y Negocios, Maestría en Negocios Digitales]. Bucaramanga, Colombia. https://repository.unab.edu.co/handle/20.500.12749/24593

Google. (2021). *Impacto de la digitalización en las pequeñas empresas*. Google & Banco Interamericano de Desarrollo (BID). https://www.google.com/intl/es_latam/empresas

Hernández Alfaro, E. (2022). *Propuesta de implementación de chatbot para recepción de pagos en la Universidad Iberoamericana Puebla* [Tesis de maestría, Universidad Iberoamericana Puebla, Doctorado en Administración]. Puebla, México. https://hdl.handle.net/20.500.11777/5447

Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2014). *Metodología de la investigación* (6.ª ed.). McGraw-Hill.

Kaplan, A. M., & Haenlein, M. (2010). *Users of the world, unite! The challenges and opportunities of social media*. Business Horizons, 53(1), 59–68. https://doi.org/10.1016/j.bushor.2009.09.003

Kotler, P., Armstrong, G., & Opresnik, M. O. (2021). *Principles of marketing* (18th ed.). Pearson.

Laudon, K. C., & Traver, C. G. (2021). *E-commerce: Business, technology, society* (15th ed.). Pearson.

Mangold, W. G., & Faulds, D. J. (2009). *Social media: The new hybrid element of the promotion mix.* Business Horizons, 52(4), 357–365. https://doi.org/10.1016/j.bushor.2009.03.002

McKinsey & Company. (2020). *The COVID-19 recovery will be digital: A plan for the first 90 days*. McKinsey & Company. https://www.mckinsey.com/industries/technology-media-and-telecommunications/our-insights/the-covid-19-recovery-will-be-digital-a-plan-for-the-first-90-days

Naciones Unidas. (2015). *Transformar nuestro mundo: La Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible***.** https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/agenda2030/

PwC. (2021). *Consumer intelligence series: Expectations of digital experience*. PwC. https://www.pwc.com/gx/en/consumer-intelligence-series.html

Salesforce. (2022). *State of the Connected Customer*. Salesforce. https://www.salesforce.com/form/pdf/state-of-the-connected-customer/

Secretaría Nacional de Planificación. (2024). *Plan de desarrollo nuevo Ecuador 2024-2025*. https://www.planificacion.gob.ec

Statista. (2023). *Uso de Instagram en fotógrafos profesionales en América Latina*. Statista. https://www.statista.com/statistics/751232/instagram-usage-photographers-latin-america/

Trujillo Nieto, B. V. (2023). *Propuesta de implementación de un sistema web de ventas online para la empresa Compuservice Isaac – Huacho* [Tesis para optar el título profesional de Ingeniero de Sistemas, Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, Facultad de Ciencias e Ingeniería, Escuela Profesional de Ingeniería de Sistemas]. Chimbote, Perú. https://repositorio.uladech.edu.pe/handle/20.500.13032/32597

ANEXO A: Producto entregable

PROPUESTA

IMPLEMENTACIÓN DE UNA PÁGINA WEB EN WORDPRESS PARA OPTIMIZAR EL PROCESO DE ATENCIÓN AL CLIENTE EN FOTO ESTUDIO GARZÓN

PRESENTACIÓN

Jessica Fernanda Garzón Villamar, estudiante de la carrera de Tecnología Superior en Marketing Digital del Instituto Superior Tecnológico San Antonio, presenta esta propuesta profesional basada en su proyecto de titulación con el propósito es implementar una página web en WordPress como herramienta clave para modernizar y optimizar el proceso de atención al cliente en Foto Estudio Garzón, un negocio con identidad local ubicado en el sector Barrio Nuevo de Quito teniendo en cuenta que esta propuesta integra fundamentos del marketing digital, diseño web centrado en el usuario y estrategias de comunicación efectiva para impulsar la competitividad del estudio en el entorno digital.

RESUMEN EJECUTIVO

El presente documento tiene como objetivo principal la creación e implementación de una página web profesional utilizando WordPress, destinada a optimizar los procesos de atención al cliente en Foto Estudio Garzón, situado en el sector Barrio Nuevo de Quito, enfrenta desafíos en términos de comunicación eficiente, automatización de servicios y visibilidad en línea y luego de un diagnóstico previo basado en encuestas, se identificó que los clientes potenciales valoran funciones como la reserva en línea, visualización de portafolio, atención digital personalizada y opciones de pago electrónico para la implementación de esta plataforma busca no solo resolver estas limitaciones, sino también posicionar a la empresa como un referente moderno, accesible y confiable en el sector fotográfico local.

INTRODUCCIÓN

Contexto actual de Foto Estudio Garzón: El estudio ha operado por años ofreciendo servicios fotográficos de calidad, sin embargo, su modelo de atención al cliente sigue siendo completamente tradicional, sin apoyo de canales digitales en la gestión de citas, consultas y promociones se realiza de manera manual, lo cual limita el alcance y la eficiencia de sus procesos.

Limitaciones actuales: la comunicación con los clientes se realiza únicamente por teléfono o en persona donde no se cuenta con un sistema centralizado de reservas, lo que genera pérdida de oportunidades, la ausencia de presencia en internet limita la capacidad del estudio para atraer nuevos clientes que buscan servicios en línea.

Justificación: La creciente demanda de servicios digitales ha transformado la manera en que los consumidores interactúan con las empresas, una página web no solo es una herramienta de promoción, sino una plataforma estratégica para mejorar la experiencia del cliente, automatizar procesos internos y facilitar la toma de decisiones, se justifica plenamente la creación de un sitio web funcional, optimizado para dispositivos móviles y capaz de responder a las necesidades del público objetivo.

Trayectoria: Foto Estudio Garzón ha establecido una reputación fuerte en su comunidad, atribuida a su dedicación a la calidad visual y al servicio personalizado. Para seguir siendo competitivo en el contexto actual, es necesario que evolucione hacia la digitalización sin sacrificar su esencia ni el vínculo cercano a sus clientes.

OBJETIVOS

1. Implementar un sitio web en WordPress diseñado para optimizar el proceso de atención al cliente, través de una interfaz amigable y de navegación sencilla.
2. Facilitar a los usuarios la programación de sesiones fotográficas mediante un sistema digital disponible las 24 horas del día y los siete días de la semana .
3. Presentar el portafolio de servicios de forma clara y atractiva, incluyendo ejemplos visuales del trabajo realizado.
4. Establecer métodos de contacto efectivos, tales como formularios, botones de WhatsApp, y enlaces a redes sociales, para asegurar una comunicación constante y fluida.
5. Incrementar la presencia del estudio en buscadores y plataformas sociales, mejorando su posicionamiento digital y captando nuevos clientes.

ALCANCE DEL PROYECTO

1. Desarrollo y diseño a medida de un sitio web utilizando WordPress.
2. Desarrollo de secciones especiales como inicio, Servicios, Portafolio, Contacto y Agenda de Rerservaciones.
3. Configuración de plugins esenciales para seguridad, rendimiento, SEO y sistema de reservas.
4. Adaptación del sitio a dispositivos móviles (diseño responsivo).
5. Capacitación básica al cliente para actualización de contenidos y gestión de reservas.
6. Integración con redes sociales y plataformas de mensajería instantánea.

METODOLOGÍA DE IMPLEMENTACIÓN

01

Levantamiento de información: Incluye entrevistas con el propietario del estudio, análisis de servicios actuales, identificación del público objetivo, y recopilación de materiales visuales y textuales. También se realizará una auditoría inicial del entorno digital del estudio.

02

Diseño web centrado en el usuario (UX/UI): Desarrollo de wireframes y mockups funcionales enfocados en la experiencia del usuario, priorizando la navegación intuitiva, la accesibilidad, la velocidad de carga y la coherencia visual con la identidad del estudio.

03

Desarrollo técnico: Instalación de WordPress en el servidor, personalización del tema elegido, integración de plugins (reserva de citas, formularios, seguridad, SEO), configuración del sistema de administración de contenidos y carga del contenido final.

04

Pruebas técnicas y funcionales: Pruebas cruzadas en diferentes navegadores y dispositivos para garantizar compatibilidad, accesibilidad, velocidad de carga y funcionamiento adecuado del sistema de reservas. Se evaluará también la usabilidad general mediante pruebas con usuarios.

05

Capacitación: Capacitación práctica para el uso del backend de WordPress, administración de citas, actualización de contenidos, y buenas prácticas de seguridad y mantenimiento básico. Se entregará una guía de usuario en formato PDF.

06

Lanzamiento y monitoreo inicial: Publicación del sitio web, verificación de rendimiento mediante herramientas de análisis (Google Analytics, Search Console), y asistencia técnica post-lanzamiento durante el primer mes para resolver imprevistos.

CRONOGRAMA DE IMPLEMENTACIÓN

Fase	Duración estimada
Levantamiento de información	1 semana
Diseño web	1 semana
Desarrollo y configuración	2 semanas
Pruebas y ajustes	1 semana
Capacitación y lanzamiento	1 semana

RECURSOS

Humanos

- Diseñador UX/UI: Encargado de crear una interfaz visualmente atractiva y fácil de usar.
- Desarrollador WordPress: Responsable de la implementación técnica del sitio web y de la integración de funcionalidades específicas.
- Especialista en contenido: Apoyará en la redacción, revisión y optimización del contenido textual del sitio.
- Fotógrafo: Proveerá imágenes visuales de calidad para nutrir el portafolio y la estética general del sitio web.

Técnicos

- ·Dominio y hosting: Se requiere la contratación de un proveedor que garantice velocidad, soporte técnico y certificado SSL.
- Plantilla premium: Opcional, pero recomendable para mejorar la estética y funcionalidades avanzadas del sitio.
- Plugins: Plugins para seguridad (Wordfence o iThemes), reservas (Bookly, Amelia), SEO (Yoast SEO), formularios de contacto (WPForms), y backups automáticos (UpdraftPlus).

Materiales

- Imágenes del portafolio fotográfico, descripción de servicios, precios actualizados, logotipo, paleta de colores corporativa, y testimonios de clientes previos si están disponibles.

PRESUPUESTO ESTIMADO

Rubro	Costo estimado (USD)
Dominio y hosting anual	60
Diseño y desarrollo web	400
Plugins premium (reservas, SEO, etc.)	100
Capacitación y soporte inicial	40
Total estimado	600

BENEFICIOS ESPERADOS

La implementación de esta página web traerá beneficios directos e indirectos, tanto a nivel operativo como estratégico:

- Optimización del tiempo: Automatización de reservas y consultas reducirá el tiempo que el personal dedica a tareas repetitivas, permitiendo enfocarse en actividades clave del negocio.
- Mejora en la atención al cliente: Disponibilidad de información clara y actualizada, junto con un sistema de contacto eficiente, aumentará la satisfacción y fidelización del cliente.
- Aumento en la conversión de usuarios a clientes: La facilidad para reservar servicios desde el sitio web incrementará la tasa de conversión.
- Reputación digital fortalecida: Un sitio profesional y funcional refuerza la credibilidad de la marca y la posiciona como moderna y accesible.
- Acceso a nuevos segmentos: El posicionamiento SEO permitirá captar clientes fuera del círculo habitual del estudio.
- Escalabilidad: El sitio puede expandirse en el futuro con nuevas secciones, e-commerce, blog o integración con campañas de email marketing.
- Accesibilidad 24/7: El sitio estará disponible para clientes en cualquier momento, lo que amplía las oportunidades de contacto y contratación de servicios.

EVALUACIÓN Y SEGUIMIENTO

Para garantizar el cumplimiento de los objetivos propuestos, se establecerán mecanismos de monitoreo y evaluación continua:

Indicadores de éxito (KPI):

- Número de reservas realizadas a través del sitio web.
- Aumento mensual del tráfico web y fuentes de tráfico (orgánico, social, directo).
- Tiempo promedio de permanencia en la web.
- Tasa de rebote.
- Cantidad de formularios de contacto completados.
- Número de interacciones desde botones de WhatsApp o redes sociales.

Plan de mantenimiento y actualización continua:

- Mensual: Revisión de funcionalidad general, actualizaciones de plugins, limpieza de base de datos y generación de copias de seguridad.
- Trimestral: Análisis de métricas SEO y ajustes necesarios, revisión de contenido e incorporación de nuevas imágenes o promociones.
- Anual: Evaluación integral del sitio para introducir mejoras mayores según nuevas tendencias tecnológicas y de mercado.

ESTRATEGIA EMOCIONAL STORYTELLING

Esta estrategia se basa en acompañar emocionalmente a los clientes del estudio fotográfico. Cada sección está diseñada para que quien la lea se imagine dentro de la experiencia: una pareja en su boda, un niño en su sesión de fotos, una estudiante cumpliendo su sueño mas anhelado y su meta de graduarse, Que el cliente perciba que el estudio fotográfico no vende solo sesiones, si no que vende recuerdos. Y eso lo refleja desde los textos, las imágenes y la estructura narrativa del sitio. Cada bloque del portafolio es parte de una historia mayor: la historia de la vida.

Uso el “nosotros” o “yo” con intención, para que el cliente sienta que está hablando con alguien real, cercano y humano. Las palabras están elegidas para emocionar, no solo para informar.

DISEÑO VISUAL SUGERIDO

Estilo

- Estilo: Elegante, profesional, minimalista.
- Optimizado para móviles: Diseño responsive obligatorio.
- Velocidad: Imágenes comprimidas, carga asincrónica de contenido.

Paleta de colores sugeria

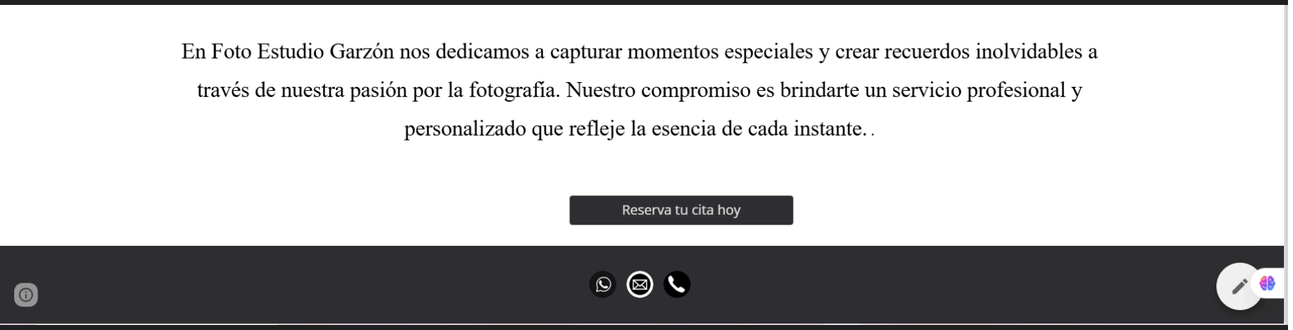
- Fondo blanco predominante: resalta las imágenes.
- Negro y gris oscuro para el texto: sobriedad, elegancia y buena legibilidad.
- Colores suaves y naturales en las imágenes: tonos piel, beige, pasteles.
- Esta paleta minimalista y emocional permite que el contenido visual se destaque y que la web se perciba ordenada y profesional.



Tipografía

Fuente sans serif moderna, limpia y legible la cual comunica claridad, profesionalismo y cercanía.





INICIO (HOME)

Banner principal atractivo:

Copy: “Foto Estudio Garzón, capturando momentos inolvidables.”

Este encabezado resume la propuesta del estudio de forma clara y emocional.

Con este copy se busca transmitir confianza y da una primera impresión cálida y profesional.

Botones visibles:

- Reserva tu cita hoy
- Portafolio
- Servicios
- Contactos y reservaciones

Enlaces

- WhatsApp
- Correo
- Teléfono

PORTAFOLIO

Cada sección del portafolio incluye copys emocionales específicos para cada tipo de sesión con ellos se quiere trasmitir una clara intención de conectar emocionalmente con el visitante, usando una narrativa por etapa de vida.

Bautizos

“Un día lleno de fe ternura y unión familiar”

Quinceaños

“Una etapa mágica donde los sueños se despiertan y florece la verdadera esencia”

Graduaciones

“Un ciclo se cierra, un sueño se cumple”

Sesiones infantiles

“La infancia es ese instante fugaz en el que todo es juego, risa y descubrimiento”

Bodas

“Amor, promesas y celebraciones”

Botones visibles:

- Home
- Portafolio
- Servicios
- Contactos y reservaciones

Enlaces

- WhatsApp
- Correo
- Teléfono





Sesiones Infantiles

- 1 hora de sesión (en estudio o exteriores)
- Utilizaría básica incluida (juguetes, fondo temático, etc.)
- 30 fotografías editadas en alta calidad
- Galería digital privada y personalizada entrega en USB
- Recomendaciones previas para vestuario y ambiente
- Entrega: entre 7 y 10 días hábiles

$150

Reservar en linea



Graduaciones

- Cobertura durante todo el evento (locación educativa opcional) recepción.
- 100 fotografías editadas en alta calidad
- Fotos con toga, diploma y familiares
- Galería digital privada y entrega en usb personalizada.
- Aampliacion medidas 30 x 45

$200

Reservar en linea

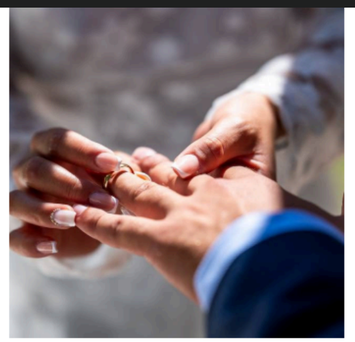


Cobertura de eventos especiales

- Cobertura del evento
- 60 fotografías editadas en alta calidad
- Detalles, planos generales y retratos institucionales
- Entrega en galería privada + formato para archivo institucional
- Entrega: entre 7 y 10 días hábiles

$150

Reservar en linea



Bodas

- Cobertura durante todo el evento (iglesia, recepción)
- Ampliación medidas 30 x 45
- 200 fotografías editadas en alta calidad
- Mini sesión pre boda (opcional con reserva anticipada)
- Galería digital privada y entrega en USB personalizada
- Entrega: entre 15 y 20 días hábiles

$300

Reservar en linea



15 Años

- Cobertura durante todo el evento (casa, iglesia, recepción)
- 100 fotografías editadas en alta calidad
- Galería digital privada y entrega en USB personalizada
- Ampliación medidas 30 x 45
- Entrega: entre 10 y 15 días hábiles

$200

Reservar en linea



Bautizos

- Cobertura durtante todo evento (iglesia y recepción)
- 100 fotografías editadas en alta calidad
- Retratos del bebé y familia
- Galería digital privada y entrega en USB
- Ampliación medidas 30 x 45
- Entrega: entre 10 y 15 días hábiles

$200

Reservar en linea

SERVICIOS

En esta sección se ha incluido copys informativos por servicio y de call to action: Reserva en linea, con estos copys lo que se quiere lograr es la conversión (reservaciones)

- Reserva tu cita hoy
- Portafolio
- Servicios
- Contactos y reservaciones

Botones visibles:

- Reservar en línea
- Portafolio
- Servicios
- Contactos y reservaciones

Enlaces

- WhatsApp
- Correo
- Teléfono

CONTACTO Y RESERVACIONES

En esta sección se va a utilizar copys conversacionales, emocionales y de CTA con el fin de dar facilidad y claridad al momento de agendar una cita, que el cliente sienta cercanía, acompañamiento, disponibilidad y confianza en todo momento

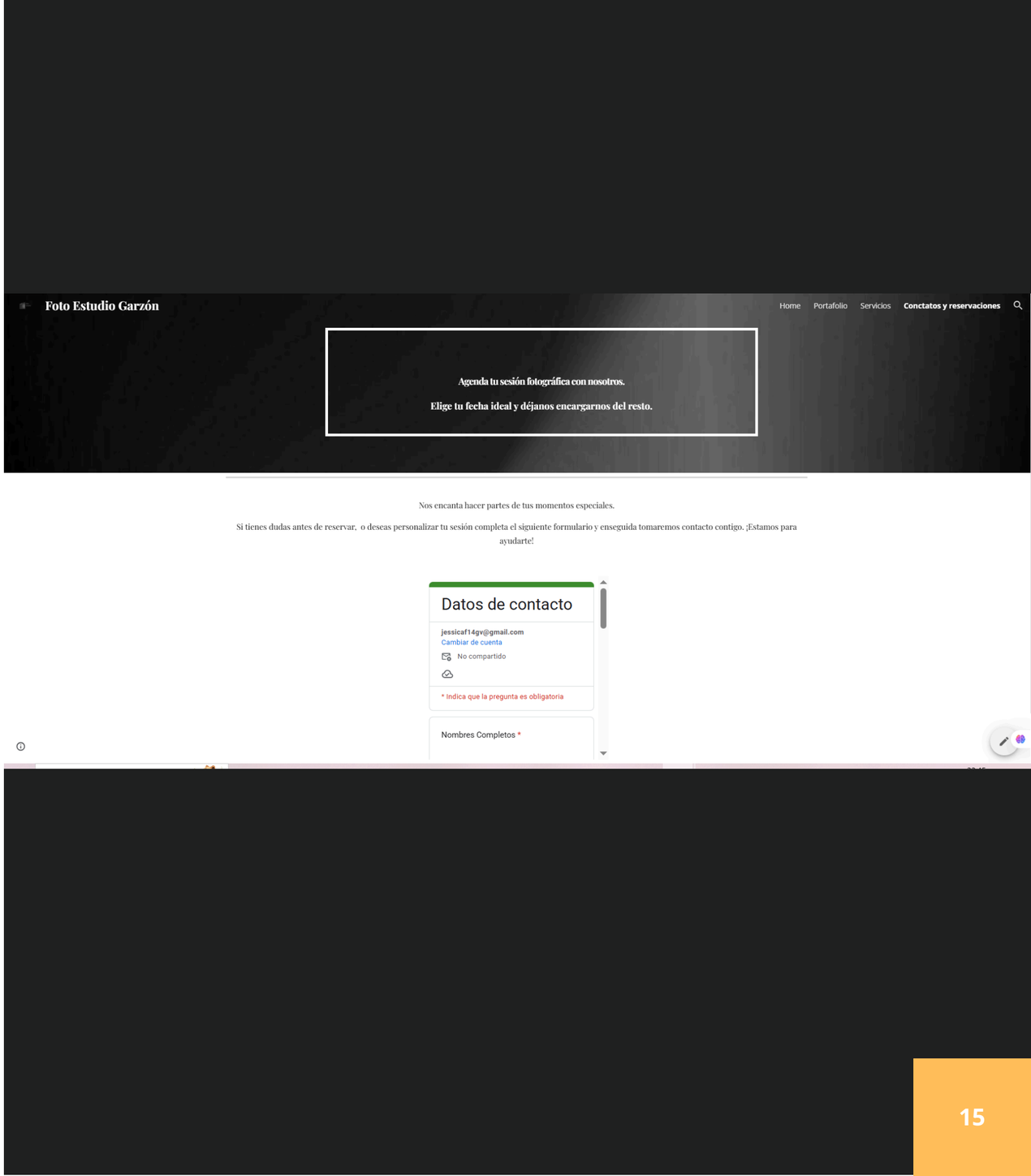
- "Agenda tu sesión fotográfica con nosotros."
- "Elige tu fecha ideal y déjanos encargarnos del resto."
- "Nos encanta hacer parte de tus momentos especiales."
- "Si tienes dudas antes de reservar, o deseas personalizar tu sesión completa el siguiente formulario y enseguida tomaremos contacto contigo. ¡Estamos para ayudarte!"

Botones visibles:

- Home
- Portafolio
- Servicios
- Contactos y reservaciones

Enlaces

- WhatsApp
- Correo
- Teléfono



ENLACE DE LA PÁGINA

https://sites.google.com/view/fotoestudiogarzon/conctatos-y-reservaciones?authuser=0

CUADRO COMPARATIVO DE LA COMPETENCIA

Aspectos	Foto Estudio Garzón	juanrodriguez.com.ec	arcadina.com
Estilo visual	Minimalista, limpio, protagonismo de la ima	Elegante, muy visual, uso de blanco y negro	Modular, profesional, enfocado en plantillas
Narrativa emocional	Moderada, cercana, cálida	Baja, más centrado en la imagen estética	Muy baja, enfoque automatizado
Claridad de servicios	Alta, incluye precios, entregables y tiempos	Media, algunos servicios poco detallados	Alta, servicios bien segmentados
Organización del portafolio	Muy clara, dividida por tipo de sesión	Visual fuerte, pero menos explicativo	Depende de la plantilla, pero buena estructur
Facilidad de reserva	Directa, con botón de reserva visible	Sí, pero menos guiado que Garzón	Alta, sistema de reservas automatizado
Personalización del mensaje	Sí, habla de adaptarse al cliente	Moderada, más orientado a marca personal	Baja, textos genéricos y neutros
Tono de comunicación	Conversacional y accesible	Formal, profesional	Neutro y técnico
Humanización de la marca	Alta, se habla en primera persona, tono cer	Moderada, pero centrada en el fotógrafo	Baja, se percibe como herramienta más que p
Uso de storytelling	Implícito en las etapas de vida	Poco, se prioriza imagen sobre historia	Nulo, es plataforma, no narrativa emociona
Orientación comercial	Sutil, enfocado en acompañar más que ven	Alta, enfoque de portafolio como venta	Alta, orientado a vender plantillas y funciones

https://www.juanrodriguez.com.ec/

https://www.arcadina.com/?utm_source=Google&utm_medium=cpc&utm_campaign=Web_Para_Fotografos&utm_id=Espa%C3%B1a&utm_term=web%20de%20fotograf%C3%ADa%20profesional&utm_campaign=S_Web+Para+Fotografos_ES&utm_source=adwords&utm_medium=ppc&hsa_acc=8652753169&hsa_cam=13088465026&hsa_grp=127853639688&hsa_ad=698174706606&hsa_src=g&hsa_tgt=aud-614092407298:kwd-1657159233786&hsa_kw=web%20de%20fotograf%C3%ADa%20profesional&hsa_mt=p&hsa_net=adwords&hsa_ver=3&gad_source=1&gad_campaignid=13088465026&gbraid=0AAAAAD_W9arlSTPj4cT5-HWYW4Ni9di7E&gclid=Cj0KCQjwlYHBBhD9ARIsALRu09pNapogU4gMBu9VoE7vj-4p9tRCxProHDEQNizr4QgyhrQMEu2kKakaAg1QEALw_wcB

CERTIFICADO DE ORIGINALIDAD

TESA

La Dirección de Titulación, certifica que el trabajo final presentado por **GARZON VILLAMAR JESSICA FERNANDA**, ha sido sometido a un análisis de similitud mediante la herramienta Turnitin.

El resultado obtenido refleja un **8%** de similitud, porcentaje que se encuentra dentro de los parámetros establecidos por el Instituto Superior Tecnológico San Antonio – TESA, cumpliendo con los criterios de originalidad y autenticidad académica exigidos.

Quito,04 de junio del 2025

DIRECCIÓN TITULACIÓN

Pablo Heredia