



## **UNIVERSIDAD JUAREZ AUTÓNOMA DE TABASCO**

**Título:** *Reporte Descriptivo de Insights*

### **Integrantes del equipo:**

Priego Diaz Estephany Guadalupe

Rodriguez Vichel Karla Roberta

Santiago Flores Natalia Abigail

Turcios Leyva Omar Alberto

**Profesora:** Dra. Minerva Camacho Javier

**Fecha:** 16 de Octubre 2025

## Introducción

Este reporte presenta los insights clave obtenidos a partir del análisis cualitativo y cuantitativo sobre la percepción del posicionamiento de Studio 105 en el mercado fotográfico de Villahermosa. Los hallazgos se derivan de encuestas semiestructuradas (n=30) y entrevistas en profundidad (n=3), y buscan orientar decisiones estratégicas de comunicación, servicio y diferenciación.

## Técnicas utilizadas Encuesta estructurada (n=30) Entrevistas semiestructuradas (n=3) Observación contextual y matriz de códigos

- **Periodo de levantamiento:** 12 al 20 de septiembre de 2025
- **Perfil de participantes:** Jóvenes de 18 a 45 años, estudiantes y empleados, con interés ocasional en servicios fotográficos

## Presentación de Insights

**Insight 1:** “La experiencia profesional es el gancho, pero no se comunica bien”

1. **Descripción,** Aunque los clientes valoran altamente la experiencia profesional de Studio 105, existe confusión o falta de claridad sobre qué lo hace especial frente a otros estudios.
2. **Evidencia** 73.3% elige Studio 105 por su experiencia profesional  
Solo 53.3% considera que comunica claramente su diferenciador  
“Espero profesionalismo y puntualidad, pero también que me expliquen cómo posar” – Carlos A. (Entrevista)
3. **Implicación** Reforzar la comunicación de la propuesta de valor en redes sociales, destacando atributos únicos como asesoría personalizada, estilo visual y profesionalismo técnico.

**Insight 2:** “La calidad manda, incluso por encima del precio”

1. **Descripción:** La calidad de las imágenes y el trato del personal son los factores más influyentes en la decisión de compra, superando al precio o la cercanía.
2. **Evidencia:** 43.3% considera el trato como el factor más importante  
Solo 3.3% menciona precio como decisivo  
“Prefiero pagar más si la calidad lo vale” – Alexis Z. (Entrevista)
3. **Implicación:** Posicionar Studio 105 como un estudio de alto valor, destacando la calidad técnica y humana del servicio, más allá de precios bajos.

**Insight 3:** “La visibilidad digital es clave, pero aún insuficiente”

1. **Descripción:** Studio 105 es reconocido principalmente por redes sociales, pero su visibilidad sigue siendo limitada frente a competidores locales.
2. **Evidencia:** 72.4% no conoce Studio 105  
60% lo ha visto en redes sociales  
“Busco estudios en Instagram y veo si cumplen con lo que necesito” – Carlos A.
3. **Implicación:** Intensificar la estrategia digital con contenido visual atractivo, testimonios, reels y presencia constante en plataformas como Instagram y TikTok.

**Insight 4:** “La puntualidad y el trato personalizado generan confianza”

1. **Descripción:** Los clientes esperan puntualidad en la entrega y atención diferenciada durante las sesiones, lo que influye directamente en la recomendación del servicio.
2. **Evidencia:** “Me decepciona cuando no entregan a tiempo o no explican bien cómo posar” – Carlos A.  
“Me gusta sentirme cómodo y que me guíen en cada detalle” – Alexis Z.
3. **Implicación:** Optimizar procesos de entrega y capacitar al equipo en atención personalizada para mejorar la experiencia del cliente.

## Resumen visual

Insight	Evidencia clave	Implicación
Experiencia profesional mal comunicada	73.3% valora experiencia, solo 53.3% percibe diferenciación clara	Mejorar comunicación de propuesta de valor
Calidad sobre precio	43.3% prioriza trato, solo 3.3% menciona precio	Posicionar como estudio de alto valor
Visibilidad digital limitada	72.4% no conoce Studio 105, 60% lo ha visto en redes	Fortalecer estrategia digital
Puntualidad y trato personalizado	Recurrentes menciones en entrevistas	Optimizar procesos y atención

## Conclusiones generales

- Studio 105 tiene atributos diferenciadores sólidos, pero necesita comunicar mejor su propuesta de valor.
- La calidad y el trato son los principales motivadores de elección, más que el precio.
- La visibilidad digital es el principal canal de conocimiento, pero aún limitada frente a competidores.
- La experiencia del cliente debe ser reforzada con puntualidad, asesoría y atención personalizada.