

# Rediseño de Queirolo.cl: Guía paso a paso para un sitio moderno y efectivo

## Análisis del sitio web actual (Queirolo.cl)

El sitio actual de **Queirolo.cl** cumple con mostrar el stock de vehículos seminuevos, pero presenta oportunidades de mejora en varios aspectos. **Estéticamente**, el diseño se ve algo anticuado y no aprovecha tendencias modernas de UX/UI. Por ejemplo, no encontramos indicios de un diseño *responsive* pensado para móviles (no incluye una etiqueta meta viewport), lo que sugiere que en pantallas pequeñas la navegación podría ser incómoda. El estilo general es funcional pero poco dinámico; elementos como tipografías, distribución de espacios en blanco y uso de imágenes podrían actualizarse para transmitir una imagen más **elegante y moderna**.

En cuanto a **usabilidad**, la estructura de menús es clara (Inicio, Seminuevos, Financiamiento, etc.), y el usuario puede encontrar el inventario de vehículos. Sin embargo, la experiencia de búsqueda puede mejorar. Actualmente, para filtrar por marca, tipo o precio, el usuario debe usar la página de "Seminuevos" con filtros bastante básicos. Incorporar filtros más intuitivos (por ejemplo, deslizadores de rango de precio, múltiples criterios combinables) haría más fácil encontrar el auto ideal. Además, hoy no existe una manera de agendar pruebas de manejo en línea ni de interactuar más allá de enviar un formulario de contacto. Son funciones ausentes que limitan la **experiencia del cliente** en la web.

El **rendimiento** del sitio puede también optimizarse. Si bien no contamos con métricas exactas, es posible que las imágenes de los vehículos (cargadas desde un servidor externo *rtautomotriz.com*) no estén optimizadas en tamaño, lo que podría ralentizar la carga. Un rediseño debería enfocarse en cargar las fotos en resoluciones adecuadas y con formatos comprimidos para mejorar la velocidad. Por otra parte, migrar a un diseño *responsive* mejoraría el rendimiento en móviles y la puntuación en buscadores (Google favorece sitios *mobile-friendly*).

**Fortalezas actuales:** Queirolo.cl ya cuenta con un catálogo de autos en stock con información esencial (precio, kilometraje, año, etc.) y una breve descripción de la empresa (60 años de historia en el rubro). La información de contacto (teléfonos, dirección, redes sociales) está visible, lo cual es positivo. En resumen, el sitio actual entrega la información básica que un comprador necesita (ver autos disponibles y cómo contactarlos).

**Debilidades actuales:** Por otro lado, el sitio carece de secciones clave que hoy son estándar en sitios automotrices modernos. **No tiene un blog** ni contenido educativo que mejore el SEO o atraiga clientes orgánicamente. Tampoco hay una sección institucional detallada ("Nosotros" o historia de la empresa) más allá de un párrafo breve. No se ofrece **agendamiento en línea** de visitas o test drives – el cliente debe llamar o escribir manualmente. Asimismo, no existe una **tienda en línea** para accesorios u otros productos, que podría ser una fuente adicional de ingresos. Estas ausencias hacen que el sitio pierda oportunidades de interacción y venta. En términos de autonomía, es probable que cada actualización de inventario requiera intervención del desarrollador que armó el sitio, lo cual limita la rapidez para publicar nuevos autos o modificar contenidos menores.

**Resumen:** El rediseño debe modernizar la apariencia y mejorar la navegación, pero sobre todo incorporar funcionalidades interactivas (agenda, blog, tienda) que hoy faltan. Ahora evaluaremos las opciones de plataforma para lograr estos objetivos, considerando facilidad de edición, catálogo de autos, agendamiento, SEO, escalabilidad y costos.

## Objetivos y requerimientos del nuevo sitio

Antes de elegir una plataforma, definamos claramente qué debe lograr el nuevo sitio web de Queirolo.cl:

- 1. Estética moderna y diseño responsivo:** El sitio debe verse **profesional, elegante y actualizado**, proyectando la confianza de una empresa con 60 años de historia pero adaptada al 2025. Esto incluye un diseño limpio, uso efectivo de fotos de alta calidad, y que se adapte perfectamente a **todos los dispositivos** (móvil, tablet, desktop). Un diseño responsivo asegurará buena experiencia móvil y beneficiará al SEO al cumplir con estándares de Google Mobile-Friendly.
- 2. Catálogo de autos en stock completo:** Debe haber una sección donde se muestren todos los vehículos disponibles con sus **fichas técnicas, galería de imágenes y filtros de búsqueda**. Los visitantes deben poder filtrar por marca, modelo, año, precio, tipo de vehículo, etc., para encontrar el auto que les interese rápidamente. Cada vehículo tendrá su página de detalle con información completa (precio, kilómetros, características, equipamiento, condiciones, etc.) y opciones claras para contactar o solicitar más info. Idealmente, esta sección de catálogo debe ser fácil de actualizar internamente cuando entren o salgan autos del stock.
- 3. Nuevas funcionalidades clave:**
- 4. Agendamiento de visitas/pruebas de manejo:** Integrar una forma para que el cliente pueda elegir una fecha y hora para visitar la automotora o probar un vehículo específico. Esto puede ser mediante un formulario especial o un sistema de calendario en línea. Por ejemplo, en la página de cada auto podría haber un botón "Agendar Test Drive" que permita solicitar una cita. Esto le da comodidad al cliente y genera leads más calificados (ya interesados en un modelo). Incluso Wix recomienda ofrecer opciones de **"Online scheduling" para pruebas de manejo** en sitios de concesionarios <sup>1</sup>.
- 5. Sección institucional ("Quiénes somos"):** Además de la breve reseña histórica en el home, dedicar una página a la historia de Queirolo, su misión, valores y trayectoria. Contar esa historia de 60 años agrega confianza y cercanía. Se puede incluir fotos antiguas, logros, el equipo actual, etc., para humanizar la marca.
- 6. Blog de contenido automotriz:** Un blog donde publicar artículos útiles (ej. consejos de mantenimiento, lanzamientos de modelos, comparativas, noticias de la industria o de la empresa). Esto tiene un doble beneficio: demuestra expertise y mejora el SEO al atraer tráfico orgánico con temas que la gente busca. Como dice la guía de Wix, un blog ayuda a **establecer autoridad en la industria automotriz** y atrae visitas orgánicas que pueden convertirse en clientes <sup>2</sup>. La idea es publicar regularmente contenido de valor, lo cual mantendrá el sitio activo y relevante en buscadores.
- 7. Tienda online de productos asociados:** Implementar un módulo de **e-commerce** para vender productos complementarios. Podrían ser accesorios (por ejemplo, fundas, llaveros, baterías, neumáticos), servicios (ej. garantías extendidas, seguros) o incluso merchandising de la marca. Una tienda online abre un canal de ingresos 24/7 y permite a clientes actuales comprar insumos para sus autos. Para Queirolo, integrar esta tienda significaría tener un carrito de compras,

métodos de pago en línea seguros y gestión de envíos si aplicara. Aunque el core del negocio es la venta de autos usados (que suelen cerrarse presencialmente), esta funcionalidad brinda versatilidad y modernidad al sitio.

8. **Autogestión de contenidos:** La emprendedora (tú, dueña del negocio) quiere **poder editar y actualizar el sitio con libertad**, sin depender de un diseñador o programador para cada cambio pequeño. Esto significa que la plataforma elegida debe ser **fácil de usar** a nivel de administración de contenidos: agregar nuevos autos, editar precios o detalles, publicar entradas de blog, actualizar textos o imágenes institucionales, etc., todo de forma relativamente sencilla. Es crucial seleccionar una solución que empodere al usuario final para hacer esas tareas.

Cabe destacar que **“fácil de usar”** es relativo: editar un sitio web siempre tendrá una curva de aprendizaje inicial. No obstante, hay herramientas diseñadas para usuarios sin conocimientos técnicos profundos que ofrecen interfaces visuales, editores tipo *drag and drop* o paneles intuitivos. Equilibrar esa facilidad con las capacidades avanzadas requeridas será clave en la elección.

Con estos objetivos claros, pasemos a comparar las plataformas candidatas: **WordPress, Wix, Shopify, Webflow** y una **solución personalizada**. Evaluaremos cómo se ajusta cada una en términos de facilidad de edición, gestión de catálogo de autos, agendamiento, SEO/rendimiento, escalabilidad y costos.

## Opciones de plataformas para el rediseño

Existen diversas plataformas para construir el nuevo sitio, cada una con sus pros y contras. A continuación, se presenta una comparación de las principales alternativas:

### WordPress (con WooCommerce y plugins automotrices)

**Descripción:** WordPress es el CMS (sistema de gestión de contenido) más popular del mundo y muy utilizado por pequeñas y grandes empresas. Es de **código abierto** y altamente **personalizable** mediante temas y **plugins**. En este caso, WordPress permite cubrir todos los requisitos mediante complementos: por ejemplo, usaríamos **WooCommerce** para la tienda online y un plugin especializado para el catálogo de autos (como *WP Car Manager* u **Auto Listings**).

**Facilidad de edición:** La interfaz de administración de WordPress está pensada para usuarios finales; una vez configurado, agregar o editar contenido es similar a usar un procesador de texto. De hecho, el objetivo de plugins como WP Car Manager es que *“cualquiera pueda gestionar y listar sus autos sin conocimientos técnicos”* <sup>3</sup>. Podrás ingresar nuevos vehículos llenando un formulario sencillo (título, descripción, subir fotos, especificar atributos como marca, año, precio, etc.) y el sistema automáticamente los mostrará en la web. Para editar páginas estáticas (ej. la página de “Historia” o “Contacto”), WordPress ofrece el editor de bloques (Gutenberg) o se puede instalar un constructor visual tipo Elementor para aún más facilidad. Es cierto que WordPress tiene una **curva de aprendizaje moderada**, mayor que la de Wix, y requiere familiarizarse con su panel de control <sup>4</sup>. Sin embargo, con una capacitación básica podrás tomar el control de las actualizaciones habituales (productos, posts, textos) sin depender del diseñador.

**Catálogo de autos:** WordPress brilla en flexibilidad gracias a los plugins. Un plugin especializado como **WP Car Manager** crearía un módulo de “Autos” dentro del panel, donde ingresarías cada vehículo como una entrada de catálogo. Estos plugins ya incluyen las funciones que necesitas: listado filtrable y páginas de ficha técnica. Por ejemplo, WP Car Manager proporciona listados de vehículos con filtros rápidos (por marca, año, etc.) que funcionan con AJAX, es decir, los visitantes pueden filtrar **sin recargar**

**la página** <sup>5</sup>. Esto hace la búsqueda muy ágil para el usuario. Además, las páginas de detalle de cada auto están diseñadas para mostrar la información de forma clara y atractiva, con galerías de imágenes en carrusel, tablas de especificaciones técnicas generadas automáticamente a partir de los datos ingresados, listas de equipamiento, e incluso botones de llamada a la acción configurables (por ejemplo “Solicitar información” o “Llámanos”) <sup>6</sup>. En resumen, con WordPress + plugin automotriz obtienes un **catálogo robusto**, similar o superior en funcionalidad al actual sitio de Queirolo, pero con una presentación más moderna. Existe más de un plugin en esta categoría; aparte de WP Car Manager, “Auto Listings” es otra opción popular que permite incluso comparativa de vehículos y formularios de oferta de compra <sup>7</sup>. La elección dependerá de cuál se adapte mejor al diseño deseado y soporte técnico disponible, pero lo importante es que **no habría que programar desde cero** nada de esto – ya está resuelto mediante plugins.

*Ejemplo: Listado de vehículos en WordPress con filtros (plugin WP Car Manager). Los visitantes pueden filtrar por marca, modelo, año, rango de precio, etc., y obtener resultados al instante* <sup>5</sup>. *Cada tarjeta de auto muestra foto, modelo, precio y datos clave, mejorando la experiencia de búsqueda.*

**Agendamiento de visitas:** En WordPress se puede integrar fácilmente un sistema de agendas mediante plugins de calendario o formularios personalizados. Existen plugins de **booking** (reservas) que permitirían mostrar un calendario con fechas y horas disponibles para test drives. Por ejemplo, plugins como “Booking Calendar” o “Amelia” (orientado a reservas de servicios) podrían configurarse para gestionar citas. Otra ruta más sencilla es incrustar una herramienta externa: muchas pymes usan **Calendly** u otro servicio de citas online, que se puede embeber en la web (con un botón “Agenda tu prueba de manejo” que abre el calendario). Incluso sin un sistema complejo, se podría diseñar un formulario específico donde el cliente escoge su fecha/hora preferida y el equipo de Queirolo coordina la confirmación manualmente. La flexibilidad de WordPress es enorme en este sentido: prácticamente hay plugin para cualquier necesidad. Así que cumplir con la agenda de visitas no sería un problema. Es cuestión de seleccionar la solución que te resulte más cómoda.

**Blog (SEO):** WordPress nació como plataforma de blogs, así que aquí lleva la delantera. Tendrías una sección de Blog nativa, donde publicar artículos es tan simple como “añadir nueva entrada”, escribir texto, agregar imágenes y pulsar Publicar. Puedes organizar los artículos en categorías (ej. “Consejos”, “Novedades”, “Industria”) y etiquetas. Además, puedes instalar un plugin SEO (el más famoso es **Yoast SEO**) que te ayuda a optimizar cada artículo con palabras clave, metadescripciones, etc. WordPress es conocido por **excelencia en blogging y SEO** – ofrece control total sobre URLs, meta tags, generación de sitemap, y multitud de plugins para mejoras SEO <sup>8</sup>. Esto significa que el esfuerzo de content marketing que hagas en el blog tendrá mayor impacto, ya que la plataforma no te limitará en optimización.

**Tienda online:** Para la parte de comercio electrónico, WordPress ofrece **WooCommerce**, que es uno de los sistemas de tienda online más utilizados globalmente. Es un plugin gratuito que convierte tu sitio en una tienda completa: podrás crear un catálogo de productos (por ejemplo, accesorios automotrices), gestionar un carrito de compra, pagos en línea (tarjetas, transferencias, etc.), calcular envíos, gestionar stock, etc. WooCommerce es **altamente personalizable y escalable**, soportando desde unas pocas referencias hasta miles de productos. Según WPBeginner, WooCommerce es **“la mejor plataforma eCommerce”** en WordPress por su facilidad para empezar gratis, integración con múltiples pasarelas de pago y extensibilidad mediante extensiones <sup>9</sup> <sup>10</sup>. Para tu caso, podrías tener una sección “Tienda” donde vender, por ejemplo, accesorios de 4x4, repuestos menores u otros productos asociados, y WooCommerce se encarga de todo el flujo de compra. Incluso, si en algún momento quisieras **vender autos por internet** (no común en Chile para usados, pero hipotético), podrías listarlos también como productos WooCommerce – aunque probablemente para autos lo mejor es manejarlos con el plugin de catálogo normal y usar WooCommerce solo para artículos de venta inmediata. Lo importante es que **no**

**necesitas una plataforma separada** para el e-commerce; WordPress te da todo en una misma web integrando WooCommerce.

**SEO y rendimiento:** Con WordPress se puede lograr un sitio muy bien optimizado para buscadores y con buena velocidad, **pero** requiere prestar atención a ciertos aspectos técnicos. En cuanto a SEO, ya mencionamos que es excelente en cuanto a personalización (títulos, URLs amigables, etc.). Además, existen plugins de caché (WP Rocket, W3 Total Cache, etc.) para mejorar tiempos de carga, y plugins para optimizar imágenes. Sin embargo, es cierto que si se instalan muchos plugins o se usa un tema muy pesado, el desempeño podría resentirse. Aquí la recomendación es elegir un **tema ligero y bien codificado**, e instalar solo los plugins necesarios. Un buen hosting también marca la diferencia. WordPress en sí puede ser muy rápido si está bien configurado. Grandes sitios con muchísimo tráfico funcionan en WordPress, lo que demuestra su **escalabilidad alta** siempre que la infraestructura acompañe <sup>11</sup>. Así que, en términos de rendimiento, WordPress puede igualar a otras plataformas, solo requiere ese trabajo inicial de optimización. La ventaja es que tienes control total: puedes ajustar casi cualquier parámetro para acelerar el sitio (usar CDN, minificar código, etc.).

**Escalabilidad y costos:** WordPress es gratuito como software, lo que significa que tus costos principales serán el **hosting** (alojamiento web) y eventualmente alguna compra puntual de tema o plugins premium. Un buen hosting en Chile o internacional de calidad puede costar en torno a 10 a 20 USD mensuales (unos \$8.000-\$16.000 CLP aprox), dependiendo de la capacidad y soporte. Hay hosting más económicos, aunque conviene invertir en uno que ofrezca buen rendimiento y soporte, dado que manejarás catálogos e imágenes. Muchos hostings incluyen instaladores automáticos de WordPress, certificados SSL gratis, etc. En cuanto a plugins: WooCommerce es gratuito; WP Car Manager es gratuito (con extensiones de pago opcionales, no obligatorias); otros plugins esenciales (SEO, formularios) tienen versiones gratuitas. Quizás podrías invertir en un **tema premium** con diseño específico de concesionaria para ahorrarte trabajo de diseño – en sitios como ThemeForest hay temas de automotoras en ~\$60 USD, que ya vienen con estilos modernos y a veces incluyen su propio sistema de inventario. Alternativamente, podrías usar un tema gratuito y personalizarlo. En resumen, la inversión inicial en software es baja comparada con otras soluciones: se paga más que nada con tiempo de configuración o contratación de alguien que realice el setup. *Eso sí*, con WordPress debes considerar la **mantención continua**: actualizar el core de WordPress, los plugins y temas cuando haya nuevas versiones (normalmente esto es un clic desde el panel, pero hay que hacerlo periódicamente). También querrás implementar backups automáticos. Estas tareas no son complejas, pero requieren disciplina para mantener el sitio **seguro**. Si no se actualiza, WordPress puede ser vulnerable; de ahí su fama de “problemas de seguridad” si se descuida <sup>12</sup>. Con actualizaciones al día y contraseñas fuertes, es muy seguro. Siempre puedes contratar un plan de mantenimiento externo si prefieres que otro se encargue de esas cosas técnicas, pero no es estrictamente necesario.

**Conclusión WordPress:** Es la opción más **completa y flexible**. Permite implementar **todas** las funcionalidades requeridas (catálogo de autos con filtros, agenda de test drives, sección institucional, blog, tienda online) dentro de un mismo sitio, con un alto grado de personalización. Tú obtienes **control total** de tu contenido y diseño. La **contrapartida** es que inicialmente puede requerir un poco más de configuración técnica (instalación, escoger plugins, dejar todo afinado) y un periodo de aprendizaje para dominar el panel. Pero una vez en marcha, te da independencia para crecer el sitio en la dirección que necesites, sin quedar atada a una plataforma propietaria. En términos de **facilidad para editar**, es cierto que **Wix** es más sencillo en la parte de diseño inmediato, pero WordPress compensa con **capacidades superiores** en casi todos los rubros (blog, SEO, e-commerce, contenido ilimitado) <sup>13</sup> <sup>14</sup>. Si cuentas con ayuda para la etapa inicial de diseño y configuración, WordPress podría ser tu mejor aliado a largo plazo.

## Wix

**Descripción:** Wix es un **creador de sitios web en la nube** muy popular por su facilidad de uso. Ofrece un editor gráfico en el navegador donde literalmente puedes arrastrar elementos, escribir texto y ver los cambios en tiempo real. Wix está orientado a emprendedores y pequeñas empresas que buscan armar su web rápidamente sin tener que programar.

**Facilidad de edición:** Aquí Wix sobresale: su editor es altamente **intuitivo y visual**, ideal si no tienes experiencia técnica. Puedes partir de alguna de las muchas **plantillas prediseñadas** y luego modificar todo con clics (textos, colores, imágenes). Por ejemplo, Wix tiene plantillas específicas para automotoras y concesionarios que ya vienen con un diseño base para catálogo de vehículos y secciones correspondientes <sup>15</sup>. Usar Wix se parece a editar una presentación de PowerPoint: tienes libertad para colocar elementos donde quieras. Además, Wix se encarga de que el sitio sea automáticamente responsive (tiene una vista de móvil para ajustar detalles si fuese necesario). Esta simplicidad del editor Wix la hace **muy atractiva para usuarios sin conocimientos** – de hecho, Wix está pensado para que cualquier dueño de negocio pueda crear y mantener su sitio por su cuenta <sup>16</sup>. Otra ventaja es que Wix incluye una **aplicación móvil** para que incluso desde tu celular puedas editar o publicar entradas, lo que da mucha comodidad.

**Catálogo de autos:** En Wix, no existe una función nativa “tipo concesionaria” tan específica como en WordPress, pero hay varias maneras de implementarla. Una opción es utilizar **Wix Stores** (el módulo de tienda online) para listar los autos como si fueran productos. Cada auto sería un “producto” con su galería de fotos, descripción y podría tener campos personalizados (Wix permite agregar campos adicionales llamados *Producto personalizado* para detalles como kilometraje, etc.). Podrías deshabilitar la opción de compra para esos productos (ya que no venderás el auto online) y en su lugar ofrecer un botón de “Contáctanos” o “Reserva test drive”. La ventaja de usar Wix Stores es que tiene ya herramientas de catálogo, categorías, etc., y podrías a la vez usarlo para los productos accesorios que sí venderías online. Otra alternativa es usar la base de datos de **Wix (Content Manager)**: Wix permite crear **colecciones de datos** personalizadas. Podrías crear una colección “Autos” con campos como marca, modelo, año, precio, etc., y luego diseñar páginas dinámicas que listan esos datos. Esto requiere usar **Wix Content Manager + Repetidores**, que es un poco más técnico (implica entender la lógica de bases de datos de Wix). La comunidad de Wix ha señalado que no hay una app prediseñada de “car dealership” en el marketplace <sup>17</sup>, por lo que habría que armarlo manualmente con alguna de las dos opciones mencionadas. En cuanto a **filtros de búsqueda**, Wix por defecto no trae filtros multiparámetro para colecciones, pero se pueden implementar con algo de código Velo (el entorno de desarrollo de Wix) o usar el buscador del sitio para palabras clave. En la práctica, tal vez estructurando bien por categorías (por ejemplo, una página por marca, etc.) se puede apañar algo de filtrado básico. No será tan sofisticado como la solución WordPress con plugin, pero para un inventario mediano (20-30 autos) podría ser suficiente una navegación por categorías y un filtrado simple por precio (quizás separado por rangos). La **estética** del catálogo en Wix dependerá de la plantilla elegida: muchas plantillas automotrices de Wix presentan los autos con un diseño atractivo, aprovechando fotos grandes y efectos modernos (como parallax).

**Agendamiento de visitas:** Wix ofrece una aplicación integrada llamada **Wix Bookings**, pensada para reservas de servicios (lo usan gimnasios, salones de belleza, etc.). Podrías configurar un “servicio” gratuito llamado por ejemplo “Test Drive” de 30 minutos, donde los usuarios seleccionen día y hora disponible en un calendario. Wix Bookings gestionaría la agenda, te envía notificaciones y permite incluso recibir pagos si fuera un servicio pagado (no el caso aquí). Para tu uso, sería básicamente una forma de que el cliente reserve su visita. Esto cumple perfectamente el requerimiento de agenda sin tener que recurrir a soluciones externas. Alternativamente, Wix también permite añadir **formularios personalizados** fácilmente; podrías crear un formulario de “Agendar Visita” donde el cliente ingrese sus

datos y preferencia de horario, pero sin ver disponibilidad en tiempo real. La mejor experiencia la daría Wix Bookings porque bloquea horarios automáticamente y muestra al usuario qué slots hay. Así que en **funcionalidad de agenda**, Wix sí tiene una herramienta lista para usar, lo cual es un plus importante.

**Blog:** Wix incluye un módulo de **Blog** bastante sencillo de manejar. Puedes redactar artículos, categorizar, programar publicaciones, todo dentro de la misma plataforma. La interfaz es user-friendly, similar a un editor de texto en línea. También ofrece plantillas para la presentación del blog (diseños de listado de artículos, etc.). Si bien las capacidades de blogging de Wix son **más básicas** que las de WordPress (por ejemplo, WordPress tiene más opciones de SEO por post, o plugins avanzados), para una estrategia de contenido inicial el blog de Wix cumple sin problemas. Podrás escribir tus posts y Wix se encargará de la parte técnica (feed RSS, archivos por fecha, etc.).

**Tienda online:** Wix tiene su módulo **Wix Stores** que te permite montar una tienda de comercio electrónico. Es bastante completo: soporte para distintos métodos de pago locales e internacionales, gestión de inventario, opciones de envío, cupones de descuento, etc. La facilidad de Wix Stores radica en que se configura todo con asistentes. Para vender tus productos asociados (ej. accesorios), sería una cuestión de agregar productos al catálogo, subir fotos, precio, stock, y publicar. La experiencia de compra para el usuario final es fluida en Wix, con carrito y checkout integrados. Vale mencionar que para utilizar la funcionalidad de tienda, Wix exige estar en un **plan de pago Business/Ecommerce**, que tiene un costo mensual un poco mayor que los planes estándar (en 2025, esos planes rondan los \$20-30 USD mensuales dependiendo de necesidades). Esto es similar al costo de Shopify o de mantener un hosting bueno para WordPress, así que está dentro de lo previsto. **Un beneficio** de Wix es que el hosting y la seguridad ya están incluidos en ese precio – no debes preocuparte por configurar servidores ni certificados SSL (vienen por defecto, con Wix es muy sencillo conectar tu dominio y obtener HTTPS). Como indica Wix, *al crear un sitio con ellos obtienes el hosting web “gratuito” incluido* (en realidad incluido en el plan) <sup>18</sup>. Esto simplifica mucho las cosas porque no hay que lidiar con empresas de hosting separadas.

**SEO y rendimiento:** Wix ha mejorado mucho en SEO en los últimos años. Antes tenía mala fama porque antiguamente usaba tecnologías que complicaban a Google, pero eso quedó atrás. Hoy Wix te permite editar títulos SEO, descripciones, etiquetas alt de imágenes, URLs personalizadas, e incluso tiene el **Wix SEO Wiz**, que es un asistente paso a paso que te guía para optimizar tu sitio (te sugiere palabras clave, te indica poner texto alternativo a imágenes, etc.) <sup>19</sup>. Para una emprendedora sin conocimientos profundos, estas guías son útiles porque **simplifican el SEO** técnico. En rendimiento, al ser una plataforma alojada, Wix se encarga de la infraestructura – tus páginas se sirven desde sus servidores optimizados, y suelen cargar rápido. No obstante, en sitios Wix muy recargados con muchas animaciones o galerías, puede haber algo de lentitud. La clave es no saturar de elementos innecesarios. En general, Wix ofrece un rendimiento bueno y consistente para tráfico moderado, y escala automáticamente si hay picos (dentro de ciertos límites). **Escalabilidad:** Wix está pensado para pequeñas y medianas webs; puede manejar catálogos grandes, pero si tu sitio creciera a miles de páginas o tráfico muy alto, podrías toparte con limitaciones (por ejemplo, Wix impone un tope de 100 páginas estáticas, aunque las dinámicas vía base de datos pueden superar eso; y un límite de 1000 entradas de blog, etc., que en principio no te afectan porque son números grandes). Para un negocio como el tuyo con decenas de productos y entradas de blog, Wix es suficiente en capacidad.

**Costos:** Wix funciona bajo suscripción. Ofrece planes desde gratuitos (con limitaciones y publicidad de Wix, no aptos para un sitio empresarial formal) hasta planes premium. Para un sitio corporativo con tienda, necesitarás un **Plan Business**. Supongamos un plan Business Basic (~\$20 USD/mes) que permite aceptar pagos online. Esto en CLP sería del orden de \$16.000 mensuales. Este costo incluye todo: hosting, soporte, el uso de todas las funcionalidades (blog, reservas, tienda). No tendrás que pagar por plugins adicionales (la mayoría de funciones están incluidas, salvo algunas apps de terceros

en su mercado que pudieran tener costo, pero en principio no lo vemos necesario). A largo plazo, el costo anual de Wix puede ser superior a pagar un hosting WordPress, *pero* te ahorra el trabajo técnico de mantenimiento. También es cierto que migrar fuera de Wix en el futuro puede ser más complicado (porque es una plataforma cerrada; si algún día quisieras pasar a otra, tocaría reconstruir el sitio en la nueva plataforma). Como plan a mediano plazo, sin embargo, Wix ofrece **previsibilidad** de costos y servicio integral.

**Conclusión Wix:** Es la alternativa más **sencilla para empezar ya mismo** con el rediseño, ideal si quisieras incluso experimentar tú misma en construir el sitio. Cubre prácticamente todos los requerimientos: tiene **diseños modernos** (basta con elegir una buena plantilla automatizada), es 100% **responsive**, permite mostrar autos (aunque requiere un poco de ingenio para configurarlo, no es plug and play en ese aspecto), incluye **agenda de reservas y blog**, y soporta una **tienda online** integrada. La **gran ventaja** es la **facilidad de edición y mantenimiento**: no tendrás que preocuparte de actualizaciones ni de seguridad, y cualquier cambio de contenido lo haces visualmente en pocos pasos. La **desventaja principal** es la **menor flexibilidad** comparado con WordPress o una solución a medida – es decir, estarás algo limitada a lo que Wix ofrece en su ecosistema. Por ejemplo, los filtros de inventario avanzados o ciertas personalizaciones profundas podrían no ser posibles o requerir ayuda de un desarrollador especializado en Wix (y su código Velo). Además, en blogging y SEO, Wix es bueno pero **WordPress sigue siendo superior** en finezas de optimización <sup>13</sup>. Si tu prioridad máxima es la autonomía total y facilidad, Wix es fuerte candidata; si priorizas funcionalidades avanzadas y crecimiento a largo plazo, WordPress podría convenir más.

## Shopify

**Descripción:** Shopify es una plataforma enfocada en **comercio electrónico**. Muchas tiendas online la utilizan por su facilidad para montar catálogos de productos y procesar pagos. Si bien está pensada sobre todo para vender productos que se compran en línea, también se puede adaptar para mostrar un catálogo de bienes de alto valor (como autos) sin venta directa. Shopify podría, en teoría, ser utilizada para el sitio de Queirolo integrando en un solo lugar la tienda de accesorios y el listado de vehículos.

**Facilidad de edición:** Shopify es relativamente fácil de usar en la administración diaria. Su panel de control permite agregar productos con sus fotos, descripciones y precios de forma intuitiva, muy parecido a llenar un formulario. También tiene secciones para pedidos, clientes, etc., aunque en tu caso los “pedidos” solo existirían si vendes accesorios o si permites quizás reservar un auto con pago (lo cual es poco usual). Para contenido no comercial (páginas informativas, blog) Shopify tiene un editor básico estilo CMS donde puedes crear páginas y entradas de blog simples. No alcanza la flexibilidad de Wix o WordPress en diseño, ya que en Shopify la estética está dominada por la **plantilla (theme)** que elijas. Customizar el diseño más allá de lo que la plantilla permite puede requerir tocar código *Liquid* (el lenguaje de templates de Shopify) o instalar apps. En resumen, **gestionar el contenido cotidiano en Shopify es sencillo**, pero **diseñar el sitio** a tu gusto puede ser más restrictivo a menos que compres un theme muy acorde a lo que buscas o contrates a alguien que adapte uno.

**Catálogo de autos:** Con Shopify tendrías que modelar los autos como **productos** del catálogo. Es posible – existen incluso **temas de Shopify orientados a concesionarias** que en vez de “Comprar” ponen “Consultar” y muestran los detalles del vehículo <sup>20</sup>. Podrías organizar los autos por colecciones (por ejemplo, por marca o por tipo SUV/sedan). Shopify permite variantes, pero en autos no se usarían; más bien usarías campos como etiquetas o metafields para especificaciones (kilometraje, motor, etc.). Un beneficio es que Shopify tiene buscador y filtros integrados en muchas plantillas: por ejemplo, filtrar productos por categoría o rango de precio es factible. Sin embargo, hay que tener en cuenta que Shopify está orientado a transacciones. Si no pretendes que la gente compre el auto online, habría que ajustar la experiencia: posiblemente poner un botón de “Solicitar Información” en lugar de “Añadir al



carrito". Esto se puede lograr con alguna app o modificando la plantilla para esos productos. Hay apps en el Shopify App Store para mostrar catálogos sin precios o para gestión de solicitudes en vez de checkout, pensadas para productos de precio elevado. Es un camino viable, pero un tanto rebuscado considerando que hay plataformas más adecuadas para **listing** de vehículos. Donde Shopify **sí destacaría** es en la tienda de accesorios: para eso fue hecho, así que la venta de productos complementarios sería muy fluida. En pocas palabras, Shopify puede manejar tu catálogo de autos de forma básica (listarlos y describirlos), pero se estarían usando solo un subconjunto de sus capacidades, y algunas cosas (como agendar test drive) igual tendrías que añadirlas por fuera.

**Agendamiento de visitas:** Shopify no trae una función de reservas integrada. Tendrías que incorporar algo externo, posiblemente mediante una **app de Shopify** o un script embebido. El Shopify App Store tiene aplicaciones de calendario/reservas (pensadas por ejemplo para reservar horarios de servicios o eventos). Instalar una de esas apps agrega un costo mensual adicional normalmente. Otra solución es similar a la de WordPress: incrustar un formulario de Google Forms, Calendly u otro en una página de "Agenda tu visita". Esto no está automatizado con Shopify per se, sería un elemento adicional. En general, resolver la agenda en Shopify es **posible pero no tan elegante** como en Wix (que ya lo trae) o WordPress (que tiene múltiples plugins).

**Blog:** Shopify tiene un módulo de blog incluido, pero es bastante **simple**. Puedes crear posts, asignar autor, fecha y publicarlos, pero no esperes funcionalidades avanzadas de maquetación o SEO más allá de campos básicos. Sirve para mantener una sección de noticias o artículos, que sin duda ayudaría al SEO, pero la gestión del blog en Shopify no es tan cómoda como en WordPress. Aun así, para mantener presencia de contenido, es adecuado.

**Tienda online (accesorios):** Aquí es donde Shopify brilla. Si planeas tener un catálogo decente de productos para venta en línea, Shopify ofrece una experiencia muy pulida tanto para el administrador como para el cliente final. Maneja stock, envíos, notificaciones de pedido, múltiples monedas, etc., con gran solidez. Puedes integrar medios de pago locales (posiblemente WebPay o similares vía proveedores) y la seguridad de las transacciones la garantiza Shopify. Además, el **checkout** de Shopify está optimizado para conversiones (es rápido, sencillo y funciona bien en móviles). Este es su punto fuerte sin duda.

**SEO y rendimiento:** Los sitios Shopify suelen tener buena velocidad, ya que la plataforma está optimizada y usa hosting global robusto. En cuanto a SEO, Shopify permite editar lo esencial (títulos, meta descripciones, texto ALT), pero tiene algunas limitaciones: por ejemplo, la estructura de URL es fija (tu blog será `* /blogs/news/ algo`, no puedes cambiar eso), y no tienes acceso pleno al código para ajustes muy finos. Aún así, muchas tiendas Shopify rankean bien en Google, o sea que en la práctica funciona. Para SEO local, podrías necesitar configurar bien datos como nombre de la empresa, dirección, etc., quizás a través de alguna app o manualmente en el tema. No es tan flexible como WordPress, pero no es mala en SEO. En rendimiento, seguramente un sitio Shopify con catálogo pequeño irá muy rápido. Y si mañana tuvieras miles de visitantes concurrentes, Shopify escala automáticamente sin que debas hacer nada (ese es uno de sus atractivos, te olvidas de la infraestructura).

**Escalabilidad:** Shopify puede crecer contigo en cuanto a número de productos y tráfico (pagando planes superiores si tu volumen de ventas aumenta). Para un sitio de autos donde realmente no venderás 5000 productos, estás sobrada con el plan básico. Es una plataforma muy escalable y estable, pero mayoritariamente en el ámbito e-commerce.

**Costos:** Shopify funciona por suscripción mensual, a partir de **USD \$39 al mes** (plan Basic Shopify, a 2024-2025) para una tienda en línea completa. Este precio incluye hosting, SSL, actualizaciones y

soporte 24/7. Además, Shopify cobra comisiones por transacción si usas ciertos medios de pago (aunque si activas su propio gateway Shopify Payments en países soportados, reducen comisiones; habría que ver en Chile qué medios integran). En tu caso, las comisiones importarían solo por la venta de accesorios, no por los autos. También hay que considerar posibles **costos de temas** (hay themes gratuitos y de pago en la tienda de temas de Shopify; los premium suelen costar ~\$300 USD de una vez) y **costos de apps** adicionales (muchas tienen suscripciones de \$5-\$20 USD mensuales cada una). Por ejemplo, si instalas una app de reservas o una de contacto para vehículos, eso sumaría. En general, mantener Shopify tiende a ser más caro mes a mes que WordPress (que principalmente paga hosting) o Wix (cuyos planes eCommerce son de precio similar pero no tienen comisiones por ventas). Sin embargo, a cambio recibes una plataforma robusta y muy enfocada a ventas online.

**Conclusión Shopify:** Shopify sería recomendable **principalmente si la prioridad fuera la tienda online de accesorios** por encima de la exhibición de autos. Dado que en tu proyecto el foco principal son los autos usados (y estos no se venden directamente online), Shopify resulta un tanto “exagerado” solo para mostrarlos. Cumpliría con integrar todo en un sitio, sí, pero tendrías que adaptar una plataforma de e-commerce a un esquema de catálogo informativo para los vehículos. Esto puede hacer que termines instalando parches (apps o código personalizado) para cosas como agendamiento, formulario de contacto por auto, etc., cuando esas vienen más naturales en otras plataformas. En **facilidad de uso**, Shopify es amigable para gestionar productos y pedidos, pero quizá **no tan libre para el diseño** como quisieras (te verías ceñida al tema elegido). Diríamos que Shopify podría ser tu opción si planeas una **expansión fuerte en e-commerce de repuestos/accesorios** y quieres algo muy confiable para transacciones. Si ese no es el caso, quizás otra herramienta se ajuste mejor al día a día de una automotora.

## Webflow

**Descripción:** Webflow es una plataforma de diseño web visual que permite crear sitios con un acabado muy profesional sin escribir código, aunque requiere ciertos conocimientos de diseño gráfico/web. A diferencia de Wix, que apunta a la simplicidad, **Webflow apunta a brindar control total de diseño** y genera código limpio (HTML, CSS, JS) detrás de escena. Es una especie de híbrido entre un constructor visual y un CMS potente. Muchos diseñadores lo utilizan para proyectos que necesitan una estética personalizada y buen rendimiento, sin tener que programar desde cero.

**Facilidad de edición:** Aquí hay dos facetas: el **diseño/desarrollo** del sitio en Webflow, y la **edición de contenido** una vez construido. La interfaz de diseño de Webflow es bastante compleja para un principiante – se parece a herramientas profesionales tipo Adobe XD o incluso a manejar código CSS pero con paneles visuales. Está dirigida a usuarios más experimentados en web <sup>21</sup>. No obstante, Webflow ofrece muchas **plantillas** (free y de pago) que ya vienen diseñadas; uno podría comprar una plantilla de concesionaria y luego solo cambiar textos e imágenes. Por ejemplo, existen Webflow Templates específicos para car dealerships con secciones de inventario, financiamiento, etc. <sup>22</sup>. Si cuentas con una plantilla, la parte de diseño pesado ya viene resuelta y solo harías ajustes menores (colores, logotipo, quizá ocultar secciones no necesarias). Lo realmente valioso de Webflow es su **CMS**: te permite definir “Colecciones” de contenido personalizado. Podrías tener una colección **“Autos”** con campos como Marca, Modelo, Año, Precio, KM, Imágenes, Especificaciones, etc. La plantilla de detalle y de listado de autos se diseña una vez, y luego cada entrada de la colección genera una página automáticamente con ese diseño. Esto es similar a cómo WordPress maneja custom post types, pero en Webflow es muy visual definirlo.

Para ti como administradora no-técnica, Webflow ofrece el **“Editor”**, que es un modo simplificado para editar contenido sin romper el diseño. Por ejemplo, una vez armado el sitio, podrías entrar al Editor Webflow, clicar en un texto de la página y cambiarlo directamente, o agregar un nuevo elemento a la

colección “Autos” llenando un formulario preestablecido. Este Editor es bastante amigable; así, aunque el diseño lo configure un profesional o mediante una plantilla, tú podrías actualizar la web fácilmente. En este sentido, la **autonomía en edición de contenido** con Webflow es comparable a WordPress: puedes modificar textos, fotos, entradas, sin tocar código, todo desde el navegador.

**Catálogo de autos:** Como se mencionó, Webflow CMS cubre esto mediante **Colecciones**. Tendrías un catálogo tan completo como definas los campos. Podrías incluso incorporar filtros de búsqueda utilizando integraciones (por ejemplo, hay *scripts* clonables de la comunidad Webflow que permiten filtrar colecciones en la misma página). Muchas plantillas ya incluyen un buscador interno de inventario. Visualmente, Webflow te permite lograr presentaciones de los vehículos muy atractivas, con animaciones, galerías full-screen, etc., según tu creatividad o la del diseñador. Y el código generado suele ser liviano, lo que beneficia la carga. Un punto a considerar es que Webflow tiene ciertos **límites en CMS según el plan**: el plan CMS permite hasta 2,000 items en colecciones (más que suficiente para tus autos + posts), y el plan eCommerce hasta 3,000 items de productos. No es una limitante real para tu escala actual, pero es bueno saberlo.

**Agendamiento de visitas:** Webflow no tiene un módulo de reservas nativo. Para esta funcionalidad, nuevamente la salida sería incrustar algo externo (por ejemplo, un formulario que conecte a una herramienta de calendar). Podrías añadir un botón que abra un widget de Calendly (que se integra mediante código embebido) o crear una página de “Reserva tu test drive” con un formulario normal y luego manualmente coordinar las citas. Dado que Webflow permite insertar código personalizado en páginas, podrías implementar casi cualquier solución de terceros. Por ejemplo, si usas Google Calendar con un formulario, podrías integrar Zapier para automatizar que cuando alguien envía el formulario, te bloquee un horario en la agenda. Requiere algo más de inventiva técnica o apoyo de un desarrollador para integraciones, pero es factible. No es tan plug&play como en Wix o WordPress con plugin, hay que decirlo.

**Blog:** Webflow también soporta contenido tipo blog mediante su CMS. Tendrías una colección “Blog Posts” con campos de título, cuerpo, autor, fecha, imagen destacada, etc. Las plantillas suelen venir con un diseño de blog también. Es sencillo añadir nuevos posts desde el Editor (es parecido a llenar un formulario y darle publicar). En cuanto a SEO para cada post, Webflow te deja editar las etiquetas meta y URL fácilmente. Hay incluso opciones para definir plantillas de SEO (por ejemplo, que el título de la página sea “{Título del post} | Blog Queirolo”). En general, Webflow ofrece **muy buen control SEO** integrado <sup>8</sup>. Quizá no tiene asistentes tipo Yoast con semáforos de legibilidad, pero para un usuario con conocimientos básicos es suficiente con ingresar los campos bien.

**Tienda online:** Webflow tiene un módulo de e-commerce en planes superiores, pero sinceramente no es tan maduro como WooCommerce o Shopify. Permite productos, carrito y checkout, pero está más limitado en funciones (por ejemplo, en variedad de métodos de pago soportados o en gestión avanzada de stock). Si la tienda de accesorios va a ser modesta, Webflow eCommerce podría servir. Soporta pagos vía Stripe o PayPal, lo cual en Chile habría que validar (Stripe recientemente opera en algunos países de LATAM; PayPal sí funciona pero a veces no es el método preferido localmente). Otra opción es no usar el e-commerce nativo, y en su lugar integrar un botón de compra de Shopify (Shopify tiene “buy buttons” que puedes embeber en cualquier web externa, conectados a un mini carrito). Eso permitiría que la transacción ocurra vía Shopify en segundo plano. Es un poco hack, pero algunas personas lo usan para no migrar todo a Shopify. En general, si la venta online es un complemento pequeño, Webflow puede manejarlo. Si fuera algo central con decenas de productos, quizá no es su fuerte.

**SEO y rendimiento:** Aquí Webflow destaca: la estructura de código que genera es muy limpia y estándar, lo cual favorece tiempos de carga rápidos. Además, todo Webflow está en hosting sobre CDN (red de entrega de contenido global), así que tu sitio cargará rápido desde cualquier región. En SEO,

como mencionamos, Webflow ofrece las herramientas necesarias (campos meta, texto alternativo, redirecciones 301 fáciles de configurar, etc.). Incluso crea automáticamente un sitemap.xml y puedes definir reglas de indexación. En comparativas, Webflow suele salir bien parado en SEO técnico y rendimiento, superando a Wix en flexibilidad SEO y a veces a WordPress en que no tiene scripts extra de plugins que ralenticen <sup>8</sup>. Por tanto, un sitio Webflow puede posicionar muy bien si el contenido es bueno, y te despreocupas bastante de la parte técnica de velocidad (solo hay que optimizar las imágenes subidas, pero eso es igual en cualquier plataforma).

**Escalabilidad:** Webflow puede manejar un tráfico bastante alto sin cambiar nada de tu parte, porque su infraestructura escala (similar a Wix/Shopify en eso). Los límites vendrían más por el lado de contenido: si quisieras tener más de 2,000 autos listados (!) tendrías que pasar a un plan Enterprise costoso o segmentar en varios proyectos. Pero ese no es un escenario realista en seminuevos (además, si llegaras a manejar miles de autos, probablemente usarías un sistema dedicado del rubro). Para un negocio PYME, Webflow es escalable en tráfico perfectamente. Donde podría doler es en costos, ya que Webflow tiende a ser más caro a medida que requieres más funcionalidades.

**Costos:** Webflow tiene un plan gratuito para desarrollo, pero al publicar en dominio propio y con CMS toca suscribirse a un **Site Plan CMS** (~USD \$23/mes actualmente) o un **Ecommerce Plan** (~\$42/mes en adelante) si activarás ventas. Esto en CLP serían \$18.000 y \$33.000 aprox mensuales respectivamente. Es más caro que Wix en el rango inicial, pero ofrece un nivel de diseño profesional. Aparte de eso, podrías gastar en una plantilla (usualmente entre \$49 y \$129 una sola vez) si no quieres diseñar desde cero. No hay costos de plugins porque Webflow no funciona con plugins como WordPress; casi todo es nativo o con integración externa manual. Un posible costo adicional: si necesitas funcionalidades específicas no cubiertas, tal vez contratar a un **freelancer Webflow** para implementarlas (por ejemplo, integrar un formulario de reserva con algún custom code). En general, es una inversión mayor en dinero que WordPress o Wix, porque Webflow se posiciona más hacia agencias/diseñadores profesionales.

**Conclusión Webflow:** Webflow sería recomendable si buscas un **nivel de diseño visual superior** y un sitio muy performante, y estás dispuesta a quizás contratar ayuda para el montaje inicial. Una vez listo, te ofrece un panel de edición fácil para ti. En tu caso, se puede lograr con Webflow un sitio hermoso que refleje la calidad y tradición de Queirolo, con animaciones sutiles, transiciones elegantes, etc., que quizás en Wix o WordPress (sin un diseñador) no se obtengan tan refinadas. Además, Webflow cubriría bien blog y catálogo (es totalmente capaz de manejar el inventario con gran detalle). Donde es menos cómodo es en la parte de **agendas y tienda online**: se puede hacer, pero no es su fuerte nativo y requerirá un poco más de trabajo. Por otro lado, **no tendrás que preocuparte por mantenimiento técnico**; la plataforma se encarga de actualizaciones de sistema, seguridad, uptime, igual que Wix/Shopify. Así que como dueña de negocio podrías centrarte en agregar contenido. En términos de autonomía, diríamos que **Webflow te da independencia para editar contenido pero no tanto para rediseñar por tu cuenta** (a diferencia de Wix donde tú misma arrastras cosas, en Webflow no es tan trivial a menos que hayas aprendido la herramienta).

## Solución personalizada (sitio web a medida)

**Descripción:** Esta opción implicaría **contratar desarrolladores** para construir el sitio desde cero (o usando un framework) específico para tu negocio. En lugar de apoyarse en plataformas genéricas, se crearía un sistema a la medida que incluya el catálogo de autos, agenda, blog, etc., según especificaciones precisas.

**Facilidad de edición:** Aquí todo dependerá de cómo lo construyan. Normalmente, un desarrollo a medida requeriría también crear un **panel de administración** personalizado para que puedas

gestionar los contenidos. Por ejemplo, los devs tendrían que programar un backend donde ingreses autos, edites textos, publicaciones del blog, etc. Si lo hacen bien, podría ser sencillo de usar; pero honestamente, raramente un desarrollo a medida alcanza el nivel de pulido en la interfaz de admin que ya tienen WordPress o Wix, simplemente por cuestión de esfuerzo y costo. Entonces, podrías terminar con un panel limitado o poco intuitivo. Además, cada nueva funcionalidad que quisieras en el futuro (digamos, agregar un campo nuevo para los autos, o cambiar la forma de filtrar) implicaría volver a programar. **No tendrías la flexibilidad** de instalar un plugin o de arrastrar un componente; habría que solicitar cambios al programador.

**Catálogo de autos:** Al ser hecho a medida, se podría lograr exactamente a tu gusto. Podrían implementar un filtrado sofisticado, comparadores, etc., cualquier idea es posible con tiempo y dinero. La ventaja es que no hay “bloat” (funcionalidades genéricas que no uses), todo sería puntual a tus necesidades. Sin embargo, construir algo como un listado con filtros AJAX, galería de fotos, etc., desde cero lleva un tiempo considerable, cuando ya existe en soluciones como las mencionadas. A menos que hubiese requisitos muy específicos que ninguna plataforma cumpliera (lo cual no parece el caso), es **reinventar la rueda**.

**Agendamiento, blog, tienda:** Nuevamente, todo esto tendría que desarrollarse o integrarse. Probablemente en un desarrollo a medida se integraría algún widget externo para la agenda (similar a las opciones ya discutidas). El blog quizás terminaría implementado usando un editor de texto enriquecido básico en el admin. La tienda a medida sería mucho trabajo (preferirían integrar pagos vía WebPay directos, etc., pero prácticamente estarías creando tu propio mini-Shopify).

**SEO y rendimiento:** Un sitio bien desarrollado a medida podría ser muy rápido porque incluiría solo lo necesario. Y los desarrolladores pueden optimizar cada consulta y cada byte. En SEO, podrían garantizar URLs limpias, meta tags configurables, etc. Pero esto no es automático: hay que hacerlo explícitamente. Con plataformas, esas cosas vienen ya contempladas. Con un desarrollo custom, tienes que verificar que implementen correctamente las etiquetas de título, la generación de sitemap, la estructura heading, etc., para que sea SEO-friendly. Es más propenso a que algo se olvide si el equipo no es experto en SEO técnico. Por eso, a veces un WordPress bien configurado resulta más fiable en SEO que un custom hastily-coded.

**Escalabilidad:** Un sistema a medida podría alojarse en la nube y escalar a demanda, pero eso recae en tu equipo técnico. Tendrías que dimensionar servidores, base de datos, etc. Para un sitio de este tipo, probablemente se alojaría en un hosting normal o VPS, similar a WordPress. Mientras tenga optimización, aguantaría tráfico medio. De nuevo, no parece que necesites una solución super escalable en plan millones de usuarios, por lo que cualquiera de las plataformas manejadas (WP, Wix, etc.) ya te da escalabilidad suficiente sin tener que invertir en devops.

**Costos:** Esta es quizás la mayor desventaja: un proyecto a medida implicará **costos iniciales altos**. Contratar a un desarrollador o agencia para un sitio con las características mencionadas (catálogo filtrable, login de admin, tienda, etc.) fácilmente puede costar varios millones de pesos chilenos en desarrollo (varios miles de dólares). Y después hay costos de mantenimiento o soporte cada vez que algo falle o haya que actualizar por cambios en navegadores, seguridad, etc. En cambio, usando plataformas existentes evitas costear ese desarrollo desde cero. También el **tiempo de entrega** sería mayor en un proyecto custom, posiblemente meses, mientras que con WordPress o Wix podrías tener el sitio en semanas.

**Conclusión a medida:** Solo recomendaríamos esta opción si tuvieras requerimientos ultra específicos que ninguna otra herramienta pudiera lograr, o si quisieras un control absoluto de cada detalle técnico (lo cual viene con la carga de gestionarlo). Dado que en tu caso las funcionalidades encajan bastante

con lo que ofrecen sistemas ya probados, **no vale la pena un desarrollo propio**. Te quitaría la independencia, pues cualquier cambio implicaría volver al programador. Justamente lo que quieres es poder editar sin depender de alguien – una plataforma con buen CMS te da eso, un desarrollo propio usualmente te hace depender del desarrollador para cambios mayores. Por lo tanto, descartamos esta ruta por ser poco práctica y costosa para una pyme.

---

Habiendo revisado las opciones, hagamos un breve resumen comparativo centrado en tus prioridades:

- **Facilidad de edición:** Wix es el más fácil para diseñar y cambiar cosas uno mismo <sup>4</sup>. WordPress y Webflow ofrecen flexibilidad pero con curva de aprendizaje (aunque WordPress con buenos plugins se acerca bastante a la simplicidad en el uso de día a día). Shopify y custom son menos orientados al usuario final en diseño (Shopify es fácil en producto, pero limitado en maquetación).
- **Catálogo de autos (fichas+filtros):** WordPress con plugin especializado ofrece la solución más robusta *out-of-the-box* para catálogos (filtros AJAX, etc.). Webflow puede lograrlo con su CMS con gran diseño pero requiere configuración. Wix puede implementarse con trabajo adicional; Shopify puede listar autos pero es menos ideal en filtrado a menos que se invierta en apps o código.
- **Agendamiento:** Wix trae una app nativa de reservas (muy conveniente). WordPress tiene múltiples plugins o integraciones posibles (flexible). Webflow y Shopify tendrían que recurrir a integraciones externas (posibles pero no nativas).
- **SEO y rendimiento:** WordPress y Webflow destacan en SEO (WordPress con plugins es excelente, Webflow de por sí es muy bueno) <sup>8</sup>. Webflow suele generar sitios rápidos; WordPress puede ser igualmente rápido optimizado. Wix tiene SEO decente (con asistente) pero un poco más básico; su rendimiento es bueno, aunque no tan optimizable por el usuario. Shopify también es bueno en SEO básico y muy rápido en hosting, pero menos controlable.
- **Escalabilidad:** Todas las plataformas en sus planes profesionales aguantan un sitio de este tamaño sin problemas. WordPress puede escalar mucho (es utilizado por grandes sitios) <sup>11</sup>, solo que debes tú subir de plan de hosting si necesitas. Wix/Webflow/Shopify te piden subir plan si requieres más características o si vendes muchísimo. Una automotora mediana estará bien en cualquier de los planes base-medios.
- **Costos:** WordPress probablemente el menor costo recurrente (solo hosting ~\$10-15/mes, y pagos únicos de algún tema/plugin premium si se requiere). Wix y Shopify cobran mensualidad ~\$20-30 mes (Shopify sumando comisiones en ventas). Webflow algo más (\$20-40 mes). A medida, altísimo inicial y mantenimiento bajo demanda.

## Recomendación: la mejor opción para Queirolo.cl

Después de analizar todo, la **plataforma recomendada** para rediseñar Queirolo.cl es **WordPress**, aprovechando su versatilidad con los plugins **WP Car Manager (o similar)** para el catálogo de autos y **WooCommerce** para la tienda online. Esta elección combina **potencia y flexibilidad** con la posibilidad de entregarte un sitio que luego puedas administrar por tu cuenta sin ahogarte en complejidad.

¿Por qué WordPress? En primer lugar, porque **cumple todos los requisitos simultáneamente**: podrás tener un diseño atractivo y responsive mediante un tema moderno, un catálogo de vehículos completo con filtros avanzados, un sistema para agendar test drives (vía plugin o formulario), un blog integrado y una tienda online robusta – todo bajo el mismo techo. Otras alternativas como Wix te facilitan unas cosas pero sacrifican otras (por ejemplo, Wix no tiene tanta capacidad de catálogo), y Shopify es excelente en tienda pero no en catálogo informativo. Webflow ofrece mucho en diseño pero te exigirá más esfuerzo en integraciones. WordPress, en cambio, ofrece un equilibrio: con la configuración

correcta, **tú obtendrás un sitio 100% adaptado a tu negocio** y a la vez un panel de administración amigable para gestionarlo.

Además, WordPress te **da independencia a largo plazo**. Es una plataforma abierta con enorme comunidad: si en el futuro quieres añadir alguna funcionalidad, seguro habrá ya un plugin creado para eso. No dependes de un solo proveedor. Y al ser tan usado, encontrarás tutoriales, foros y expertos fácilmente si necesitas ayuda puntual. Importante: tú mencionaste que no quieres depender constantemente de un diseñador, y WordPress te permitirá eso una vez esté montado. Podrás agregar autos nuevos cada semana, escribir en el blog cuando quieras, actualizar precios o texto, todo entrando con tu usuario admin sin tener que “tocar código”. Es posible que al inicio requieras el apoyo de un diseñador/desarrollador para implementar el tema y dejar todo funcionando (lo mismo aplica para cualquier plataforma en realidad, incluso con Wix a veces uno contrata a alguien para un resultado más profesional). Pero tras la puesta en marcha, WordPress verdaderamente **empodera al dueño del sitio** para mantenerlo vivo.

Otro punto a favor es el **SEO**: dado que quieres atraer clientes vía contenido (blog automotriz, etc.), WordPress con un buen SEO plugin te permitirá optimizar hasta el último detalle para posicionar en buscadores. De hecho, en comparativas de plataformas, WordPress suele destacarse por sus capacidades SEO sobresalientes <sup>13</sup>. Y algo no menor: la comunidad chilena también conoce y utiliza WordPress bastante, por lo que en términos de soporte local o futuros cambios no te costará encontrar quien lo maneje.

Por todo lo anterior, vemos a WordPress como la opción más completa. Ahora bien, esto no significa descartar por completo a Wix u otras si hubiera razones de peso (por ejemplo, si me dijeras que jamás querrás lidiar con actualizaciones y prefieres pagar un fee fijo porque valoras la simplicidad ante todo, entonces Wix sería plan B plausible). Pero suponiendo que buscas la **mejor solución integral**, WordPress es nuestra recomendación principal.

**Nota:** Elegir WordPress implica asumir pequeñas tareas de mantenimiento (actualizar plugins mensualmente, por ejemplo). Es algo que se puede hacer en minutos y también existen servicios o hostings administrados que lo hacen automáticamente. Con un buen hosting, esas cuestiones técnicas serán mínimas.

Pasemos entonces a describir **cómo llevar a cabo el rediseño paso a paso** utilizando WordPress como base. Este plan te servirá de guía práctica, desde la planificación hasta el lanzamiento y mantenimiento del nuevo sitio.

## **Pasos para llevar a cabo el rediseño (implementación recomendada)**

A continuación, te presento un plan paso a paso para rediseñar Queirolo.cl con éxito, cumpliendo todos los objetivos planteados. Iremos desde la fase inicial de preparación hasta la puesta en marcha y mantenimiento continuo:

### **1. Planificación inicial y elección de tecnología:**

Antes de tocar nada, dedica tiempo a planificar la estructura del nuevo sitio y los recursos necesarios. Decidimos usar **WordPress** como plataforma central – por lo tanto, necesitarás un **servicio de hosting** confiable que soporte WordPress (muchos hostings ofrecen instalación en 1 clic). Elige un hosting con buen soporte y rendimiento en Chile; idealmente uno que ofrezca certificado SSL gratuito (para tener https:// desde el día uno) y copias de seguridad automáticas. Registra o ten a mano las credenciales del

dominio *queirolo.cl* (lo más probable es que ya las tengas del sitio actual) para apuntarlo al nuevo servidor cuando llegue el momento. Define también si harás el rediseño tú misma, con alguien de tu equipo o contratarás a un profesional freelance. En cualquier caso, **establece un cronograma**: por ejemplo, 4-6 semanas para tener el sitio listo es razonable, considerando que hay contenido que migrar. Finalmente, planifica el **contenido**: haz un inventario de las páginas actuales (Inicio, Seminuevos, Financiamiento, Auto en prenda, Consignación, Contacto) y decide qué se mantendrá, qué se reescribirá o si habrá nuevas secciones (p. ej. incorporar “Nosotros” separado del Home, sección “Servicio al cliente”, etc.). Tener clara la arquitectura de información te guiará en los siguientes pasos.

## 2. Preparar el entorno de desarrollo:

Lo recomendable es armar el nuevo sitio en un entorno privado (puede ser un subdominio temporal tipo *dev.queirolo.cl* o en tu propio computador usando herramientas locales). Muchos hostings permiten crear un **sitio de staging** donde trabajas hasta que esté listo para publicar. Así evitas afectar el sitio actual durante el rediseño. Procede a **instalar WordPress** en ese entorno. Al finalizar la instalación, WordPress te dará un panel de administración (normalmente en *tudominio.cl/wp-admin*). Asegúrate de configurar desde ya cosas básicas: el idioma del sitio (español), la zona horaria (Santiago, para que las entradas muestren bien la hora), enlaces permanentes con formato “nombre de la entrada” para URLs limpias, etc. Estas opciones están en Ajustes de WordPress. Tener la base bien configurada te ahorrará ajustes posteriores.

## 3. Selección e instalación del tema (plantilla de diseño):

Con WordPress, puedes elegir entre miles de **temas** que definen el aspecto visual. Dado que buscas una estética elegante y moderna, considera emplear un **tema premium especializado en automotoras**. Por ejemplo, el tema “**Motors**” o “**Car Dealer**” (por nombrar algunos populares) vienen con diseños pre-hechos para concesionarias: incluyen sliders de vehículos, páginas de listado y ficha de auto muy completas, integración con plugins de inventario, etc. Estos temas de pago (usualmente ~\$50-70 USD) pueden ser inversión valiosa porque ahorran mucho trabajo de diseño y suelen traer **importadores de demos** – es decir, puedes importar un sitio de ejemplo completo y luego solo reemplazar contenidos con los tuyos. Otra ruta es elegir un tema multipropósito como **Astra**, **Divi** o **GeneratePress**, que son muy ligeros y compatibles con plugins, y luego maquetar las páginas con un **page builder** (constructor visual) como Elementor. Si no eres diseñadora, la opción de usar un tema ya diseñado específicamente para autos puede ser más sencilla y te garantiza un look profesional desde el inicio. Por ejemplo, el tema “**Motors**” viene con un estilo oscuro y moderno, con filtros de búsqueda avanzados en la portada, que podría encajar perfecto.

Una vez elegido el tema, instálalo en WordPress (se sube el archivo .zip en Apariencia > Temas > Añadir nuevo). Actívalo y configura las opciones generales: colores corporativos (quizá tonos que combinen con el logo de Queirolo, por ejemplo negro, rojo, etc.), tipografías legibles, y carga el **logo** de tu empresa en la cabecera. Muchos temas permiten personalizar estos aspectos desde el **Personalizador de WordPress** (Apariencia > Personalizar) con vista previa en vivo. Asegúrate de también configurar la **navegación (menú)** principal según las secciones que definiste. Por ahora puedes crear menú con Inicio, Seminuevos (o Inventario), Tienda, Blog, Contacto, etc., aunque algunas de esas páginas aún no existan, las crearemos luego.

## 4. Instalación de plugins clave:

Con el tema listo, pasemos a dotar al sitio de las funcionalidades especiales mediante plugins: - **Plugin de catálogo de autos**: Instala el plugin **WP Car Manager** <sup>23</sup> u otra alternativa adecuada (por ejemplo, *Auto Listings* <sup>24</sup>). Estos plugins suelen estar en el repositorio de WordPress (Plugins > Añadir nuevo, buscar por nombre). Tras activarlo, verifica en el menú de WordPress que aparezca una nueva sección, por ejemplo “**Car Listings**” o “**Autos**”. En la configuración del plugin, define algunas opciones iniciales: moneda (peso chileno, \$), unidades (KM, litros, etc.), categorías de vehículos (puede que te permita



precargar marcas, tipos). WP Car Manager viene en inglés, pero se puede traducir fácilmente creando archivos .po (o usando loco translate plugin), aunque muchas cadenas son intuitivas. Otro paso importante: crear las **páginas de listado y de búsqueda**. A menudo este plugin funciona insertando **shortcodes**: es decir, creas una página “Inventario” y en el contenido pegas un shortcode tipo `[wpcm_cars]` que mágicamente mostrará el catálogo filtrable <sup>5</sup>. Revisa la documentación del plugin para hacerlo correctamente. Personaliza los campos que se mostrarán en los listados resumidos (por ejemplo, quizás precio, año, KM, y ciudad). También, si lo permite, configura los **filtros**: que exista filtro por marca, año, precio mínimo/máximo, etc. En WP Car Manager, muchas de esas facetas vienen listas de entrada (tal como vimos, soporta filtrar sin refresh por defecto <sup>5</sup>). Añade un par de vehículos de prueba para verificar que todo se vea bien en el frontend con tu tema. Puedes cargar, por ejemplo, un auto ficticio con todos los campos, y luego ver la página de inventario y de ficha para ver si el diseño te convence o si requiere ajustes CSS. Si optaste por un tema especializado, puede que este traiga su **propio módulo de autos** o esté integrado con un plugin concreto – en ese caso, sigue la documentación del tema (a veces solo usarán Custom Post Types “listing” y tendrás que ingresar ahí). El objetivo es que, al final de este paso, tengas la sección “Seminuevos” operativa con al menos un ejemplo, incluyendo su ficha con galería de imágenes, detalles, etc. - **Plugin de formulario de contacto/agendamiento**: Para poder agendar pruebas de manejo, tienes varias opciones. Una simple es instalar **Contact Form 7** o **WPForms**, que permiten crear formularios personalizados (nombre, email, teléfono, escoger fecha y hora deseada para la visita, auto de interés). Este formulario se puede ubicar en la página de cada vehículo o en una página general de “Agendar Test Drive”. Por ejemplo, WP Car Manager incluye botones de llamada a la acción configurables <sup>25</sup> – podrías hacer que “Solicitar Información” abra un formulario emergente de WPForms donde el asunto ya sea el auto consultado. Si deseas algo más sofisticado (con calendario real), podrías probar un plugin como **Amelia** (de pago, pero profesional) que habilita una sección tipo reserva de citas con confirmaciones. Para empezar, quizás con un buen formulario es suficiente: cuando alguien envía, te llegará un correo con la solicitud y tú coordinas vía email o teléfono la confirmación. No olvides probar y colocar el formulario de **Contacto general** en la página de contacto (email, fono, mensajes). Puedes reutilizar el mismo plugin de formularios para esa sección también. - **WooCommerce para la tienda**: Añade el plugin **WooCommerce** desde el repositorio. Al activarlo, se iniciará un asistente de configuración: te preguntará ubicación de la tienda (Chile), moneda (CLP), unidades, si venderás productos físicos, digitales, etc. Síguelo para dejar los parámetros básicos. WooCommerce creará automáticamente páginas esenciales como “Tienda” (listado de productos), “Carrito”, “Finalizar compra” y “Mi cuenta”. Revisa en WooCommerce > Ajustes opciones importantes: métodos de pago (puedes habilitar transferencia bancaria directa, pago en entrega, o integrar WebPay Plus vía plugins como “WooCommerce Transbank” más adelante), métodos de envío (si venderás accesorios y haces envíos, configura tarifas o retiro en tienda). Inicialmente puedes dejar pagos como “pago offline” para pruebas. Luego, agrega un **par de productos de ejemplo** para testear (por ej, “Cubrepisos de caucho – \$20.000”). Observa la página de la tienda en tu tema, y la página de producto individual. Verifica que todo se vea bien y que el carrito funcione. Quizás ajustes de estilo menores serán necesarios para que los botones coincidan con los colores de tu branding. Muchos temas ya vienen preparados para WooCommerce, así que deberían lucir bien. - **Plugins adicionales**: Instala un **plugin SEO** (recomendado **Yoast SEO** o **RankMath**). Configura el nombre del sitio, frase corta y dale permisos para generar sitemaps. Más adelante optimizaremos cada página/entrada con este plugin. También instala un **plugin de caché** para optimizar velocidad – podrías usar **WP Super Cache** (sencillo) o **W3 Total Cache** (avanzado) si te sientes cómoda afinando más. Otro a considerar es **Smush** o **ShortPixel** para optimizar imágenes automáticamente al subir (así las fotos de los autos no quedarán pesadas). Finalmente, si tu tema o plugin de autos no traduce algunos textos del inglés al español, instala **Loco Translate** para traducir cadenas (p.ej. “Mileage” a “Kilometraje” si hiciera falta).

## 5. Migración y creación de contenidos:

Ahora viene la carga de contenido real. Tendrás que **migrar la información del sitio antiguo** al nuevo.

Parte de esto es manual, pero puedes aprovechar que ahora tendrás mejor organización: - **Catálogo de vehículos:** Reúne la información de todos los autos en stock. Quizás ya tienes un Excel o sistema interno con esos datos. Puedes ingresar uno por uno en la sección de Autos del plugin: por cada vehículo, sube sus fotos (idealmente optimizadas a resolución web, por ejemplo 1600px de ancho máximo), llena campos de marca, modelo, año, precio, kilometraje, etc., y escribe una descripción breve enfatizando condiciones (“único dueño”, “full equipo”, etc.). Marca si un auto está “Vendido” (algunos plugins lo permiten y lo muestran con etiqueta). Si son muchos autos, puede ser tedioso pero vale la pena hacerlo con detalle. Alternativamente, algunos plugins ofrecen importación vía CSV <sup>26</sup> ; si manejas muchos datos, podrías investigar esa opción para bulk upload. No olvides asignar cada auto a su marca o categoría para que los filtros por marca funcionen. Conforme cargues los autos, **verifica cómo lucen** en la página pública de inventario: quizás convenga paginar de a 10 autos por página si son muchos, o ajustar el orden (p.ej., que los recién llegados aparezcan primero, etc.). Presta atención también a la calidad de las imágenes: fotografías claras y atractivas venderán más el auto. - **Páginas institucionales:** Crea la página **“Inicio”**. En el Home, quieres una mezcla de bienvenida, destacar algunos vehículos y llamados a la acción. Puedes incluir un slider de imágenes de autos destacados, o una sección “Vehículos Destacados” (como tenías antes) pero con un diseño renovado. Por ejemplo, 3 o 4 modelos recientes o en promoción. Coloca también un breve texto sobre la empresa (“Más de 60 años de experiencia...”), quizás con una foto histórica o de la familia, para generar confianza. Añade un bloque con “Nuestros servicios”: financiamiento, consignación, etc., con iconos, para que el usuario se entere fácilmente de todo lo que ofrecen. Y muy importante en el Home: botones visibles a “Ver Stock Completo” y “Agenda tu Test Drive” (enlace a esa sección), para guiar rápidamente al visitante <sup>27</sup> . Piensa en el Home como la puerta de entrada que debe llevarlo a explorar autos o a contactarse. Crea la página **“Nosotros”** (o “Quiénes Somos”). Aquí puedes explayarte en la historia de Queirolo: cómo inició hace 60 años, evolución, valores familiares. Agrega fotos antiguas si tienes, o una línea de tiempo. También puedes presentar al equipo actual con nombres y roles, para dar cercanía. Esto humaniza la marca y refuerza la confianza. Crea la página **“Financiamiento”**: explica las opciones de crédito automotriz, convenios con bancos si los hay, etc. Puedes incluir un formulario para que pidan pre-aprobación o un enlace a un cotizador si tienes (a veces las automotoras ponen un formulario para que el cliente deje datos y reciba opciones de crédito). Crea la página **“Consignación”**: explica cómo alguien puede dejar su auto para que ustedes lo vendan, cuáles son las ventajas (seguridad, evitar trámites engorrosos, etc.). Aquí pon un llamado a la acción “¿Quieres consignar tu auto? Contáctanos” con un formulario o un botón a WhatsApp de ventas. Crea la página **“Contacto”**: incluye el formulario de contacto general (para dudas o consultas), junto con los datos de contacto directo – dirección de la automotora (incrusta un mapa de Google para que ubiquen fácilmente), teléfonos, email y horarios de atención. También coloca iconos enlazando a sus redes sociales (Facebook, Instagram). Esto ya lo tenías en el pie del sitio viejo, pero ahora dale su propia página y moderniza, por ejemplo integrando el mapa y quizá un pequeño FAQ (preguntas frecuentes: “¿Aceptan autos en parte de pago?”, “¿Ofrecen garantía?”, etc.). - **Página “Inventario” o “Seminuevos”:** Esta quizás ya se creó automáticamente con el plugin de autos. Revísala: seguramente muestra los filtros arriba <sup>28</sup> y luego la lista de vehículos. Comprueba textos (por ejemplo, que “FILTROS DE BÚSQUEDA” esté en español, etc.). Si el plugin no tradujo algo, usa Loco Translate como mencionamos para ajustar. Asegúrate de que los filtros funcionen correctamente (prueba filtrar por marca X a ver si aparece, por rango de precio, etc.). También considera añadir un campo de **búsqueda por palabra clave** para que el usuario pueda escribir “Toyota” o “4x4” y encuentre coincidencias – algunos plugins lo traen incluido, otros se puede añadir con un snippet. Si tu inventario no es muy grande, con los filtros será suficiente. - **Sección “Agendar Test Drive”:** No tiene que ser una página separada obligatoriamente; podrías tener un botón en cada página de auto que abra un formulario. Pero puede ser útil tener una página “Agendar Visita” central, que explique “Completa este formulario para reservar una visita o prueba de manejo con nosotros. Te confirmaremos la cita a la brevedad”. Incluye campos como Nombre, Email, Teléfono, ¿Qué auto desea probar? (puede ser un desplegable de modelos o un

campo libre), y selección de fecha/hora deseada. Hay plugins de formulario que permiten un campo de fecha con calendario desplegable, úsalo para facilidad. Cuando recibas esos mensajes, respondes confirmando la disponibilidad. En el futuro, podrías integrar un sistema automatizado, pero así es un buen primer paso. - **Blog:** Configura la sección de Blog. En WordPress, suele haber una página designada para entradas (ej. "Blog" o "Noticias"). Puedes llamarla "**Blog Automotriz**" para que suene más amigable. Añádela al menú principal. Decide algunas **categorías** de ejemplo (p.ej., "Lanzamientos", "Consejos", "Historias Queirolo"), incluso puedes migrar cualquier noticia que hubiesen tenido antes (si publicaban en Facebook algo relevante, puedes convertirlo en un artículo). Es bueno arrancar con al menos 1 o 2 posts para que el apartado no esté vacío al lanzar. Quizá escribe una entrada de bienvenida al blog contando qué contenido podrán encontrar próximamente, o un artículo útil ("5 consejos para elegir tu SUV familiar"). No tiene que ser extenso, pero así ya tienes contenido indexable. Recuerda usar Yoast SEO en cada post para poner un título optimizado ("Consejos para comprar un auto usado en Chile | Blog Queirolo" por ejemplo) y meta descripción con palabras clave. Esto ayudará a que el blog arranque con buen pie en Google. - **Tienda online (Accesorios):** Añade al catálogo de WooCommerce los productos reales que quieras ofrecer en el lanzamiento. Puede ser desde poleras/mugs de la marca hasta accesorios como mencionamos. Asegúrate de configurar bien las descripciones y fotos de cada producto. Si no tienes stock real aún o no quieres lanzar la tienda inmediatamente, puedes dejarla oculta del menú y lanzarla después. Pero considerando SEO y completitud, sería bueno incluirla desde el inicio aunque sea con pocos ítems. También verifica la configuración de impuestos (si corresponde IVA en los precios, en autos usados a veces no aplica IVA para la venta de vehículo usado entre privados, pero en accesorios sí llevarían IVA). WooCommerce te deja incluir impuestos en el precio o mostrarlos separados; en Chile es común mostrar precios con IVA incluido.

En esta fase de contenidos, **reutiliza lo que sirva del texto actual** pero no temas reescribir para mejorar tono y claridad. Intenta que todas las páginas tengan al menos un par de párrafos de texto original con las palabras clave relevantes (SEO), pero manteniendo un tono cercano. Tú conoces a tus clientes: escribe como si les hablaras en persona, explicando cómo les ayudan tus servicios, invitándolos a conocerte.

## 6. Diseño final y pruebas de usabilidad:

Con todo el contenido cargado, dedica tiempo a pulir el **diseño y la coherencia visual**. Ajusta las imágenes para que tengan un estilo consistente (por ejemplo, todas las fotos de autos con proporciones similares; si tu tema muestra recortes, quizá necesites recortar manualmente para que se vean bien). Verifica la paleta de colores: que los botones de acción destaquen (por ejemplo, usar un color llamativo para "Agendar" o "Contactar"). Cuida detalles como la legibilidad del texto sobre fondos (fondo blanco con texto negro suele ser mejor, o asegúrate que los contrastes sean suficientes). Si usaste un tema prediseñado, probablemente ya se ve bastante bien. Solo haz pequeños ajustes en el **Personalizador** o en las opciones del tema para diferenciarlo – por ejemplo, iconos de redes sociales, favicon (el iconito del sitio en la pestaña del navegador, puedes usar el logo "Q" de Queirolo).

Luego, realiza **pruebas de usabilidad** tú misma y con alguien de confianza. Simula ser un cliente: entra al sitio en el computador, busca un auto por marca, entra a su ficha, intenta agendar una visita; luego añade un producto de la tienda al carrito, llega hasta la pantalla de pago (sin completarlo). Asegúrate que todo fluye sin errores. Revisa también en un **teléfono móvil**: navega por cada página en tu celular. Observa si el menú móvil es fácil de usar, si los textos no se salen de la pantalla, si las imágenes cargan bien. Ajusta cualquier detalle responsive que falle – a veces un título muy largo puede verse cortado en móvil, entonces puedes acortarlo o añadir un CSS específico. La meta es que la experiencia móvil sea tan buena como en desktop, pues muchos usuarios llegarán desde Google en su teléfono. Comprueba el tiempo de carga inicial: si ves que alguna página tarda mucho, identifica si es por imágenes pesadas u otros elementos y optimiza en consecuencia.

No olvides probar los **formularios**: envía mensajes de prueba a través del formulario de contacto y de agendamiento para confirmar que te lleguen al correo correcto (y revisa el diseño del email recibido, a veces conviene que el asunto mencione el sitio para identificarlos). Si algo no llega, puede ser tema de configuración de correo del hosting – podrías necesitar un plugin SMTP para asegurar la entrega de emails. Es mejor detectarlo ahora que con un cliente real esperando respuesta.

Asimismo, chequea todos los **links internos** y externos: que al hacer clic en “Financiamiento” efectivamente vaya a esa página, que los enlaces a redes sociales abran la página correcta en nueva pestaña, etc. Corrige cualquier link roto o página faltante.

## 7. Optimización SEO y afinamiento final:

Antes de lanzar, realiza un barrido de SEO on-page: con la ayuda del plugin SEO, asegúrate que cada página importante tenga su **título meta** descriptivo y único, y una **meta descripción** atractiva (ese es el texto que aparece en Google debajo del título). Por ejemplo, en la página de Inventario un título bueno sería “Autos Usados en Venta – Queirolo Mundo 4x4 – Santiago, Chile”, y descripción “Encuentra SUVs, 4x4 y autos familiares seminuevos en excelente estado. Queirolo, más de 60 años de experiencia. ¡Visítanos en Las Condes y agenda tu test drive!”. Usa palabras clave relevantes (autos usados, 4x4, Santiago, etc.) de forma natural. Haz esto para Home, cada página de servicio, y quizá configura plantillas para las fichas de autos (algunos SEO plugins permiten que la ficha del auto tome por defecto “{Make} {Model} {Year} en Queirolo – Precio \${Price}” como título SEO). También, agrega texto alternativo a **todas las imágenes** importantes (especialmente al logo y fotos de portada), describiéndolas brevemente – esto ayuda a SEO y accesibilidad. Genera un archivo **robots.txt** (el plugin SEO lo puede hacer) permitiendo que se indexe todo el contenido público. Si el sitio estuvo en “no index” mientras en desarrollo (para que Google no indexe el dev site), recuerda quitar esa opción antes de publicar.

Realiza también optimizaciones de **rendimiento**: activa la caché (prueba tu sitio con un PageSpeed Insights o GTmetrix para ver sugerencias). Comprime imágenes grandes. Habilita la compresión Gzip en el servidor (muchos hostings ya lo tienen). Un sitio rápido mejora el ranking SEO y la experiencia usuario. Para velocidad móvil, elementos como cargar primero el contenido esencial y luego las imágenes (lazy loading) pueden ser útiles – WordPress 5.5+ ya hace lazy load nativo de imágenes, así que probablemente ya esté cubierto.

Configura las **Analytics**: Integra Google Analytics o la nueva GA4 en tu sitio para poder monitorear el tráfico. Esto se puede hacer pegando el código en el header (algunos temas tienen campo específico, o se puede usar el plugin Site Kit de Google que hace GA + Search Console fácil). También crea una propiedad en **Google Search Console** para *queirolo.cl*, de modo que puedas subir el sitemap (que Yoast genera en /sitemap\_index.xml) y ver si Google tiene problemas al indexar alguna página.

## 8. Lanzamiento del nuevo sitio:

¡Hora de salir en vivo! Cuando estés satisfecha con el rediseño en el entorno de prueba, necesitarás migrarlo al dominio principal **queirolo.cl**. Existen dos escenarios:

- a) Si trabajaste en un subdirectorío del mismo hosting, quizás solo debas mover WordPress a la raíz o cambiar algunas configuraciones de URL.
- b) Si trabajaste en un servidor separado, deberás migrar WordPress. Para esto hay plugins como **All-in-One WP Migration** o **UpdraftPlus** que facilitan empacar todo y restaurar en el otro lado. También tu hosting podría ayudar a apuntar el dominio al nuevo sitio. En cualquier caso, programa la migración en un horario de poco tráfico (tal vez noche o fin de semana) para minimizar impacto.

Antes de la migración, haz un **respaldo completo** del sitio actual (por si acaso y para tener ese histórico). Luego, implementa la migración y realiza pruebas rápidas en el dominio real: verifica que no

hayan enlaces rotos debido a cambios de URL. Es probable que la estructura de URLs del nuevo sitio sea distinta (por ejemplo, las fichas de autos ahora pueden ser `/autos/toyota-rav4-2014` en lugar de `/ficha/243155/...`). Para no perder el posicionamiento SEO existente, conviene establecer **redirecciones 301** de las URLs viejas a las nuevas equivalentes. Por ejemplo, la antigua `/ficha/243155/toyota-rav-4-2014` debería redirigir a la nueva URL de la RAV4 2014. Puedes usar un plugin de redirect (Redirection plugin) o editar el `.htaccess` para mapearlas. Si el volumen de páginas es pequeño, hazlo manualmente caso a caso. Lo más importante es redirigir la Home vieja a la Home nueva (eso quizá mantiene), y las secciones principales. Esto asegurará que si alguien tenía un favorito guardado o Google tenía indexado un enlace antiguo, no caiga en 404.

Tras apuntar DNS del dominio al nuevo hosting (si aplica), espera unas horas y comprueba que *queirolo.cl* carga el nuevo sitio correctamente con el candadito SSL. Puede que necesites emitir un nuevo certificado SSL en el hosting para el dominio (muchos paneles de hosting lo hacen con Let's Encrypt gratis). Haz un recorrido completo en el sitio en vivo para asegurarte de que todo funcione exactamente como en staging.

Finalmente, anuncia el nuevo sitio en tus **redes sociales** y a tus contactos. Un pequeño post en Facebook/Instagram de Queirolo mencionando: "¡Estrenamos sitio web! Visita *queirolo.cl* y descubre nuestro nuevo catálogo online, agenda tu test drive y entérate de novedades en nuestro blog. ¡Los esperamos!" puede dirigir tráfico inicial y mostrar a la comunidad que están innovando.

## 9. Capacitación y entrega:

Si no estuviste sola en el proceso y alguien más técnico ayudó, asegúrate de pedir una **capacitación** o lista de instrucciones para las tareas comunes: cómo agregar un auto nuevo (qué fotos subir, dimensiones recomendadas), cómo marcar un vehículo como vendido o eliminarlo, cómo editar precios, cómo publicar entradas de blog y optimizarlas SEO, cómo ver los pedidos de WooCommerce y marcarlos como completados, etc. Ten un documento guía con capturas de pantalla si es posible, para que cualquier miembro del equipo de Queirolo pueda hacer actualizaciones siguiendo pasos. No olvides incluir qué **no tocar** (por ejemplo, "no borrar esta página de Inventario porque contiene shortcode tal"). Con WordPress, tras un par de veces que realices cada acción, le tomarás el ritmo. La idea es que te sientas cómoda administrando y que el sitio no sea una caja negra.

También define un **protocolo de actualizaciones**: WordPress saca nuevas versiones regularmente, al igual que los plugins. Lo recomendable es actualizar todo (core, plugins, tema) al menos una vez al mes para mantener seguridad y compatibilidad. Puedes hacerlo tú entrando al panel (hay una sección de Actualizaciones, y usualmente te indica cuántas pendientes hay; se actualiza con un clic cada elemento). Antes de actualizar, es prudente tener un backup reciente por si algo falla – muchos hostings generan backups diarios, o puedes usar UpdraftPlus para hacer copias en Google Drive automáticamente. Si detectas alguna incompatibilidad post-actualización (raro pero posible, ej: un plugin que deja de funcionar tras actualizarlo), puedes restaurar el backup o buscar soporte en la comunidad. En caso de duda, consulta a tu webmaster de confianza. Pero en general, **mantener el sitio** será mucho más sencillo que crearlo: se reduce a monitorear, agregar contenido nuevo, y mantener todo al día.

## 10. Monitoreo, mantenimiento y crecimiento:

Una vez lanzado, observa las **métricas**. Con Google Analytics revisa cuántas visitas llegan, a qué secciones, cuánto tiempo permanecen. Esto te dará pistas: si ves que muchos entran al blog, quizás potencies esa área con más artículos. Si notas que pocos usan el formulario de test drive, quizás debas hacerlo más visible o incentivar su uso ("¡Reserva hoy y obtén un descuento especial en tu compra!" podría ser un gancho). También echa ojo a Search Console para ver con qué términos de búsqueda está apareciendo tu web, y si hay errores de rastreo.

Mantén el **contenido actualizado**: cada vez que recibas nuevos autos para la venta, súbelos inmediatamente al sitio para que el stock esté al día (un catálogo desactualizado puede frustrar a clientes si llaman por un auto vendido). Del mismo modo, quita o marca como vendido los que ya no estén disponibles. Publica en el **blog** idealmente una vez por mes (o más si puedes). Esto puede ser trabajo delegable – quizá alguien de tu equipo con gusto por los autos puede redactar entradas, o puedes contratar a un redactor freelance. El blog te traerá tráfico orgánico con el tiempo, pero requiere constancia. Enlaza esas publicaciones en tus redes para generar visitas cruzadas.

Aprovecha las **capacidades nuevas**: por ejemplo, ahora que tienes WooCommerce, podrías en el futuro hacer campañas de marketing vendiendo accesorios con descuento a clientes anteriores (hay plugins de email marketing que se integran). O podrías implementar un pequeño **chat en línea** en el sitio para atención (hay plugins de chat de WhatsApp o Messenger fáciles de instalar). WordPress te permitirá agregar esos extras a medida que lo necesites sin rehacer el sitio.

Por último, pero no menos importante, recopila **feedback** de tus clientes y visitantes sobre el nuevo sitio. Pregunta si les resultó fácil buscar autos, si les gusta el diseño, etc. Esto te dará ideas para seguir mejorando. Un sitio web es una entidad viva que puede ajustarse según la respuesta del público. Por ejemplo, si notas que muchos preguntan por financiamiento pese a estar la info en la web, tal vez haya que destacarla más.

En conclusión, siguiendo estos pasos tendrás un sitio web **renovado, atractivo y funcional** que representará mucho mejor la propuesta de valor de Queirolo. La inversión en este rediseño sin duda se verá recompensada: ofrecerás una experiencia cómoda a los usuarios (lo que aumenta la confianza y las probabilidades de venta), ampliarás tu alcance a través del contenido y las búsquedas orgánicas, y dispondrás de canales modernos como la agenda online y la tienda virtual para diversificar el negocio. Y lo mejor, mantendrás el **control** sobre tu página para hacer crecer la presencia digital de tu automotora sin depender en cada paso de terceros.

¡Mucho éxito con el rediseño! Cualquier duda en el camino, recuerda que la comunidad de WordPress y recursos en línea están ahí para apoyarte. Pronto tu sitio será un reflejo en la web de la calidad y tradición que Queirolo ha construido por décadas en el mundo 4x4 .

### Referencias útiles:

- Guía Wix sobre sitios de concesionarias (ideas de contenido y estructura) <sup>29</sup> <sup>30</sup> .
- Documentación oficial de WP Car Manager (para configuración de catálogo) <sup>5</sup> <sup>6</sup> .
- Comparativa de facilidad de uso y SEO en plataformas (para entender fortalezas de WordPress vs Wix vs Webflow) <sup>4</sup> <sup>8</sup> .
- WPBeginner – Plugins y consejos para vender autos con WordPress <sup>31</sup> <sup>7</sup> . (Este recurso confirma la viabilidad de WooCommerce y plugins de listado de autos en WP).

*(Los números entre corchetes corresponden a referencias de fuentes consultadas durante esta investigación, por si deseas profundizar en algún punto específico.)* <sup>3</sup> <sup>13</sup>

---

<sup>1</sup> <sup>2</sup> <sup>18</sup> <sup>27</sup> <sup>29</sup> <sup>30</sup> How To Make a Car Dealership Website in 9 Steps  
<https://www.wix.com/blog/how-to-make-a-car-dealership-website>

<sup>3</sup> <sup>5</sup> <sup>6</sup> <sup>23</sup> <sup>25</sup> Home - WP Car Manager  
<https://www.wpcarmanager.com/>

4 8 11 12 13 14 Webflow Vs Wix Vs Wordpress - A Detailed Comparison (2025)

<https://bullet.so/blog/webflow-vs-wix-vs-wordpress/>

7 9 10 24 31 6 Best Plugins to Sell Cars with WordPress (Expert Picks)

<https://www.wpbeginner.com/showcase/best-plugins-to-sell-cars-with-wordpress/>

15 Car Dealership Website Template - Wix.com

<https://www.wix.com/website-template/view/html/1797>

16 19 21 Wix vs Webflow vs Wix Studio: el mejor creador de sitios web de 2024

<https://www.joshrizzo.design/es/post/wix-vs-webflow-vs-wix-studio-el-mejor-creador-de-sitios-web-de-2024>

17 Is there any car dealership functionality in Wix? - Ask the community

<https://forum.wixstudio.com/t/is-there-any-car-dealership-functionality-in-wix/59505>

20 4 Best Car Dealership Shopify Themes 2025 - Find Your Favorite!

<https://shopthemedetector.com/blog/shopify-car-dealership-themes/>

22 Car Dealership 128 Website Page Template for Webflow

<https://webflow.com/templates/html/car-dealership-128-cars-website-template>

26 KB Articles Archive - WP Car Manager

<https://www.wpcarmanager.com/kb/>

28 SEMINUEVOS - Queirolo Mundo 4x4

<https://www.queirolo.cl/stock>