

Universidad Autónoma de Ciudad Juárez
Instituto de Arquitectura, Diseño y Arte
Departamento de Diseño
Licenciatura en Diseño Digital de Medios Interactivos



Título

Diseño y desarrollo de página web para la empresa Edificaciones Triple O como caso de estudio para propiciar el posicionamiento de su marca como PyME dentro del sector industrial en Ciudad Juárez

Proyecto de investigación
presentado por:

Iván Alfredo Ávila Ontiveros

Para obtener el título de Licenciado en Diseño Digital de Medios Interactivos

Director(es): Duran Coronado, Adrián Alonso y Solís Chávez, Anahí

Ciudad Juárez, Chihuahua, noviembre 2023.

Universidad Autónoma de Ciudad Juárez
Instituto de Arquitectura, Diseño y Arte
Departamento de Diseño
Lic. en Diseño Digital de Medios Interactivos

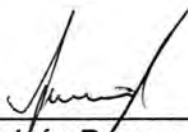
En nuestro carácter de director/a y lectores, hacemos constar que el proyecto de investigación: **Diseño y desarrollo de página web para la empresa Edificaciones Triple O como caso de estudio para propiciar el posicionamiento de la marca como PyME dentro del sector industrial de Ciudad Juárez** presentado por **Iván Alfredo Ávila Ontiveros**, con matrícula **157756** cuenta con las características de aportación novedosa y solidez metodológica exigida por la normativa universitaria.



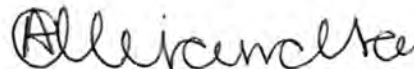
Mtra. Anahí Solís Chávez
Directora del Proyecto de Investigación



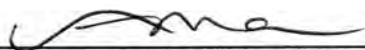
Mtro. Adrián Alonso Durán Coronado
Director del Proyecto de Investigación



Dr. Ramón Iván Barraza Castillo
Evaluador



Dra. Alejandra Lucia De la Torre Rodríguez
Evaluador



Mtra. Anahí Solís Chávez
Coordinadora de la Licenciatura
Diseño Digital de Medios Interactivos

Noviembre de 2023

DEDICATORIA

A mi amada familia, quienes han sido mi faro en las noches oscuras y mi mayor alegría en los días soleados. Gracias por su amor incondicional, por creer en mí incluso cuando yo dudaba, y por ser mi red de seguridad en cada paso del camino. Cada logro que alcanzo es un reflejo del amor y el apoyo que ustedes me han brindado. Este proyecto de titulación es tanto suyo como mío, y lo dedico a ustedes con todo mi corazón. Gracias por ser mi inspiración constante y por ser los pilares de mi fortaleza.

A mi mejor amiga, mi confidente y mi compañera de aventuras, esta dedicatoria es para ti. Tu amistad ha sido una luz brillante en mi vida, iluminando incluso los días más oscuros con tu risa contagiosa y tu apoyo inquebrantable. Gracias por estar a mi lado en cada risa y cada lágrima. Este logro también es tuyo, ya que cada palabra de aliento tuya ha sido un impulso invaluable para mí. Gracias por ser mi amiga, mi hermana elegida, y por compartir este viaje conmigo.

A mis amigos más cercanos, quienes han estado a mi lado en las buenas y en las malas, esta dedicatoria es para ustedes. Su amistad ha sido un regalo invaluable en mi vida, llenándola de risas, aventuras y momentos inolvidables. Gracias por ser mi apoyo constante, por celebrar mis victorias y por estar ahí para levantarme en los desafíos. Este proyecto de titulación lleva también su esencia, ya que cada uno de ustedes ha dejado una huella imborrable en mi corazón. Esta dedicación es un tributo a nuestra amistad eterna.

AGRADECIMIENTOS

A mi familia, cuyo amor y apoyo han sido mi roca sólida en este viaje. Cada paso que he dado ha sido posible gracias a su aliento incondicional y amor constante. Son mi fuente de fuerza y determinación, y les dedico este logro con gratitud infinita.

A los docentes de la Licenciatura de Diseño Digital de Medios Interactivos, quienes compartieron su valioso conocimiento y guiaron mi formación profesional. Cada lección y consejo ha sido fundamental en mi crecimiento académico y personal.

En especial, deseo expresar mi profundo agradecimiento a la Maestra Anahí Solís Chávez, quien ha sido mi guía y mentora en este proyecto. Su disposición para ayudar, sabiduría y apoyo inquebrantable fueron fundamentales para culminar satisfactoriamente este proyecto de investigación. Sus consejos han iluminado mi camino y su dedicación ha sido una fuente constante de inspiración. Este logro lleva su marca y por eso le dedico mi más profundo agradecimiento.

TABLA DE CONTENIDOS

CAPÍTULO I: EL PROBLEMA.....	1
I.1 ANTECEDENTES DEL PROBLEMA	1
I.2 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	3
I.3 DELIMITACIÓN DEL PROBLEMA	4
I.4 PREGUNTA DE INVESTIGACIÓN	5
I.5 OBJETIVOS DE INVESTIGACIÓN	5
<i>I.5.1 Objetivo General.....</i>	<i>5</i>
<i>I.5.2 Objetivos Específicos.....</i>	<i>5</i>
I.6 JUSTIFICACIÓN DEL PROBLEMA.....	6
CAPITULO II: MARCO CONCEPTUAL	7
II.1 DISEÑO DIGITAL	7
<i>II.1.1 Desarrollo de sitios web.....</i>	<i>8</i>
<i>II.1.2 Importancia de un buen desarrollo web.....</i>	<i>9</i>
II.2 PYME.....	10
<i>II.2.1 Características generales de una PyME.....</i>	<i>13</i>
<i>II.2.2 Posibles dificultades económicas de las PyMEs.....</i>	<i>14</i>
CAPÍTULO III: METODOLOGÍA	16
III.1 METODOLOGÍA.....	16
<i>III.1.1 Tipo de investigación</i>	<i>16</i>
<i>III.1.2 Alcance de la investigación.....</i>	<i>16</i>
<i>III.1.3 Diseño de la investigación</i>	<i>16</i>
<i>III.1.4 Muestra u objeto de estudio</i>	<i>17</i>
<i>III.1.5 Instrumento(s) para la recolección de datos.....</i>	<i>17</i>
III.2 PLAN METODOLÓGICO	17
<i>III.2.1 Etapa 1. Empatizar.....</i>	<i>18</i>
<i>III.2.2 Etapa 2. Definir.....</i>	<i>18</i>
<i>III.2.3 Etapa 3. Idear.....</i>	<i>18</i>

<i>III.2.4 Etapa 4. Prototipar</i>	19
<i>III.2.5 Etapa 5. Probar</i>	19
CAPÍTULO IV: DESARROLLO DE LA PROPUESTA	20
IV.1 EMPATIZAR	20
IV.2 DEFINIR	26
<i>IV.2.1 Mapa de empatía</i>	27
<i>IV.2.2 Perfiles de usuario</i>	28
IV.3 IDEAR.....	30
IV.4 PROTOTIPAR	32
CAPÍTULO V: RESULTADOS	55
V.1 RESULTADOS	55
CONCLUSIONES	61
REFLEXIÓN FINAL.....	62
BIBLIOGRAFÍA	65
IMÁGENES EXTERNAS	66
ANEXO 1	69
ANEXO 2	73
ANEXO 3	76

CAPÍTULO I: EL PROBLEMA

INTRODUCCIÓN

En el primer capítulo se definirán y analizarán los diferentes componentes de la problemática principal, la delimitación del problema, preguntas de investigación, la justificación del problema y a su vez se establecerán los objetivos que se pretenden lograr con la presente investigación.

I.1 ANTECEDENTES DEL PROBLEMA

Para la creación de este documento se ha realizado una indagación en diferentes motores de búsqueda en donde se ha encontrado que son pocos los lugares en donde se han realizado investigaciones formales referentes a la temática de las afectaciones de la presencia web en el desarrollo de un sitio web.

Específicamente hablando acerca de las PyMEs, tener una fuerte presencia web puede llegar a ser de mucha ayuda al momento de cuantificar los ingresos generados en ventas. Esto se debe a que un gran sector de la población, primordialmente la población joven, utiliza estas plataformas de manera casi natural y constante. A pesar de los beneficios que puede llegar a tener el implementar algunas de estas herramientas digitales, queda claro que muchas PyMEs no las utilizan a su máximo potencial o peor aún no implementan ninguna de ellas.

La investigación de Burgess y Bingley (2011-2012) analizó la presencia web de 153 PyMEs en Australia y Nueva Zelanda. Se utilizó una base de datos y se filtraron empresas de tamaño mediano. Estas se categorizaron por sector y se buscó en Google si tenían sitios web y presencia en sitios de terceros. Resultó que solo el 64% tenía un sitio web y menos aún estaban en redes sociales de terceros. La mayoría de las empresas carecían de una fuerte presencia en línea, resaltando la necesidad de mejorar su participación digital. (Burgess & Bingley, 2014)

Durante 2019, se realizó un estudio en Andalucía, España, enfocado en empresas del sector sanitario. El objetivo era evaluar la presencia digital de PyMEs, especialmente en odontología, a través de sitios web y redes sociales. Se recopilaron datos básicos de las empresas y se analizaron factores como la existencia de sitios web y perfiles en redes sociales. Los resultados revelaron que al menos la mitad de las empresas carecían de una presencia web sólida, con la mayoría teniendo solo una página de Facebook. La investigación buscaba comprender la capacidad de adaptación de estas empresas al mundo digital, vital para aumentar sus ingresos. (Rivera-Trigueros, Gutiérrez-Artacho, & Olvera-Lobo, 2019)

El estudio "Sitios web y redes sociales como herramienta de comunicación y venta en microempresas y pequeñas empresas" analiza el uso de plataformas digitales por PyMEs con más de 15 años de funcionamiento en Córdoba, Argentina, realizado en 2015. Su objetivo fue identificar las causas, características y consecuencias del uso de sitios web y redes sociales para comunicación y comercio electrónico. Los datos provienen de 102 encuestas a empresas en línea y 529 encuestas a compradores en línea. La investigación revela que tener empleados dedicados a gestionar sitios web y redes sociales marca una diferencia significativa en las estrategias de comunicación y ventas de las PyMEs. La digitalización se destaca como vital para la competitividad empresarial, ofreciendo beneficios como mayores ventas, fidelización de clientes y expansión a nuevos mercados. La adaptación al cambio en las estrategias de comercialización se revela como esencial para las empresas, con estrategias más efectivas dependiendo del tamaño de la empresa. (Sayang, 2016)

En el contexto de Chihuahua, estar presente en línea a través de sitios web es crucial debido a que el estado se encuentra entre los diez principales en el uso del internet en México (Asociación de Internet MX, 2023). Esta alta conectividad digital indica una audiencia activa en línea, lo que ofrece a las empresas locales una oportunidad invaluable para llegar a un público más amplio y potencialmente aumentar su base de clientes. Contar con una presencia web efectiva no solo permite mejorar la visibilidad y la accesibilidad de los negocios, sino que también brinda la posibilidad de establecer una conexión más fuerte con la comunidad local y aprovechar el poder del mercado digital en constante crecimiento en el estado de Chihuahua.

Es evidente que hay suficientes razones para adoptar las nuevas tecnologías digitales, las cuales ofrecen a las empresas una presencia web sólida. Sin embargo, a pesar de los beneficios comprobados por estudios previos a nivel mundial, pocas PyMEs han mostrado la motivación necesaria para implementar estas tecnologías. Se puede concluir que, con el tiempo, más empresas se unirán a la tendencia de tener presencia web, pero también es plausible afirmar que las PyMEs que ya han optado por tener presencias web robustas tendrán una ventaja competitiva sobre aquellas que lo hagan más adelante.

I.2 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Los avances tecnológicos han transformado radicalmente el panorama comercial global en las últimas décadas. Las empresas del sector tecnológico han jugado un papel crucial al propiciar un entorno comercial completamente nuevo, marcado por interacciones innovadoras entre las empresas y los consumidores interesados en adquirir productos o servicios. Estos desarrollos han creado oportunidades sin precedentes para la expansión de los negocios, permitiendo una conexión más directa y efectiva con la audiencia. Ahora, las empresas pueden llegar a clientes potenciales de manera más eficiente, presentando sus ofertas de productos y servicios de forma más atractiva y accesible. Esta evolución tecnológica ha no solo cambiado la forma en que las empresas promocionan y venden sus productos, sino también la manera en que los consumidores toman decisiones de compra, impulsando así un cambio fundamental en la dinámica comercial a nivel global.

Es esencial que un proveedor de servicios inmobiliarios en Ciudad Juárez, Chihuahua, tenga una fuerte presencia en línea debido a la posición económica destacada de la ciudad. Ciudad Juárez representa el 43.5% del Producto Interno Bruto (PIB) estatal, superando incluso a Chihuahua Capital (27.5%) y Cuauhtémoc (9.7%) en términos de ingresos. (Centro de Información Económica y Social de la Secretaría de Innovación y Desarrollo Económico de Gobierno del Estado, 2023) Dada esta importancia económica, estar presente en línea se convierte en una estrategia vital para los proveedores de bienes raíces residenciales y comerciales. Una presencia web sólida no solo aumenta la visibilidad de la empresa en un mercado local robusto, sino que también permite llegar a un público más amplio, tanto a nivel regional como nacional. Además, en un mercado competitivo como el inmobiliario, una

presencia digital efectiva puede ser la clave para atraer y retener a clientes potenciales, estableciendo así una ventaja significativa en un entorno económico tan dinámico como el de Ciudad Juárez.

Dada la transformación comercial inducida por los avances tecnológicos, es imperativo que las empresas establezcan una presencia web robusta para competir de manera efectiva contra compañías locales, regionales, nacionales e internacionales. Una presencia digital fuerte no solo proporciona visibilidad, sino que también crea una plataforma de interacción directa con los clientes, permitiendo una comunicación constante y una oferta de productos o servicios más accesible. En este entorno competitivo, las empresas deben adaptarse a las expectativas cambiantes del consumidor y estar al tanto de las últimas tendencias tecnológicas para destacarse. Aquellas que invierten en una presencia en línea bien desarrollada tienen la capacidad de llegar a una audiencia diversa, superar barreras geográficas y competir en igualdad de condiciones con empresas de cualquier tamaño y alcance geográfico. (Salas Narváez, Acosta Véliz, & Jiménez Cercado, 2018) La presencia web se ha convertido en un elemento esencial para establecer y mantener una ventaja competitiva en el mercado actual.

I.3 DELIMITACIÓN DEL PROBLEMA

El problema central que se enfrenta en este proyecto de titulación radica en la necesidad de desarrollar un sitio web efectivo para una pequeña o mediana empresa (PyME) en Ciudad Juárez, Chihuahua, México, durante el transcurso del año 2023. La PyME seleccionada para el desarrollo de este proyecto se llama Edificaciones Triple O, la cual se encuentra posicionada como una PyME proveedora de servicio de construcción dentro del sector empresarial de bienes raíces. Esta empresa se encuentra en un contexto económico altamente competitivo, especialmente en un mercado inmobiliario dinámico. A pesar de su corto tiempo en operación, el sitio web existente de la empresa carece de características esenciales para un diseño funcional y atractivo según los estándares actuales. La falta de una presencia en línea sólida representa una desventaja significativa en comparación con las empresas locales, regionales, nacionales e internacionales que ya han adoptado estrategias digitales efectivas. Esta situación se agrava por la posición destacada de Ciudad Juárez en la economía estatal. Por lo tanto, el diseño y la implementación de un sitio web funcional y atractivo se convierten

en un desafío crucial para esta PyME, ya que será fundamental para competir en igualdad de condiciones y mantenerse a la vanguardia en el dinámico mercado empresarial de Ciudad Juárez.

I.4 PREGUNTA DE INVESTIGACIÓN

¿Cuán grande será el impacto de implementar una página web efectiva en la presencia y competitividad que tendrá en Edificaciones Triple O considerando el contexto económico y la alta conectividad digital de Ciudad Juárez, Chihuahua?

I.5 OBJETIVOS DE INVESTIGACIÓN

I.5.1 Objetivo General

Desarrollar una página web para un proveedor de servicios a bienes raíces en el sector industrial, basado en un análisis de su presencia web actual y las necesidades específicas del mercado, con el fin de mejorar significativamente su visibilidad en línea, fortalecer la interacción con clientes potenciales y existentes, y establecer una sólida presencia digital que impulse el crecimiento del negocio.

I.5.2 Objetivos Específicos

Realizar un análisis de la presencia web actual del proveedor de servicios a bienes raíces en el sector industrial, identificando áreas de mejora en términos de diseño, usabilidad y contenido.

Diseñar una página web atractiva, funcional y fácil de navegar, que refleje la identidad de la empresa y se adapte a las necesidades y preferencias del público objetivo del sector industrial.

Integrar herramientas de interacción efectiva para fortalecer la comunicación con clientes potenciales y existentes, facilitando así la generación de leads y la retención de clientes.

Verificar que los cambios realizados a través del rediseño de su sitio web hayan sido para beneficio de la compañía a través de un cuestionario donde se comparen el sitio web original y la página web creada.

I.6 JUSTIFICACIÓN DEL PROBLEMA

Ahora más que nunca es necesario estar presente en el mundo digital para generar visitas y ventas. El no tener una presencia web en las diferentes plataformas digitales puede representar un gran obstáculo especialmente para las pequeñas y medianas empresas que frecuentemente se enfrentan a dificultades para atraer la atención de una posible clientela.

Es de suma importancia que la PyME "Edificaciones Triple O" en Ciudad Juárez, Chihuahua, lleve a cabo un rediseño integral de su sitio web, considerando la relevancia económica y competitiva de la ciudad en el ámbito empresarial. Ciudad Juárez representa un porcentaje significativo del Producto Interno Bruto (PIB) estatal, superando tanto a la capital, Chihuahua, como a Cuauhtémoc en términos de ingresos económicos. (Centro de Información Económica y Social de la Secretaría de Innovación y Desarrollo Económico de Gobierno del Estado, 2023) Dada esta prominencia económica, la presencia en línea se convierte en una estrategia esencial para las empresas inmobiliarias. Un sitio web renovado y eficaz no solo mejorará la visibilidad de "Edificaciones Triple O" en un mercado local robusto, sino que también posibilitará llegar a una audiencia más amplia, tanto regional como nacionalmente. En el contexto competitivo del mercado inmobiliario, una presencia digital efectiva será fundamental para atraer y retener clientes potenciales, otorgando a la empresa una ventaja significativa en el dinámico entorno económico de Ciudad Juárez.

Para las pequeñas y medianas empresas (PyMEs) locales que buscan mejorar la calidad de su contenido digital y, posiblemente, aumentar sus ventas a través de la oferta de productos y servicios, este estudio proporcionará una visión detallada sobre la presencia web de otras empresas locales. Esta información resulta crucial para mejorar la competitividad entre empresas con ofertas similares, tanto dentro como fuera de la región de Ciudad Juárez, Chihuahua. Les brindará los datos necesarios para identificar los aspectos fundamentales para la creación de una estrategia de marketing digital que pueda igualar o superar a la de su competencia directa. Contar con esta información facilitará la solicitud más precisa y efectiva de servicios de diseño y desarrollo de contenido digital.

CAPITULO II: MARCO CONCEPTUAL

INTRODUCCIÓN

En este capítulo se definirán conceptos que fueron de gran ayuda al momento de profundizar en el tema trabajado dentro de este proyecto de investigación. Se examinaron las esferas fundamentales del diseño digital, incluyendo particularmente el desarrollo de sitios web. Además, se exploraron las pequeñas y medianas empresas (PyME).

II.1 Diseño digital

El diseño digital se refiere al proceso de creación y visualización de productos, servicios o experiencias utilizando tecnología digital. En lugar de depender de medios físicos o analógicos, como papel o fotografías impresas, el diseño digital utiliza dispositivos electrónicos y software para crear imágenes, gráficos, interfaces, animaciones y otros elementos visuales.

Según la U-Tad el diseño digital se puede definir como “El diseño digital multimedia es una disciplina que combina diferentes formas de medios digitales, como gráficos, imágenes, vídeos, sonido y texto, para crear experiencias interactivas y atractivas. Se centra en la integración y combinación armoniosa de estos elementos para transmitir información, contar historias o proporcionar entretenimiento a través de medios digitales. Por definición, el diseño digital siempre es multimedia.” (U-Tad, 2023)

El diseño digital se utiliza en una variedad de industrias, incluyendo publicidad, marketing, desarrollo web y de aplicaciones, medios de comunicación, entretenimiento y diseño de productos. La naturaleza digital de estos diseños permite una mayor flexibilidad, interactividad y dinamismo en comparación con los medios analógicos, lo que facilita la creación de experiencias más atractivas y eficientes para los usuarios finales.

En un mundo cada vez más digitalizado, el diseño digital se erige como el pilar fundamental para el éxito en las estrategias de marketing y publicidad. La evolución tecnológica ha

transformado la forma en que las empresas se relacionan con su audiencia, y el diseño digital se ha convertido en el lenguaje visual que capta la atención y fomenta la participación. Desde sitios web responsive y aplicaciones móviles intuitivas hasta campañas publicitarias impactantes en redes sociales, el diseño digital proporciona la vanguardia necesaria para destacarse en un mercado saturado. La capacidad de crear experiencias atractivas y coherentes a través de diversos canales digitales no solo atrae clientes, sino que también construye una conexión emocional y duradera entre las marcas y su audiencia, estableciendo así un camino claro hacia el éxito en el panorama actual y futuro del marketing y la publicidad.

El diseño digital abarca una amplia gama de disciplinas, incluyendo diseño gráfico, diseño de interfaz de usuario (UI), diseño de experiencia de usuario (UX), diseño de sitios web, diseño de aplicaciones móviles, animación digital, diseño de juegos, diseño de productos digitales y más.

II.1.1 Desarrollo de sitios web

El diseño web es una disciplina compleja que implica mucho más que simplemente crear páginas web visualmente atractivas. Se trata de una actividad multidisciplinaria que incluye la planificación, el diseño, el mantenimiento y la creación de sitios web funcionales y efectivos. A diferencia del diseño tradicional, el diseño web se enfoca en una variedad de aspectos que van desde la apariencia visual hasta la experiencia del usuario. La interfaz del usuario es uno de los componentes cruciales del diseño web, asegurando que la navegación por el sitio sea intuitiva y fácil de entender para los visitantes. Además, el diseño gráfico desempeña un papel fundamental al crear elementos visuales atractivos y coherentes que representen la identidad de la marca.

Lo anteriormente mencionado puede ser verificado a través de la siguiente frase “El Diseño web es aquella actividad consistente en planificar, diseñar, mantener y crear páginas web. Se aleja del término más tradicional del diseño en cuanto a que engloba una gran variedad de aspectos diferentes, como pueden ser el diseño de la interfaz, el diseño del material gráfico o incluso la experiencia del usuario con el sitio.” (NeoAttack, 2020)

Sin embargo, el diseño web va más allá de la apariencia superficial. También implica la experiencia del usuario, es decir, cómo los visitantes interactúan con el sitio web y encuentran

la información que están buscando. Un diseño web efectivo debe ser intuitivo y fácil de usar, permitiendo a los usuarios navegar sin esfuerzo por las páginas y acceder a la información de manera rápida y sencilla. Para lograr esto, los diseñadores web deben considerar factores como la disposición del contenido, la estructura de la información y la usabilidad del sitio.

“Es el proceso de crear y mantener sitios web o aplicaciones. Involucra una diversidad de acciones que van desde la codificación y diseño, hasta la administración de contenidos y la gestión del servidor web. Para su desarrollo, necesita de lenguajes de programación como lo son, JavaScript, PHP, HTML y CSS. La utilización de cada uno dependerá del tipo de actividad que realicen.” (Sulbarán, 2023)

Además, el diseño web moderno se centra en la responsividad, asegurando que los sitios web sean accesibles y funcionales en una variedad de dispositivos y tamaños de pantalla, desde computadoras de escritorio hasta teléfonos inteligentes y tabletas. Esto implica utilizar tecnologías y técnicas como el diseño adaptable y el desarrollo móvil para garantizar una experiencia consistente para todos los usuarios, independientemente del dispositivo que utilicen.

II.1.2 Importancia de un buen desarrollo web

Cuando potenciales clientes descubren tu empresa en internet, es crucial que perciban tu negocio como legítimo y confiable. En un entorno digital plagado de estafas y engaños, un sitio web mal diseñado puede generar desconfianza y hacer que parezcas poco fiable o incluso sospechoso de llevar a cabo prácticas fraudulentas. La apariencia y funcionalidad de tu sitio web son vitales para establecer la credibilidad de tu empresa y construir la confianza de tus visitantes en línea. Un diseño web profesional y atractivo no solo mejora la imagen de tu negocio, sino que también demuestra tu compromiso con la autenticidad y la transparencia en tus operaciones. Es esencial asegurar que tu presencia en línea proyecte profesionalismo y confianza para captar la atención y la lealtad de los clientes potenciales. (WebFX, s.f.)

En el contexto empresarial actual, la presencia en línea se ha convertido en un factor crucial que determina la percepción de los clientes sobre la confiabilidad y la autenticidad de una empresa. Aunque algunas empresas podrían considerar que tener un sitio web moderno y actualizado no es una prioridad inmediata, esta percepción está en desacuerdo con la realidad del mercado moderno. La competencia en el mundo digital es feroz, y los consumidores

tienen acceso a una variedad de opciones en línea. En este escenario, un sitio web obsoleto puede proyectar una imagen de desinterés por parte de la empresa, lo que puede disuadir a los clientes potenciales y llevarlos a buscar alternativas más atractivas y actualizadas.

Es fundamental entender que la apariencia y funcionalidad de un sitio web no sólo son indicadores de profesionalismo, sino también de la voluntad de una empresa para adaptarse a las últimas tendencias tecnológicas y proporcionar una experiencia de usuario óptima. Las expectativas de los consumidores han evolucionado significativamente; esperan sitios web intuitivos, interactivos y visualmente atractivos. Un diseño web moderno no solo mejora la usabilidad del sitio, sino que también comunica la disposición de la empresa para mantenerse al día con las demandas del mercado y satisfacer las necesidades de sus clientes.

Además, en el caso de pequeñas y medianas empresas, tener una presencia web robusta puede nivelar el campo de juego con empresas más grandes y establecidas. Un sitio web bien diseñado y fácilmente accesible puede ayudar a las PyMEs a alcanzar nuevas audiencias y expandir su alcance de mercado. En un mundo donde la primera impresión cuenta, un sitio web moderno y atractivo puede ser la clave para captar la atención de los clientes desde el primer momento.

II.2 PyME

PyME es una sigla que representa a las Pequeñas y Medianas Empresas, organizaciones comerciales con características específicas que las diferencian de las grandes corporaciones. En general, las PyMEs son conocidas por su tamaño reducido en términos de empleados, facturación y activos en comparación con las empresas de gran escala. Aunque no hay una definición universalmente aceptada, los criterios para clasificar una empresa como PyME pueden incluir factores como el número de empleados, el volumen de ventas anuales y el valor de los activos. Estas empresas, a menudo de propiedad privada, son vitales para las economías locales y globales, ya que constituyen una parte significativa del tejido empresarial.

Las PyMEs constituyen a nivel mundial la mayor parte de la economía, tanto en términos de número de empresas como de empleados. Por esta razón, es esencial destacar la importancia

de estas empresas y la necesidad de mejorar su rendimiento, dado que su impacto tiene un papel fundamental en la economía global de los países. De hecho, se puede afirmar que, en el contexto nacional, el 95% o más de todas las unidades económicas están conformadas por las micro, pequeñas y medianas empresas (MiPyMEs), subrayando así su significativa presencia en el panorama económico mundial. (INEGI, Censos Económicos 2019, 2020)

A continuación, se detallará el proceso para clasificar las PyMEs tomando en consideración tanto el número de empleados que forman parte de la empresa como sus ingresos anuales. Esta clasificación es esencial para comprender la diversidad y amplitud del tejido empresarial, permitiendo una mejor comprensión de su contribución económica y su papel en el mercado. Las microempresas, que tienen entre 1 y 10 empleados, representan una parte significativa del tejido empresarial, generando ingresos anuales de hasta 4.6 millones de pesos (mdp). Por otro lado, las empresas pequeñas, que emplean entre 11 y 50 personas, tienen un alcance financiero mayor, facturando en general alrededor de 95 mdp anuales. Sin embargo, en el sector comercial, su facturación máxima se reduce a 93 mdp. Las empresas medianas, ya sea en el sector comercial con 31 a 100 empleados o en el sector de servicios con 51 a 100 empleados, ocupan un espacio crucial en la economía. Estas empresas deben mantener un flujo financiero sólido, facturando entre 100 y 250 mdp anuales para mantener su estatus. (Business Insider, 2022)

Según los resultados de una encuesta nacional llevada a cabo por el INEGI en el año 2018, se reveló que en México operaban un total de 4,170,755 MiPyMEs. (INEGI, 2019) Este dato resalta la notable presencia y relevancia de las PyMEs en el panorama empresarial del país. Estas cifras no solo subrayan la diversidad y vitalidad del sector empresarial mexicano, sino que también evidencian la contribución significativa que las MiPyMEs realizan a la economía nacional en términos de empleo, innovación y crecimiento económico. Este estudio arroja luz sobre la importancia de comprender y apoyar activamente a este segmento empresarial, que constituye un pilar fundamental en el tejido económico y social de México.

Tamaño de empresa	Marco	Muestra	Panel
Mediana	18,523	4,738	3,916
Pequeña	94,513	14,148	10,669
Micro	4,057,719	3,302	2,945
Total	4,170,755	22,188	17,530

Figura 1. (INEGI, 2019)

A partir de los datos proporcionados en la tabla adjunta que se presenta a continuación, se puede observar claramente que, en México, durante el año 2021, existían un total de 266,270 MiPyMEs activas en los sectores construcción, industria manufacturera, comercio y servicios. Estas cifras no solo reflejan la amplitud y vitalidad del tejido empresarial en el país, sino también subrayan la importancia de las MiPyMEs en la economía mexicana. Estos datos constituyen un testimonio tangible del papel fundamental que estas empresas juegan en la creación de empleo, la generación de ingresos y el impulso del desarrollo económico a nivel nacional.

NÚMERO DE EMPRESAS POR TAMAÑO
2021

Tamaño	Empresas	
	Número	Participación (%)
Total	280 489	100
Grandes	14 219	5.1
Medianas	19 329	6.9
Pequeñas	98 917	35.3
Microempresas	148 024	52.8

Nota: Se consideran «microempresas» las empresas con seis a 10 personas ocupadas.

Figura 2. (INEGI, 2023)

En el contexto proporcionado, es evidente que las MiPyMEs tienen una presencia abrumadora en el panorama empresarial mexicano. Con un impresionante 94.9% de todas las empresas registradas, las MiPyMEs no solo son una parte integral del tejido empresarial, sino que también son la columna vertebral de la economía mexicana. Este dato subraya su importancia y relevancia en la escena empresarial, mostrando claramente que estas empresas no solo son numerosas en cantidad, sino también significativas en impacto. Con casi el 95% de las empresas del país clasificadas como MiPyMEs, queda claro que estas desempeñan un

papel crucial en el desarrollo económico de México, generando empleo y contribuyendo de manera significativa al crecimiento y la estabilidad económica del país.

Las PyMEs desempeñan un papel crucial en la creación de empleo, brindando oportunidades laborales a numerosas personas en diversas industrias. Además, fomentan la innovación y la creatividad, impulsando el desarrollo de nuevos productos y servicios en respuesta a las demandas cambiantes del mercado. A pesar de su tamaño más modesto, estas empresas suelen ser ágiles y flexibles, lo que les permite adaptarse rápidamente a las condiciones económicas cambiantes. Muchas veces, las PyMEs son el centro de la innovación, incubando ideas frescas y contribuyendo significativamente al progreso económico y social.

Es importante destacar que el término PyME puede variar en su definición según el país y la industria. Sin embargo, en todos los casos, estas empresas juegan un papel vital en el panorama empresarial, contribuyendo de manera significativa al crecimiento sostenible y al desarrollo económico en todo el mundo.

II.2.1 Características generales de una PyME

Tomando en consideración aquello escrito en la publicación por el nombre de Las PyMEs en México (Gallegos Rodríguez, 2012) se han fundamentado aquellas características generales con las que cuentan las PyMEs en nuestro país.

Las PyMEs, en su naturaleza inicial, se erigen sobre el capital proporcionado por una o dos personas que dan forma a una sociedad de carácter familiar. Esta estructura, comúnmente pequeña o mediana en comparación con otras empresas del sector, tiene una gestión que recae directamente en los propios dueños. Estos empresarios, a menudo carentes de formación profesional formal en gestión empresarial, dirigen sus negocios basándose en la experiencia acumulada y los conocimientos prácticos adquiridos a lo largo del tiempo.

La fuerza laboral de estas organizaciones suele caracterizarse por un nivel de habilidades y formación limitadas, lo que a menudo se convierte en un obstáculo para competir en mercados cada vez más especializados y exigentes. Además, la falta de una visión estratégica sólida y la dificultad para planificar a largo plazo son características que se observan comúnmente en estas PyMEs. Este déficit de planificación estratégica puede atribuirse en parte a la falta de información sobre el entorno empresarial y el mercado en el que operan,

un factor que también contribuye a la falta de innovación tecnológica en estas empresas. Esta carencia de innovación tecnológica puede deberse tanto a la escasez de recursos financieros como a la ausencia del espíritu innovador necesario para adoptar nuevas tecnologías.

Además, estas PyMEs a menudo subestiman el valor de la capacitación continua del personal, considerándola un gasto innecesario en lugar de una inversión estratégica. Esta percepción limitada a corto plazo a menudo impide que estas empresas visualicen los beneficios a largo plazo que la formación continua podría aportar a su crecimiento y desarrollo. En última instancia, estas empresas tienden a mantener sus procesos operativos sin cambios significativos, incluso si existen métodos alternativos más eficientes, simplemente porque el método actual no ha llevado a un fracaso evidente hasta el momento. Esta falta de liquidez es otro desafío común que enfrentan estas PyMEs, lo que puede dificultar su capacidad para hacer frente a las necesidades financieras inmediatas y aprovechar las oportunidades de crecimiento que se les presentan.

II.2.2 Posibles dificultades económicas de las PyMEs

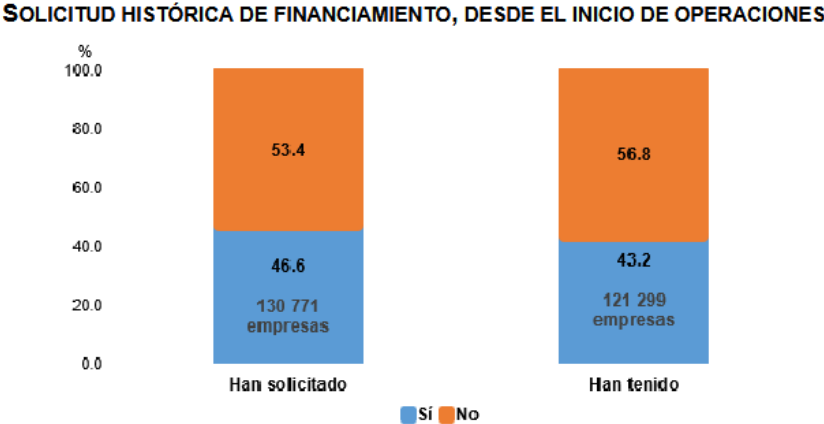


Figura 3. (INEGI, 2023)

Tomando en consideración lo encontrado por el INEGI con respecto a las finanzas de las PyMEs “Desde el inicio de sus operaciones, 46.6 % de las empresas ha solicitado algún financiamiento con un banco, institución financiera, proveedor u otro: 43.2 % lo ha obtenido.” (INEGI, Estadísticas a propósito del día de las microempresas y las pequeñas y medianas empresas, 2023) podemos asumir que casi la mitad de las PyMEs en algún momento se ha visto en la necesidad de solicitar un préstamo y menos de la mitad de ellos lo ha conseguido. Los motivos por los cuales una empresa pudieran llegar a necesitar de un

préstamo pueden ser extremadamente variadas, sin embargo, se puede llegar a asumir que algunos de esos préstamos se han realizado con la intención de mantener la compañía a flote a raíz de la necesidad de contratar un mayor número de personal. Para una pequeña y mediana empresa, la necesidad de contratar a una persona que se dedique única y exclusivamente al desarrollo y mantenimiento de sistemas digitales puede llegar a ser extremadamente baja, dado que sería preferible contratar a más personas que tuviesen la capacidad de desarrollarse profesionalmente con respecto al giro de la empresa y no necesariamente a la promoción de esta. Como concluye Sayang, es para el beneficio pequeña y mediana empresa el contratar a personas que tengan la capacidad de dedicarse única y exclusivamente al mantenimiento de sistemas digitales. (Sayang, 2016) A partir de esta observación, se puede deducir que las empresas que carecen de personal dedicado exclusivamente a gestionar sistemas digitales o, al menos, empleados capaces de manejar estas tecnologías además de sus responsabilidades habituales, se encuentran en una clara desventaja en comparación con aquellas que sí cuentan con estos recursos especializados de forma constante. La falta de experiencia en el ámbito digital puede limitar significativamente la capacidad de una empresa para aprovechar las oportunidades en línea, desde la presencia en redes sociales hasta la gestión efectiva de plataformas de comercio electrónico. Esta brecha en habilidades digitales no solo puede obstaculizar el crecimiento, sino también afectar la capacidad de una empresa para adaptarse a las tendencias tecnológicas en constante evolución. En resumen, la ausencia de expertos digitales en el equipo coloca a las empresas en una posición desfavorecida en el competitivo entorno digital actual.

CAPÍTULO III: METODOLOGÍA

INTRODUCCIÓN

El presente capítulo de la investigación tiene por objetivo la explicación de los procedimientos, técnicas y métodos que se utilizan para el desarrollo de la presente investigación.

III.1 Metodología

Este apartado tiene como objetivo exponer la metodología de investigación que se empleará en el desarrollo de este proyecto. Esta metodología se fundamenta en el método de análisis, el cual implica la descomposición de un todo en varios elementos para luego analizar cada uno de forma más detallada.

III.1.1 Tipo de investigación

Esta investigación adoptará un enfoque cualitativo, para evaluar la efectividad de los cambios implementados durante el rediseño del sitio web de "Edificaciones Triple O". Se llevará a cabo una evaluación para determinar cómo las modificaciones realizadas contribuyen a mejorar tanto la funcionalidad como la visibilidad del sitio web. Este enfoque integral permitirá una comprensión completa de los impactos cualitativos de las mejoras implementadas.

III.1.2 Alcance de la investigación

Este proyecto tendrá como enfoque ser de tipo cualitativo y descriptivo, ya que durante el desarrollo se explicará por qué se están tomando ciertas acciones con respecto al rediseño del ya existente sitio web de Edificaciones Triple O y llevándolo a un diseño más actualizado que además tenga una funcionalidad adecuada.

III.1.3 Diseño de la investigación

La presente investigación se llevará a cabo mediante un enfoque no experimental, específicamente a través de un cuestionario estructurado. Dada la naturaleza del estudio, que

se centra en evaluar la percepción de los usuarios respecto al rediseño del sitio web en comparación con su versión anterior, se ha optado por un diseño de investigación que se adecue a este propósito. En este contexto, se utilizará un cuestionario detallado y cuidadosamente diseñado para recopilar datos cuantitativos y cualitativos sobre la experiencia del usuario con el sitio web rediseñado. Esta metodología nos permitirá analizar las respuestas de los participantes, evaluando sus opiniones, percepciones y niveles de satisfacción con el nuevo diseño. A través de este enfoque, se busca obtener una comprensión profunda y contextualizada de cómo los usuarios perciben y utilizan el sitio web rediseñado en comparación con su versión anterior, lo que será fundamental para determinar si el rediseño representa una mejora significativa en términos de usabilidad y satisfacción del usuario.

III.1.4 Muestra u objeto de estudio

En este proyecto, los objetos de estudio son las personas que visitan el sitio web en busca de información adicional sobre la compañía Edificaciones Triple O. En esta situación se buscará que aquellas personas que ingresen al sitio web renovado tengan la posibilidad de encontrar toda la información necesaria para decidir si contratarán los servicios de la compañía, mientras a su vez disfrutan de la apariencia visual del sitio web.

III.1.5 Instrumento(s) para la recolección de datos

Se hará uso de una encuesta que será aplicada a usuarios potenciales de la compañía Edificaciones Triple O donde se buscará que los usuarios tengan una experiencia de usuario cómoda en la cual tengan la capacidad de navegar por el sitio web en búsqueda de datos importantes relevantes para un potencial cliente.

III.2 Plan Metodológico

A continuación, se incluye la descripción de las etapas que componen a este proyecto de investigación incluyendo las actividades a realizar por cada etapa. Se estará haciendo uso de la metodología llamada Design Thinking, la cual típicamente involucra cinco etapas: empatizar, definir, idear, prototipar y probar. (Plattner, Meinel, & Leifer, 2012)

III.2.1 Etapa 1. Empatizar

En esta fase crucial del proyecto, se llevará a cabo el primer encuentro con el cliente para revisar y evaluar el estado actual de su sitio web, así como para comprender sus expectativas y visiones para el producto final. Este paso inicial es fundamental para establecer una comunicación clara y alinear las metas del cliente con las posibilidades técnicas y creativas del equipo de desarrollo. Durante esta reunión, se explorarán los aspectos actuales del sitio web, desde su diseño y estructura hasta la interactividad y el contenido. Además, se profundizará en las funcionalidades deseadas y las características específicas que el cliente espera que estén presentes en el entregable final.

Este primer acercamiento con el cliente no solo tiene como objetivo entender sus requerimientos, sino también establecer una relación de confianza y colaboración. Será un momento para aclarar dudas, plantear sugerencias y definir las prioridades del proyecto.

III.2.2 Etapa 2. Definir

En esta fase, se llevará a cabo una recopilación tanto de las necesidades del cliente como de las expectativas y requerimientos de los potenciales usuarios del sitio web. Este proceso de recopilación de información es esencial para garantizar que el producto final no solo cumpla con las exigencias y objetivos del cliente, sino también con las expectativas del público objetivo. Para entender las necesidades del cliente, se llevarán a cabo reuniones detalladas y entrevistas para explorar sus objetivos comerciales, el tono y estilo visual que desean para el sitio, así como las funcionalidades específicas que consideran fundamentales.

III.2.3 Etapa 3. Idear

En esta etapa del proyecto, se utilizará la información obtenida en la fase anterior para crear un plan de acción para el desarrollo de los elementos del entregable. Este plan se enfocará en las herramientas que los usuarios consideren de mayor importancia, con el objetivo de evitar el desarrollo de herramientas digitales que no sean de interés para la mayoría de los usuarios o que simplemente sean de menor importancia para ellos al momento de buscar un proveedor de servicio.

Para crear este plan, se tendrán en cuenta las necesidades y expectativas de los usuarios de la región, identificadas en la fase anterior, y se buscará maximizar la efectividad del entregable en base a dichas necesidades y expectativas.

El plan de acción se enfocará en las áreas de mayor importancia para los usuarios, y se buscará desarrollar herramientas digitales que sean atractivas, funcionales y fáciles de usar para los usuarios de la región. Además, se tomará en cuenta la retroalimentación de los usuarios selectos, con el fin de ajustar y mejorar las herramientas en función de sus necesidades y gustos.

III.2.4 Etapa 4. Prototipar

Durante esta fase del proyecto, se llevará a cabo la generación de prototipos de cada uno de los elementos que conforman el entregable. El objetivo de estos prototipos es ofrecer una versión más tangible y concreta de los resultados de las encuestas y opiniones de los posibles usuarios de la región.

Los prototipos permitirán una mejor visualización y comprensión del diseño y la funcionalidad del producto final, lo que permitirá realizar los cambios necesarios para satisfacer las necesidades y gustos de los usuarios

III.2.5 Etapa 5. Probar

Una vez completado el proyecto, se llevará a cabo una fase importante de retroalimentación, en la que se seleccionarán a algunos usuarios para recibir su opinión sobre el trabajo realizado. Estos usuarios tendrán la tarea de evaluar el entregable y proporcionar comentarios detallados sobre su experiencia, lo que ayudará a identificar áreas de mejora y ajustes que puedan ser necesarios.

CAPÍTULO IV: DESARROLLO DE LA PROPUESTA

INTRODUCCIÓN

En este capítulo, se presenta el desarrollo del proyecto de Edificaciones Triple O a través de la metodología Design Thinking. Este enfoque sistemático e iterativo se utilizó para analizar el estado actual del sitio web de la empresa al igual que buscar los gustos y preferencias de la misma empresa, definir con precisión las necesidades de los usuarios, generar ideas innovadoras y finalmente, crear un prototipo y rediseñar la página web.

IV.1 Empatizar

La primera etapa del proceso de pensamiento de diseño es la empatía. La empatía implica ponerse en los zapatos de los usuarios y comprender sus necesidades, deseos y puntos de dolor. Esto requiere comprometerse activamente con los usuarios a través de la observación, las entrevistas y otros métodos para obtener ideas sobre su comportamiento, motivaciones y actitudes. Al desarrollar una comprensión profunda de los usuarios, se pueden crear diseños que realmente satisfagan sus necesidades y mejoren sus experiencias. Para lograr esto, es importante abordar la empatía con una mente abierta y una curiosidad genuina, ya que esto ayudará a desarrollar una comprensión más matizada de los usuarios.

Para llevar a cabo este proyecto de manera efectiva, se llevaron a cabo dos reuniones fundamentales con el cliente. La primera de estas reuniones se llevó a cabo de forma presencial, proporcionando la flexibilidad necesaria para iniciar la discusión sobre el contenido actualmente disponible en línea por parte de la empresa. Durante esta sesión inicial, se analizaron detenidamente los elementos existentes en el sitio web, evaluando su efectividad y relevancia en términos de representar adecuadamente los servicios y la identidad de la empresa. Este análisis detallado sirvió como punto de partida para identificar áreas de mejora y definir las metas del rediseño.

El diseño del sitio web actual fue realizado por uno de los dos propietarios, el más joven, quien reconoció la necesidad de tener presencia en línea. Utilizando la plataforma Wix, se

aventuró en el desarrollo del sitio web sin tener conocimientos previos en diseño o desarrollo web. A pesar de sus esfuerzos, la falta de experiencia se tradujo en una experiencia de usuario deficiente. A pesar de su buena intención, la falta de conocimientos técnicos se reflejó en la estructura y la usabilidad del sitio, lo que llevó a una experiencia de usuario insatisfactoria para los visitantes.

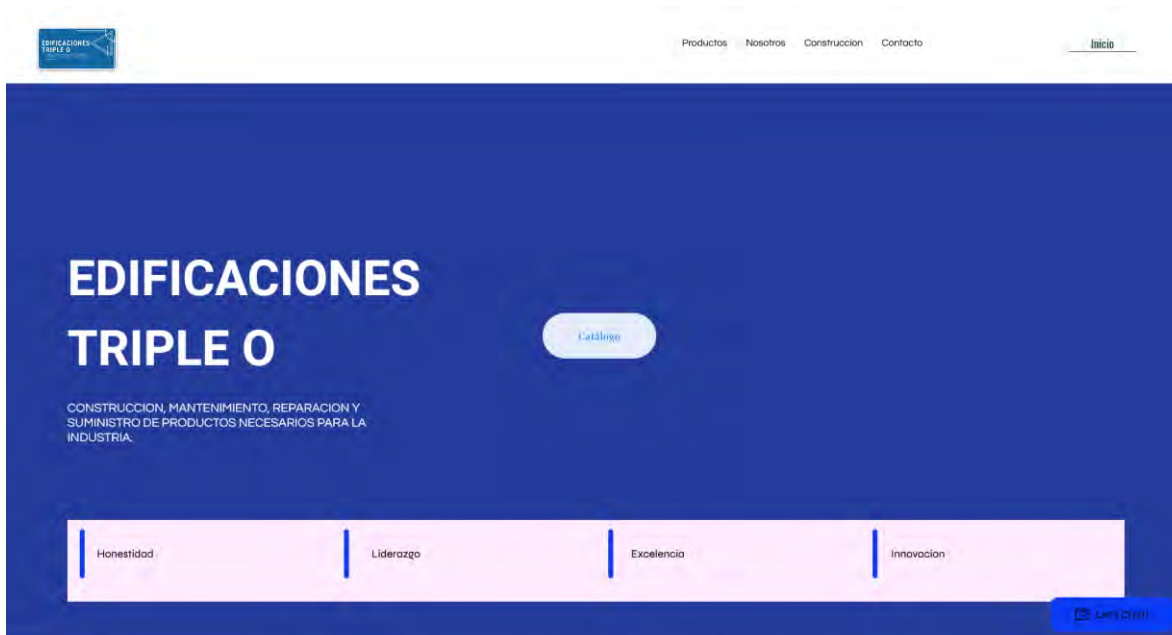


Figura 4. (Edificaciones Triple O, 2023)

En el caso del actual sitio web actual, aunque contiene todos los detalles esenciales acerca de los productos y servicios, su presentación está muy lejos de lo que se espera en el ámbito profesional y de diseño. Las primeras impresiones cuentan y, en este sentido, el sitio web actual no está cumpliendo con las expectativas que los clientes modernos tienen cuando navegan en línea. La estética y la facilidad de uso son elementos cruciales para atraer y retener a los visitantes. Un diseño anticuado y desactualizado puede transmitir la sensación de que la empresa está desconectada del mundo digital en constante evolución.

Es importante destacar que, en un mercado tan competitivo, la imagen de marca es clave para destacarse entre la multitud. Un sitio web profesional, atractivo visualmente y fácil de usar, no solo brinda información, sino que también crea una experiencia memorable para los visitantes. Los usuarios modernos esperan sitios web intuitivos que les permitan encontrar la

información que buscan de manera rápida y sencilla. Además, esperan un diseño que refleje la innovación y la calidad que nuestra empresa ofrece en sus productos y servicios.

El rediseño del sitio web se presenta como una oportunidad para transformar su presencia en línea en una poderosa herramienta de marketing. Un diseño moderno y funcional no solo mejora la estética del sitio, sino que también fortalece su credibilidad como empresa. La incorporación de elementos visuales atractivos, una navegación intuitiva y un diseño responsive, que se adapte a dispositivos móviles, son aspectos esenciales para garantizar una experiencia del usuario excepcional. Además, un sitio web rediseñado les permitirá mantenerse al día con las últimas tendencias de diseño web y tecnologías, lo que nos ayudará a mantenerse competitivos en un mercado en constante cambio.

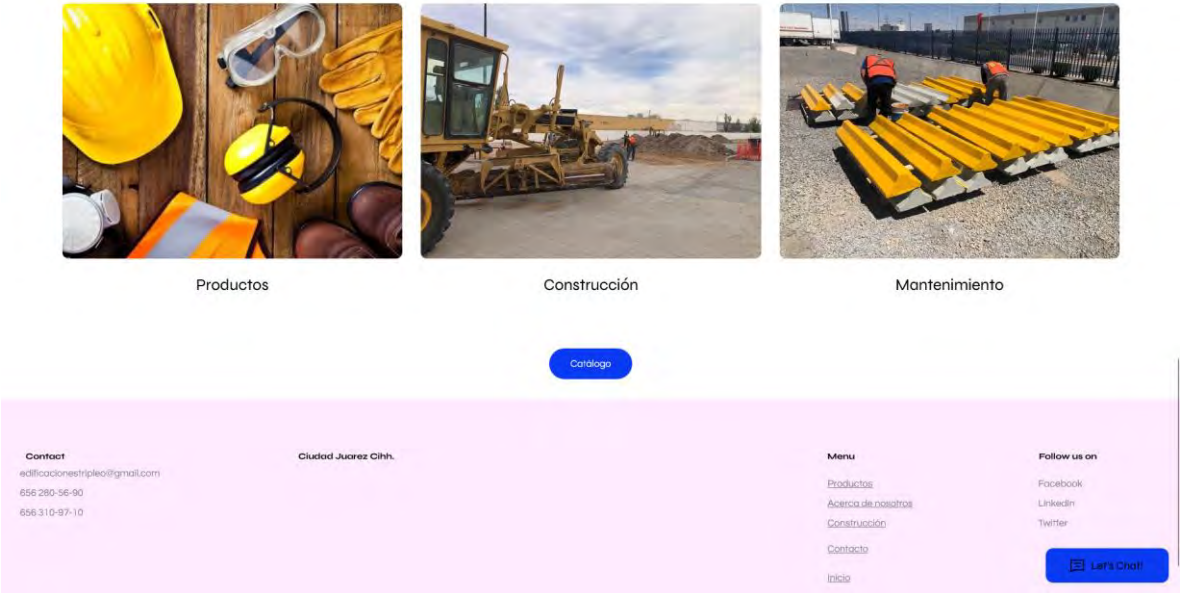


Figura 5. (Edificaciones Triple O, 2023)

En el análisis exhaustivo del sitio web actual, se han identificado importantes deficiencias en la funcionalidad de las imágenes que generalmente servirían como enlaces a las diversas páginas. Estos enlaces visuales, que normalmente deberían guiar a los visitantes a través de las distintas secciones del sitio, no están operativos de la manera esperada. Esta falta de funcionalidad no solo crea una experiencia de usuario insatisfactoria, sino que también puede generar confusión y frustración entre los visitantes. La facilidad de navegación es esencial para retener a los visitantes en un sitio web y, lamentablemente, las imágenes enlazadas no

cumplen con esta expectativa, lo que les está costando oportunidades valiosas de compromiso con los clientes potenciales.

Además de los problemas con los enlaces internos, también se ha notado que los enlaces a las redes sociales no cumplen su propósito previsto. En lugar de dirigir a los usuarios a las cuentas oficiales de la empresa en plataformas como Facebook, Instagram y Twitter, estos enlaces los redirigen a las cuentas de Wix, la plataforma que se utilizó para desarrollar el sitio web. Esta situación se ha presentado debido a la decisión de los dueños de no establecer cuentas de redes sociales para la empresa, dado que para su industria en particular para generar vínculos con otras empresas tiende a ser a través de otros medios como lo son llamadas e intercambios de correos electrónicos.



Figura 6. (Edificaciones Triple O, 2023)

La presentación de los productos en el sitio web actual plantea una preocupación significativa en términos de confiabilidad y profesionalismo. La forma en que se muestran los productos no transmite la sensación de seguridad y confianza que los clientes potenciales esperan al investigar una empresa en línea. La falta de cohesión en el diseño, junto con la disposición desordenada de la información, puede hacer que los visitantes duden en la autenticidad y credibilidad de los productos ofrecidos. Aunque se ha mencionado la existencia de un documento externo que detalla los productos de manera más profesional, el acceso a este

recurso podría verse comprometido por la primera impresión negativa que genera el sitio web. La percepción inicial y la experiencia del usuario son críticas en el entorno digital, y si los visitantes se sienten incómodos o desconfiados desde el principio, es probable que abandonen el sitio antes de descubrir la información más detallada y confiable disponible en el documento externo. Por lo tanto, es esencial abordar esta disparidad en la presentación para asegurar que los clientes potenciales puedan acceder fácilmente a información confiable y completa sobre los productos de la empresa.



Figura 7. (Edificaciones Triple O, 2023)

Uno de los desafíos más prominentes que enfrenta el sitio web actual es su experiencia en la versión móvil, la cual a menudo no se presenta de manera coherente ni correcta. Esta discrepancia en la experiencia del usuario puede ser especialmente problemática, considerando la creciente tendencia de las personas a acceder a la web desde sus dispositivos móviles. Los usuarios que intentan acceder al sitio web desde sus smartphones o tabletas pueden encontrarse con problemas de diseño, como imágenes desalineadas, textos que no se ajustan correctamente a la pantalla o menús de navegación que no son intuitivos en dispositivos táctiles. Estos inconvenientes no solo generan frustración para los visitantes, sino que también podrían llevar a una alta tasa de rebote, lo que significa que los usuarios abandonan el sitio rápidamente debido a una experiencia insatisfactoria. Para una empresa que busca atraer y retener clientes en un mercado digital cada vez más competitivo, es

esencial abordar estas deficiencias en la versión móvil para garantizar que los usuarios tengan una experiencia fluida y agradable sin importar el dispositivo que utilicen para acceder al sitio web. Al mejorar la usabilidad y la apariencia en dispositivos móviles, la empresa puede ofrecer una experiencia coherente y profesional a sus visitantes, lo que probablemente resultará en una mayor satisfacción del usuario y, en última instancia, en la captación de nuevos clientes.

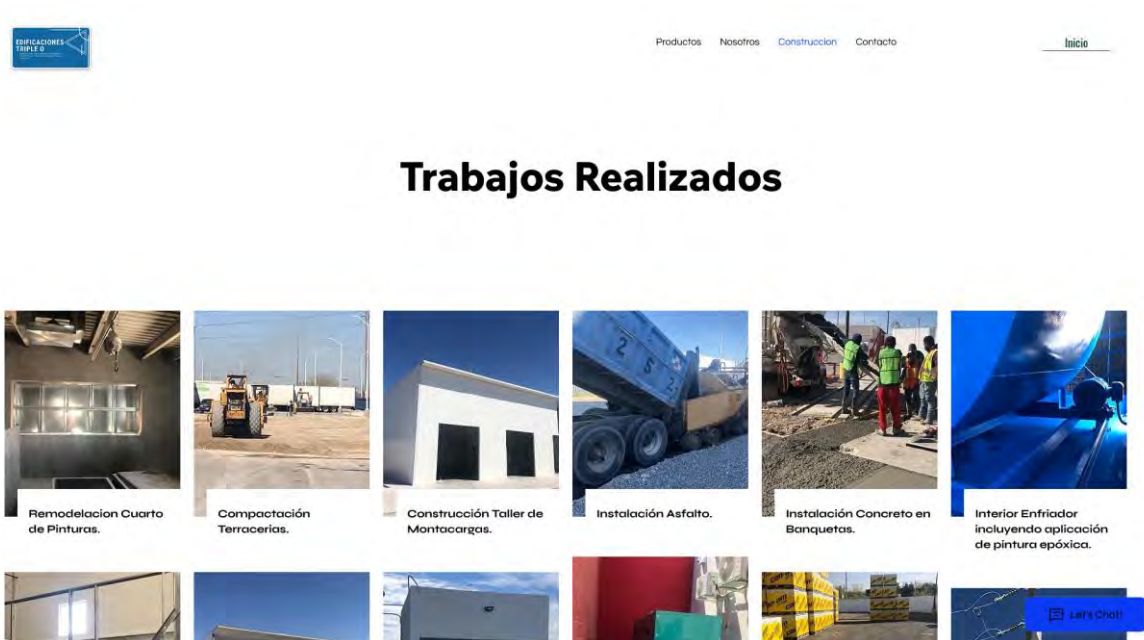


Figura 8. (Edificaciones Triple O, 2023)

Finalmente, es importante reconocer que no hay nada intrínsecamente incorrecto con la forma en que se han presentado los proyectos realizados en el sitio web actual. Sin embargo, la falta de distinción clara entre los proyectos de construcción y mantenimiento puede llevar a una experiencia confusa para los visitantes. Diferenciar claramente estas dos áreas en el sitio web permitirá a los clientes potenciales comprender de manera rápida y precisa los servicios ofrecidos, lo que facilitará la toma de decisiones y mejorará la experiencia del usuario. Esta distinción no solo proporcionará claridad a los visitantes, sino que también ayudará a la empresa a destacar sus fortalezas y especialidades en cada área, estableciendo así una identidad digital fuerte y confiable. Al abordar esta falta de diferenciación y al presentar de manera clara y organizada los proyectos de construcción y mantenimiento, el sitio web podrá cumplir su objetivo principal: ser una herramienta efectiva para atraer a nuevos clientes y mostrar el profesionalismo y experiencia de la empresa en el mercado.

La segunda reunión, realizada a través de Teams, fue un paso crucial para establecer una conexión más cercana y comprender a fondo las necesidades específicas de la empresa. En este encuentro cara a cara, se profundizó en las aspiraciones y objetivos de la empresa en términos de diseño y funcionalidad del sitio web. Se discutieron los desafíos actuales que enfrenta la empresa en términos de competencia en línea y cómo el nuevo diseño del sitio web podría marcar la diferencia en el mercado. Durante esta sesión, se creó un ambiente colaborativo donde se pudo intercambiar ideas y visiones, acortando el camino para una colaboración efectiva y una comprensión mutua de los objetivos del proyecto. (ver anexo 1)

El propósito central de estas reuniones fue claro: establecer una base sólida para el diseño del sitio web que no solo refleje la esencia de la empresa, sino que también ofrezca a los clientes una experiencia en línea excepcional. Al analizar cuidadosamente las expectativas del cliente y comprender las demandas del mercado, se sentaron las bases para la creación de un diseño innovador y funcional. Este enfoque centrado en el cliente no solo garantiza un sitio web visualmente atractivo, sino también un espacio digital que cumple con las necesidades de los clientes, sino que también mejora la interacción y promueve la confianza en la marca.

IV.2 Definir

La segunda etapa del proceso de Design Thinking es definir el problema. Esta etapa es donde se sintetizan los datos e ideas recopilados durante la etapa de empatía y se crea una declaración de problema clara y concisa. Una declaración de problema bien definida debe ser específica, accionable y basada en las necesidades del usuario. Esta etapa es crítica para garantizar que todos los miembros del equipo estén alineados en torno a un objetivo común y que el proceso de diseño se centre en la solución de un problema real. Definir la declaración de problema también ayuda a establecer criterios claros para el éxito y evaluar posibles soluciones.

Durante la fase actual de desarrollo, se han empleado dos herramientas fundamentales que jugarán un papel crucial en la comprensión detallada de nuestros clientes potenciales. Estas herramientas, el mapa de empatía y los perfiles de usuario, nos proporcionarán las necesidades, deseos y comportamientos de la audiencia objetivo.

IV.2.1 Mapa de empatía

A través del mapa de empatía, podremos adentrarnos en la mente y el mundo emocional de nuestros clientes potenciales, permitiéndonos comprender sus preocupaciones y aspiraciones de manera más profunda.

Usuario	
<p>¿Qué piensa y siente?</p> <p>-Tener un sitio web sería de mucha ayuda para que podamos fácilmente encontrar un número de celular al cual podamos marcar o un correo electrónico a donde podamos escribir para contactarles.</p> <p>-Nos sería más fácil saber si la compañía que estamos contratando tiene un interés por presentarse con algún medio digital bien hecho.</p>	<p>¿Qué ve?</p> <p>-Es muy común que las empresas no tengan alguna manera fácil de encontrarles.</p> <p>-A veces se me dificulta encontrar información en línea acerca de la compañía que necesitamos para que nos preste de un servicio.</p> <p>-Muchas veces contratamos servicios de compañías que se nos fueron recomendadas por los mismos empleados o algún tercero de alguna otra compañía.</p> <p>-Cuando encontramos información de ellos, muchas veces no tienen algún sitio web o red social si los buscamos en Google.</p>
<p>¿Qué oye?</p> <p>-Por lo general nos basamos más en los portafolios y el presupuesto que se nos presenta para determinar si contratarlos o no.</p> <p>-Las primeras impresiones son muy importantes para nosotros y considero que también podría contar esto para su sitio web o algún otro método de contacto.</p>	<p>¿Qué dice y hace?</p> <p>-La gran mayoría de veces investigamos proyectos pasados en los cuales el proveedor ha trabajado y analizamos si su calidad y presupuesto se adecua a nuestras necesidades.</p> <p>-Cuando contratamos los servicios de un nuevo proveedor intentamos siempre invitarle a una junta para platicar acerca de los detalles del proyecto.</p>
Limitaciones u obstáculos	Oportunidades y necesidades

<p>-En esta industria muchas veces la apariencia engaña y cancelamos contratos si consideramos que lo que se nos presentó en un inicio no es lo que se nos está entregando.</p> <p>-El que ellos nos vengán a buscar es mucho más fácil a que nosotros los busquemos.</p>	<p>-Tener toda la información necesaria en un solo lugar.</p> <p>-Encontrar compañías de confianza a las cuales contratar.</p> <p>-Poder filtrar compañías sin primero tener que contactarles.</p>
---	--

IV.2.2 Perfiles de usuario

Los perfiles de usuario nos ofrecerán una visión más específica y detallada de los diferentes segmentos de nuestra audiencia, lo que nos permitirá adaptar nuestras estrategias de manera más precisa. Estas herramientas nos ayudarán a orientar nuestras acciones y mensajes de manera que resuene mejor con los clientes potenciales, asegurando así una conexión significativa y duradera con nuestro público objetivo.

Perfil de usuario 1

Nombre: Luis García

Edad: 56 años

Profesión: Ingeniero Industrial

Estado Civil: Casado

Ciudad: Ciudad Juárez, Chihuahua, México

Biografía: Luis García es un ingeniero industrial con una vasta experiencia en la industria manufacturera. Comenzó su carrera a la edad de 22 años y ha dedicado más de tres décadas a la mejora continua de procesos y operaciones en el sector de maquiladoras. Actualmente, se desempeña como Gerente de Planta en una empresa líder en Ciudad Juárez, supervisando todas las operaciones y asegurando altos estándares de calidad y eficiencia en la producción.

Objetivos Profesionales:

- **Optimización de Procesos:** Busca constantemente formas de mejorar la eficiencia operativa y la productividad en la planta de manufactura para mantener altos estándares de calidad.
- **Gestión de Equipos:** Aspira a liderar un equipo altamente capacitado y motivado, fomentando un ambiente de trabajo colaborativo y seguro.
- **Innovación Tecnológica:** Tiene como objetivo implementar tecnologías avanzadas en la planta para mantenerse al día con las tendencias industriales y mejorar la competitividad de la empresa.
- **Relaciones con Proveedores:** Desea establecer relaciones sólidas con proveedores confiables y eficientes que ofrezcan materiales de alta calidad y cumplan con los plazos de entrega.

Frustraciones: A Luis García le frustra la falta de transparencia y confiabilidad en el proceso de contratación de proveedores. A menudo se encuentra con proveedores que no cumplen con las promesas de calidad y puntualidad, lo que afecta negativamente la cadena de producción. Además, la falta de comunicación efectiva y la dificultad para encontrar proveedores confiables son desafíos constantes que enfrenta en su rol como gerente de planta. Está en busca de asociaciones sólidas y a largo plazo con proveedores que puedan cumplir con los estándares exigentes de su empresa.

Perfil de usuario 2

Nombre: María Fernández

Edad: 29 años

Estado Civil: Soltera

Ciudad: Ciudad Juárez, Chihuahua, México

Biografía: María Fernández es una profesional joven y dinámica que se ha destacado en el campo de compras de una mediana empresa local en Ciudad Juárez. Con casi una década de experiencia en el área, María ha desarrollado habilidades excepcionales para identificar proveedores confiables y negociar acuerdos beneficiosos para su empresa. Su enfoque

proactivo y su capacidad para mantener relaciones sólidas con los proveedores la han convertido en un activo valioso para su equipo.

Objetivos Profesionales:

- **Eficiencia en Compras:** María está enfocada en optimizar los procesos de compra, buscando siempre formas de agilizar las transacciones y reducir costos para la empresa.
- **Selección de Proveedores:** Tiene como objetivo identificar y seleccionar proveedores confiables y éticos que ofrezcan productos y servicios de alta calidad a precios competitivos.
- **Negociación:** María se esfuerza por negociar acuerdos justos y beneficiosos para su empresa, asegurando que se cumplan los plazos de entrega y los estándares de calidad acordados.
- **Actualización Tecnológica:** Busca constantemente nuevas herramientas y tecnologías que puedan mejorar la eficiencia del proceso de compras y mantenerse al día con las tendencias del mercado.

Frustraciones: María enfrenta desafíos significativos en su búsqueda por encontrar nuevos proveedores en línea. La información disponible a menudo está incompleta, lo que dificulta su capacidad para tomar decisiones informadas. Además, muchas compañías proveedoras no son tan ágiles en el uso de las nuevas tecnologías, lo que ralentiza el proceso de comunicación y dificulta la obtención de detalles específicos sobre productos y servicios. Estas limitaciones tecnológicas han creado obstáculos en su búsqueda por establecer relaciones sólidas y confiables con proveedores para su empresa.

IV.3 Idear

La tercera etapa del proceso de Design Thinking es la ideación. La ideación es donde comienzan a fluir las ideas creativas. Esta etapa consiste en generar una amplia gama de posibles soluciones al problema que se ha definido. El objetivo es explorar tantos enfoques diferentes como sea posible, sin importar cuán poco convencionales o aparentemente

extravagantes sean. Esto requiere disposición para correr riesgos y experimentar con nuevas ideas.

Para esta etapa del proyecto se ha optado por hacer uso de una lluvia de ideas con el cliente. Esta sesión de lluvia de ideas se ha diseñado meticulosamente para fomentar la creatividad y la innovación. Nuestro objetivo es abrir un espacio donde todas las ideas, por más innovadoras o fuera de lo convencional que puedan parecer, sean bienvenidas y consideradas. Creemos firmemente en el poder de la colaboración y estamos comprometidos en incorporar las visiones y expectativas de nuestro cliente en cada aspecto del diseño del sitio web.

Durante la sesión de lluvia de ideas, se destacó la importancia de que el sitio web de Edificaciones Triple O se caracterice por un diseño moderno y vanguardista. Los participantes enfatizaron la necesidad de adoptar un enfoque contemporáneo para asegurar que el sitio sea visualmente atractivo y a la par, fácil de navegar. La modernidad se convirtió en un lema clave, indicando un diseño que refleje innovación y actualidad.

Otro punto crucial que surgió durante la lluvia de ideas fue la necesidad de que el sitio web sea fácilmente accesible para los visitantes. Los participantes enfatizaron la importancia de una estructura clara y una navegación intuitiva que permita a los usuarios encontrar rápidamente la información que están buscando. Se acordó que la simplicidad en la presentación de datos y servicios es esencial para una experiencia del usuario satisfactoria.

El consenso se inclinó hacia la idea de que el sitio web de Edificaciones Triple O debería funcionar como un portafolio dinámico y completo de sus proyectos y servicios. Se discutió la incorporación de secciones específicas que presenten casos de estudio, proyectos finalizados y testimonios de clientes, destacando así la experiencia y habilidades de la empresa.

Considerando el público objetivo, se resaltó la necesidad de que el diseño del sitio web también deberá ser atractivo para los trabajadores jóvenes de los departamentos encargados de la búsqueda de proveedores. La estética y la presentación visual deben ser frescas y dinámicas para atraer a esta audiencia demográfica específica. Se sugirieron elementos interactivos y gráficos modernos que puedan resonar con la generación más joven.

Las imágenes y gráficos de alta calidad emergieron como elementos cruciales durante la sesión. Se acordó que el sitio web debería estar ricamente ilustrado con imágenes de proyectos anteriores, el equipo, y el proceso de construcción. Las imágenes impactantes no solo mejorarían la estética del sitio, sino que también proporcionarían una comprensión visual inmediata del trabajo de Edificaciones Triple O.

IV.4 Prototipar

La cuarta etapa del proceso de Design Thinking es el prototipado. En la etapa de prototipado, se creará una representación tangible de las ideas. El objetivo es crear un prototipo rápido, áspero y económico que le permita probar sus ideas y recopilar comentarios de los usuarios. Los prototipos pueden tomar muchas formas, desde bocetos y guiones gráficos hasta modelos físicos y maquetas digitales. La clave es crear algo que sea lo suficientemente tangible como para probarlo, pero lo suficientemente flexible como para ser refinado a medida que aprende de los usuarios. El prototipado ayuda a iterar rápidamente en los diseños y a identificar fallas.

En una fase crucial del proceso de rediseño, se tomó la decisión estratégica de iniciar con la creación de una maqueta visual utilizando la plataforma Figma. Este enfoque permitió a los diseñadores y desarrolladores tener una representación gráfica precisa de cómo se vería el sitio web final. Comenzar con esta maqueta fue esencial, ya que proporcionó una visión tangiblemente clara y detallada del diseño propuesto, basado en las investigaciones previas y las necesidades específicas de la compañía. Al utilizar Figma, una herramienta de diseño colaborativo en línea, los equipos involucrados pudieron compartir ideas, realizar modificaciones en tiempo real y obtener retroalimentación instantánea. Esto no solo aceleró el proceso de diseño, sino que también garantizó una alineación continua entre el equipo de desarrollo y las expectativas de la empresa.

La maqueta creada en Figma sirvió como un punto de referencia esencial para evaluar y refinar el diseño del sitio web. Permite una visualización clara de la estructura de la página, la disposición de los elementos, los colores y la tipografía. Además, al incorporar los hallazgos de las etapas de investigación anteriores, la maqueta se diseñó específicamente para abordar las deficiencias identificadas en el sitio web actual, asegurando así que las soluciones propuestas fueran directas y efectivas. Este enfoque meticuloso y orientado al detalle desde

las primeras etapas del proceso aseguró que el diseño final estuviera alineado con las expectativas de la compañía y proporcionara una experiencia de usuario mejorada y coherente en todo el sitio web.

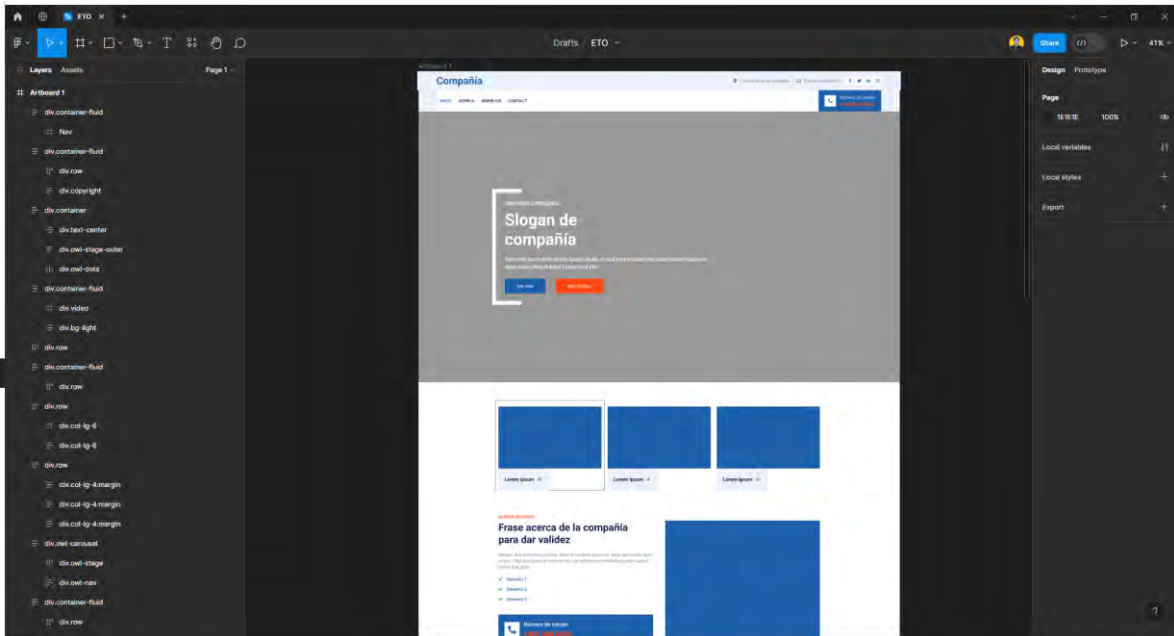


Figura 9. Captura de pantalla de prototipo de alta fidelidad en Figma

En una decisión estratégica, se optó por un enfoque de diseño que consolidó todo el contenido del sitio web existente en una sola página, eliminando la necesidad de navegar a través de múltiples páginas para acceder a la información relevante. Esta elección se basó en una comprensión profunda de las frustraciones de los usuarios con el sitio web anterior, donde la estructura de múltiples páginas dificultaba la navegación fluida y resultaba en una experiencia del usuario fragmentada y a menudo frustrante. Al condensar toda la información en una sola página, se buscaba simplificar la experiencia del usuario, permitiéndoles acceder fácilmente a todos los detalles sobre los servicios y proyectos ofrecidos sin tener que hacer clic repetidamente en diferentes secciones del sitio.

Este enfoque de diseño de página única tenía como objetivo principal mejorar la usabilidad y la accesibilidad del sitio web. Al presentar toda la información de manera clara y concisa en una sola página, los usuarios podían desplazarse de arriba a abajo para explorar los servicios, proyectos anteriores, testimonios y cualquier otra información relevante sin interrupciones. Además, esta estructura permitía una mejor organización del contenido,

facilitando la comprensión del flujo de información para los visitantes del sitio. La disposición lógica de los elementos y secciones aseguraba que los usuarios pudieran encontrar lo que estaban buscando rápidamente, mejorando así significativamente la experiencia general del usuario y aumentando la probabilidad de retención de visitantes en el sitio web.

Al adoptar este diseño de página única, se buscaba crear una experiencia de usuario más intuitiva y cohesiva. Al minimizar la complejidad y simplificar la navegación, se pretendía no solo satisfacer las necesidades de los usuarios actuales, sino también atraer a nuevos visitantes al proporcionar una experiencia de usuario más atractiva y sin complicaciones. Este enfoque no solo mejoró la eficiencia del sitio web, sino que también contribuyó a una presentación más clara y efectiva de los servicios y proyectos de la empresa, permitiendo que la información clave se destacara fácilmente para el beneficio tanto de los usuarios como de la propia empresa.

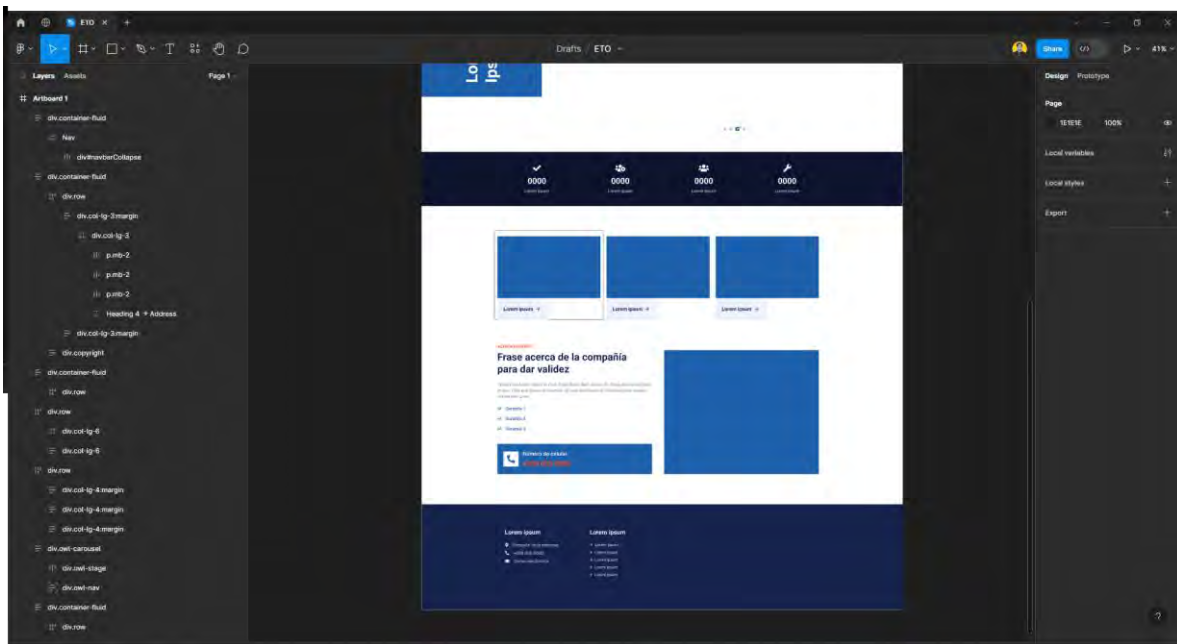


Figura 10. Captura de pantalla de prototipo de alta fidelidad en Figma

Con la finalización del prototipo de alta fidelidad, se ha alcanzado un hito crucial en el proceso de diseño del sitio web para la empresa. Este prototipo no solo representa una versión visualmente atractiva de la plataforma, sino que también proporciona una visión concreta de los espacios y la estructura que se utilizarán en el producto final. Al revisar el prototipo, se

puede apreciar cómo los diferentes elementos interactúan entre sí, desde la disposición de los contenidos hasta la navegación del usuario. Este paso nos permite evaluar cuidadosamente la usabilidad y el flujo de la página, asegurándonos de que la experiencia del usuario esté optimizada.

Además, en el diseño del prototipo de alta fidelidad, se ha implementado una estrategia cuidadosa para asegurar la adaptabilidad del sitio web en diferentes dispositivos, especialmente en versiones móviles. Los elementos visuales han sido estructurados en bloques modularizados que son flexibles y fácilmente adaptables a pantallas más pequeñas. Cada sección ha sido diseñada considerando la experiencia del usuario tanto en computadoras de escritorio como en dispositivos móviles, lo que implica que los bloques de contenido se ajustan y reorganizan de manera fluida para ofrecer una presentación óptima en los smartphones y tabletas. Esta atención meticulosa a la responsividad asegura que los usuarios puedan acceder al sitio web de manera cómoda y eficiente, independientemente del dispositivo que estén utilizando, mejorando así la accesibilidad y la satisfacción del usuario en todas las plataformas.

En el proceso de desarrollo del sitio web, se ha utilizado Visual Studio Code como el entorno de desarrollo principal. Se trabajó empleando una combinación de tecnologías fundamentales, incluyendo HTML, CSS y JavaScript, para crear una experiencia de usuario interactiva y visualmente atractiva.

```
<link href="css/bootstrap.min.css" rel="stylesheet">
```

Figura 11. Línea de código usada para la conexión de Bootstrap

Además, se ha implementado el framework Bootstrap, que ha proporcionado una estructura sólida y componentes predefinidos, permitiendo un desarrollo ágil y una interfaz de usuario responsive. La sinergia entre estas herramientas y tecnologías ha sido esencial para llevar a cabo la visión del proyecto, garantizando una navegación fluida y una presentación visualmente agradable en todas las plataformas y dispositivos.

```
<link href="https://cdnjs.cloudflare.com/ajax/libs/font-awesome/5.10.0/css/all.min.css" rel="stylesheet">  
<link href="https://cdn.jsdelivr.net/npm/bootstrap-icons@1.4.1/font/bootstrap-icons.css" rel="stylesheet">
```

Figura 12. Bloque de código para la conexión de los íconos usados en la página web

En la estructura del sitio web, se han incorporado diversos iconos que desempeñan un papel crucial en la mejora de la experiencia visual de los usuarios. Estos iconos han sido obtenidos de los repositorios gratuitos de iconos de Font Awesome y Bootstrap Icons, lo que permite añadir elementos visuales atractivos y funcionales sin incurrir en costos adicionales. Para lograr esto, se estableció una conexión directa con el repositorio a través de un enlace en el elemento ``<head>`` de la página web. Este enlace está vinculado a un archivo de AJAX que contiene una lista de iconos disponibles. Al utilizar esta técnica, el diseño del sitio web se ha enriquecido con iconos representativos y visualmente atractivos, mejorando la comprensión del contenido y facilitando la navegación para los usuarios. Esta estrategia demuestra un enfoque eficaz para la selección y la implementación de elementos visuales significativos sin comprometer el presupuesto del proyecto.

```
<i class="fa fa-phone text-primary me-2"></i>
```

Figura 13. Ejemplo de ícono mostrado con código

Para integrar los iconos seleccionados en el contenido de la página web, se ha optado por utilizar la etiqueta ``<i>``. A través de esta etiqueta y mediante clases específicas, se puede elegir un ícono de la lista y definir su apariencia, incluyendo el color en el que se presentará. Este enfoque permite una fácil implementación de los iconos en distintas secciones del sitio web. Al asignar clases a la etiqueta ``<i>``, se logra una integración sencilla y eficaz de los iconos en el diseño, proporcionando una experiencia visual cohesiva y atractiva para los usuarios. Además, esta técnica brinda flexibilidad para personalizar la apariencia de los iconos según las necesidades estéticas y de diseño de cada sección del sitio.

```
<link rel="preconnect" href="https://fonts.googleapis.com">
<link rel="preconnect" href="https://fonts.gstatic.com" crossorigin>
<link href="https://fonts.googleapis.com/css2?family=Inter:wght@400;600&family=Roboto:wght@500;700&display=swap" rel="stylesheet">
```

Figura 14. Bloque de código para el uso de tipografías en línea

En el proceso de diseño del sitio web, se ha tomado la decisión de utilizar la tipografía Roboto, desarrollada por Google y disponible de forma gratuita. Esta elección se basa en la legibilidad, versatilidad y estética moderna que ofrece Roboto, lo que contribuirá significativamente a la experiencia del usuario. Para implementar esta tipografía en el diseño del sitio web, es necesario agregar el código correspondiente al elemento ``<head>`` del documento HTML.

```
<link href="lib/animate/animate.min.css" rel="stylesheet">  
<link href="lib/owlcarousel/assets/owl.carousel.min.css" rel="stylesheet">
```

Figura 15. Bloque de código para realizar la conexión a librerías usadas

Se han empleado diversas librerías para asegurar el funcionamiento fluido de ciertos elementos que fueron diseñados en el prototipo de alta fidelidad. Estas librerías proporcionan funcionalidades específicas que contribuyen significativamente a la experiencia del usuario en el sitio web final. Al integrar estas herramientas, se ha logrado implementar características interactivas y dinámicas, como animaciones suaves, transiciones elegantes y funcionalidades avanzadas, que enriquecen la interacción del usuario con la plataforma en línea.

Dentro del ``<head>`` de la página web, se han incluido dos declaraciones cruciales para mejorar la experiencia del usuario. La primera declaración llama a la librería "animate", la cual se encarga de dotar de animaciones suaves a ciertos elementos en pantalla. Esta característica dinámica no solo aporta interactividad, sino que también transforma elementos estáticos en elementos dinámicos y atractivos para la vista del usuario.

La segunda declaración invoca a la librería "Owl Carousel", una herramienta ampliamente utilizada en la comunidad de desarrollo web. Esta librería permite crear carruseles que despliegan varios objetos o elementos de forma secuencial. La versatilidad de Owl Carousel se revela en su capacidad para adaptarse fácilmente a la vista en dispositivos móviles y ofrece la opción de navegación mediante arrastre tanto en dispositivos móviles como en escritorio. Esta funcionalidad no solo mejora la presentación visual, sino que también garantiza una experiencia de usuario fluida y adaptable a diferentes dispositivos.

```
new WOW().init();
```

Figura 16. Línea de código en JavaScript para inicializar la librería WOW

Para iniciar con las implementaciones del funcionamiento con JS de los elementos gráficos, la línea de código `new WOW().init();` se utiliza para inicializar la biblioteca `WOW.js` en un sitio web. `WOW.js` es una biblioteca de animación que permite crear efectos de animación al hacer scroll, haciendo que los elementos se muestren de manera dinámica a medida que el usuario se desplaza hacia abajo en la página.



Figura 17. Barra de navegación en vista de escritorio

La página web rediseñada de Edificaciones Triple O presenta una barra de navegación intuitiva y funcional diseñada para optimizar la experiencia del usuario. Esta barra se divide en dos zonas principales: la parte externa y la interna. En la parte externa, ubicada en la parte superior de la página, se encuentra el logotipo de Edificaciones Triple O en el lado izquierdo, que además funciona como botón de inicio, brindando a los usuarios una forma rápida de regresar a la página de inicio en cualquier momento. Del lado derecho de la parte externa se encuentran los números de teléfono de contacto de la empresa, tanto para llamadas como para mensajes, asegurando así una comunicación directa y accesible.

A medida que los usuarios hacen scroll hacia abajo en el sitio web, la sección externa de la barra de navegación desaparece de la vista para evitar ocupar espacio innecesario. La parte interna de la barra de navegación se vuelve prominente y fija en la parte superior de la página, ofreciendo una navegación directa a diferentes secciones del sitio. En el lado izquierdo de esta sección interna, se encuentran botones que llevan a áreas específicas del sitio, facilitando la exploración del contenido. Del lado derecho, se mantiene visible el método de contacto principal de la empresa: el correo electrónico, proporcionando a los visitantes una forma conveniente de establecer contacto directo con Edificaciones Triple O.

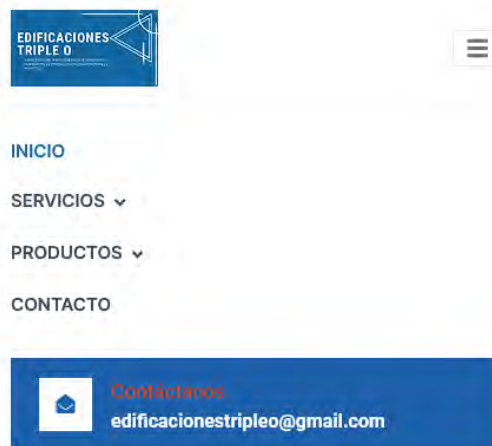


Figura 18. Barra de navegación en vista de dispositivo móvil

En la versión móvil del sitio web de Edificaciones Triple O, se ha implementado un menú de hamburguesa para garantizar una experiencia de usuario intuitiva y eficiente en dispositivos móviles. Este menú se encuentra en la esquina superior derecha de la pantalla y al hacer clic sobre él, se despliega una lista con las mismas opciones que se encuentran en la versión de escritorio. Los botones de navegación que conducen a las diferentes secciones de la página web, así como el acceso al correo electrónico de la empresa, se mantienen en el menú de hamburguesa, asegurando la coherencia en la estructura y funcionalidad del sitio, independientemente del dispositivo utilizado para acceder a él.

Esta elección de diseño proporciona a los usuarios de dispositivos móviles una forma organizada y fácil de navegar por el contenido del sitio web, manteniendo la misma accesibilidad y funcionalidad que encontrarían en la versión de escritorio. La implementación del menú de hamburguesa garantiza una experiencia de usuario consistente y agradable, adaptada específicamente para pantallas más pequeñas, sin sacrificar la accesibilidad a la información esencial y los métodos de contacto de la empresa.

```
$(window).scroll(function () {  
  if ($(this).scrollTop() > 90) {  
    $('.nav-bar').addClass('sticky-top shadow');  
  } else {  
    $('.nav-bar').removeClass('sticky-top shadow');  
  }  
});
```

Figura 19. Bloque de código en donde se muestra el funcionamiento de la propiedad sticky de la barra de navegación

Para mantener la barra de navegación en la parte superior de la pantalla en todo momento se hizo uso del anterior bloque de código cuyas funciones se explican de la siguiente manera:

`$(window).scroll(function () { ... });`: Este código de jQuery establece un evento de desplazamiento en el objeto window. Cada vez que el usuario hace scroll en la ventana del navegador, la función especificada se ejecutará.

`if ($(this).scrollTop() > 90) { ... }`: `$(this).scrollTop()` devuelve la cantidad de píxeles que el documento ha sido desplazado verticalmente. En este caso, el código verifica si la cantidad de desplazamiento vertical es mayor que 90 píxeles.

`$('.nav-bar').addClass('sticky-top shadow');`: Si el desplazamiento vertical es mayor que 90 píxeles, se agrega la clase `sticky-top` y `shadow` al elemento con la clase `nav-bar`. La clase `sticky-top` hace que la barra de navegación se pegue en la parte superior de la ventana del navegador cuando el usuario hace scroll hacia abajo. La clase `shadow` añade un efecto de sombra a la barra de navegación.

`} else { ... }`: Si el desplazamiento vertical es menor o igual a 90 píxeles, se ejecuta este bloque de código.

`$('.nav-bar').removeClass('sticky-top shadow');`: En este caso, se quitan las clases `sticky-top` y `shadow` del elemento con la clase `nav-bar`. Esto hace que la barra de navegación deje de ser pegajosa y pierda el efecto de sombra cuando el usuario hace scroll hacia arriba y el desplazamiento vertical es menor o igual a 90 píxeles.

```
const $dropdown = $(".dropdown");
const $dropdownToggle = $(".dropdown-toggle");
const $dropdownMenu = $(".dropdown-menu");
const showClass = "show";

$(window).on("load resize", function() {
  if (this.matchMedia("(min-width: 992px)").matches) {
    $dropdown.hover(
      function() {
        const $this = $(this);
        $this.addClass(showClass);
        $this.find($dropdownToggle).attr("aria-expanded", "true");
        $this.find($dropdownMenu).addClass(showClass);
      },
      function() {
        const $this = $(this);
        $this.removeClass(showClass);
        $this.find($dropdownToggle).attr("aria-expanded", "false");
        $this.find($dropdownMenu).removeClass(showClass);
      }
    );
  } else {
    $dropdown.off("mouseenter mouseleave");
  }
});
```

Figura 20. Bloque de código donde se muestra el funcionamiento de los dropdown menus de la barra de navegación

El fragmento de código presentado demuestra una implementación cuidadosa del comportamiento de los menús desplegables en función del tamaño de la pantalla, proporcionando una experiencia de usuario optimizada tanto para dispositivos de escritorio como para dispositivos móviles. La lógica detrás de este código se basa en dos condiciones

principales: primero, se verifica si el ancho de la ventana es igual o mayor a 992 píxeles, lo que indica una pantalla lo suficientemente grande para dispositivos de escritorio. En este caso, cuando el usuario pasa el mouse sobre el elemento de menú desplegable, se activa el despliegue del menú y se muestra al usuario, lo que facilita la navegación en pantallas más amplias. Por otro lado, si el ancho de la ventana es menor que 992 píxeles, indicando dispositivos móviles o pantallas más pequeñas, se deshabilita la función de desplegar el menú al pasar el mouse sobre él. Esto asegura que la interfaz sea más amigable para dispositivos táctiles, evitando la activación accidental de menús desplegables durante la interacción táctil en dispositivos móviles.

El código logra este comportamiento mediante la asociación de eventos ``mouseenter`` y ``mouseleave`` a los elementos de menú desplegable cuando el ancho de la ventana es lo suficientemente grande. Al pasar el mouse sobre el elemento ``dropdown``, se activa el evento ``mouseenter``, lo que muestra el menú desplegable. Al retirar el mouse del elemento ``dropdown``, se activa el evento ``mouseleave``, lo que oculta el menú desplegable. Esta interacción sutil mejora significativamente la usabilidad del sitio web, ya que los usuarios pueden acceder fácilmente a los menús desplegables cuando usan dispositivos de escritorio, mientras que en dispositivos móviles se evitan interacciones no deseadas, proporcionando así una experiencia coherente y eficaz en todas las plataformas.

```
$primary: #1E60AA;
$secondary: #FF4917;
$light: #EDF1FC;
$dark: #17224D;

$font-family-base: 'Inter', sans-serif;
$headings-font-family: 'Roboto', sans-serif;
$body-color: #6C7176;
$headings-color: $dark;
$headings-font-weight: 700;
$display-font-weight: 700;
$enable-responsive-font-sizes: true;
$border-radius: 0px;
$link-decoration: none;
$enable-negative-margins: true;

@import "bootstrap/scss/bootstrap";
```

Figura 21. Elementos modificados del framework de Bootstrap

Durante la implementación de Bootstrap en la página web, se realizaron ajustes significativos que abarcaron tanto los colores principales como los estilos tipográficos utilizados en el sitio. Estas modificaciones se llevaron a cabo para asegurar una coherencia visual con la identidad de la marca y para crear una apariencia única y atractiva. Bootstrap proporcionó una estructura sólida sobre la cual se construyó el diseño, permitiendo así una personalización detallada de los elementos visuales para adaptarse perfectamente a las necesidades estéticas del sitio web. Estos ajustes no solo garantizaron la consistencia en el aspecto general de la página, sino que también contribuyeron a mejorar la experiencia del usuario al proporcionar una interfaz visualmente agradable y fácil de leer.



Figura 22. Diseño de hero en vista de escritorio

El área destacada o "hero" ha mantenido su diseño prácticamente idéntico desde el prototipo hasta la versión final. Se ha optado por implementar un carrusel o "carousel" en esta sección, lo que permite a Edificaciones Triple O generar diferentes banners según sus necesidades temporales y promociones específicas. Por el momento, se ha configurado un hero estático que presenta de manera concisa las principales actividades y servicios de la compañía. Este banner está cuidadosamente redactado para incluir frases que inspiren confianza en los posibles clientes, destacando la experiencia y profesionalismo de la empresa.

En cuanto al carrusel implementado, se ha utilizado una tecnología ya existente y ampliamente adoptada en la comunidad de desarrollo web, conocida como Owl Carousel, disponible en la plataforma GitHub. Esta herramienta permite mostrar de forma secuencial varios objetos, en este caso, banners promocionales, proporcionando una experiencia visual dinámica y atractiva para los visitantes del sitio web de Edificaciones Triple O. Una de las ventajas clave de este carrusel es su capacidad para habilitar la función de arrastrar, facilitando la navegación especialmente para usuarios que acceden al sitio desde dispositivos móviles. Además del hero, esta funcionalidad también se ha implementado de diversas


```

$(".header-carousel").owlCarousel({
  autoplay: true,
  smartSpeed: 1500,
  items: 1,
  dots: false,
  loop: true,
  nav : true,
  navText : [
    '<i class="bi bi-chevron-left"></i>',
    '<i class="bi bi-chevron-right"></i>'
  ]
});

```

Figura 25. Bloque de código JavaScript usado para el movimiento de elementos del carrusel del hero

El funcionamiento del carrusel en el encabezado de la página web requiere la implementación de JavaScript para su correcto desempeño. En este caso, se han utilizado diversas variables para configurar específicamente el comportamiento del carrusel:

autoplay: true: Permite que el carrusel se reproduzca automáticamente, mejorando la experiencia del usuario sin requerir interacciones manuales.

smartSpeed: 1500: Controla la velocidad de transición entre los elementos del carrusel, asegurando una transición suave y agradable para el usuario.

items: 1: Define el número de elementos que se mostrarán simultáneamente en el carrusel. En este caso, se ha establecido en 1 para presentar un solo elemento a la vez.

dots: false: Desactiva los indicadores de posición en el carrusel, permitiendo un diseño más limpio y minimalista.

loop: true: Habilita la función de bucle, lo que significa que el carrusel se desplazará infinitamente entre los elementos, ofreciendo una experiencia continua y sin interrupciones.

nav: true: Activa la navegación mediante botones de flecha, facilitando que los usuarios puedan avanzar o retroceder en el carrusel según sus preferencias.

navText: Define los íconos de flecha que se utilizarán para la navegación. En este caso, se han empleado íconos específicos para las flechas izquierda y derecha, proporcionando una indicación visual clara de la dirección del desplazamiento.

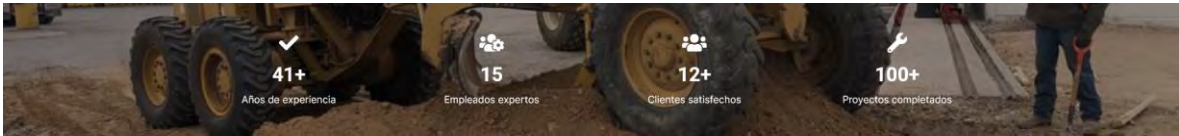


Figura 26. Barra de "Hechos"

Se han elegido cuatro datos clave para demostrar la experiencia de la compañía: los años de experiencia de los dueños, el número de empleados, la cantidad de clientes previos y el número de proyectos completados. Estos datos ofrecen una visión sólida de la capacidad de Edificaciones Triple O para llevar a cabo proyectos con éxito. Estos mostrados de una manera visualmente atractiva.

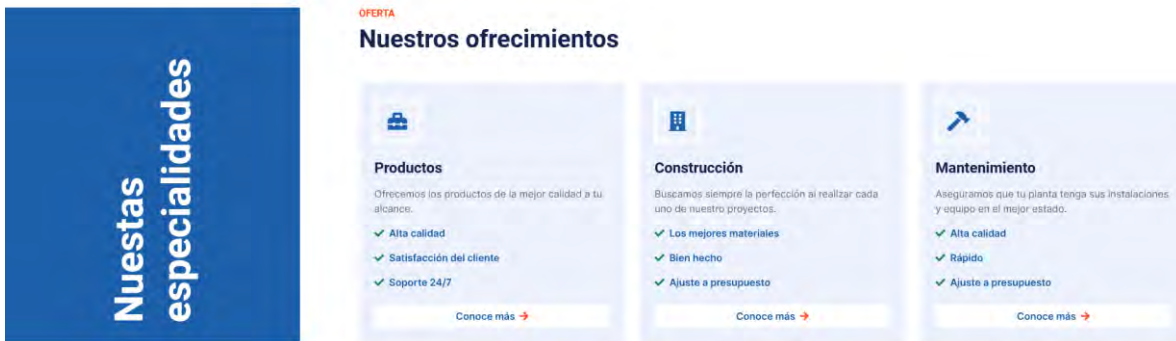


Figura 27. Diseño de carrusel con ofrecimientos de la empresa en vista de escritorio

En la sección posterior, se ha recurrido nuevamente al carrusel utilizado en el Hero, pero esta vez con un enfoque diferente. Aquí, el objetivo principal es presentar de forma clara y concisa tanto los servicios como los productos de Edificaciones Triple O. Esta implementación se centra en la separación ordenada de las ofertas de la compañía a manera de bloques con la información pertinente a cada una de las categorías, permitiendo que los clientes visualicen fácilmente la amplia gama de servicios y productos que se ofrecen. Además de proporcionar una vista rápida de las capacidades de la empresa, este carrusel también actúa como una forma adicional de navegación, llevando a los visitantes a secciones específicas del sitio web donde pueden encontrar información detallada sobre cada oferta. Con esta estructura intuitiva, se ha buscado mejorar la experiencia del usuario, facilitando la búsqueda de información y resaltando las competencias y productos de Edificaciones Triple O de manera efectiva.

```

<div class="owl-carousel service-carousel position-relative wow fadeInUp" data-wow-delay="0.1s">
  <div class="bg-light p-4">
    <div class="d-flex align-items-center justify-content-center border border-5 border-white mb-4" style="width: 75px; height: 75px;">
      <i class="fa fa-toolbox fa-2x text-primary"></i>
    </div>
    <h4 class="mb-3">Productos</h4>
    <p>Ofrecemos los productos de la mejor calidad a tu alcance.</p>
    <p class="text-primary fw-medium"><i class="fa fa-check text-success me-2"></i>Alta calidad</p>
    <p class="text-primary fw-medium"><i class="fa fa-check text-success me-2"></i>Satisfacción del cliente</p>
    <p class="text-primary fw-medium"><i class="fa fa-check text-success me-2"></i>Soporte 24/7</p>
    <a href="#productos" class="btn bg-white text-primary w-100 mt-2">Conoce más<i class="fa fa-arrow-right text-secondary ms-2"></i></a>
  </div>

```

Figura 28. Bloque de código HTML de un elemento del carrusel

En esta línea, <div> se utiliza para crear un contenedor en el cual se insertarán los elementos del carrusel. La clase "owl-carousel" indica que este contenedor se convertirá en un carrusel utilizando el plugin Owl Carousel. La clase "service-carousel" se ha asignado para personalizar el estilo del carrusel específicamente para la sección de servicios. La clase "position-relative" proporciona un posicionamiento relativo, lo que es útil para ciertas operaciones de estilo. Además, las clases "wow" y "fadeInUp" se utilizan para agregar animaciones al carrusel, creando un efecto de aparición suave cuando la página se carga. El atributo "data-wow-delay" establece un pequeño retraso (0.1 segundos en este caso) antes de que se aplique la animación, proporcionando un efecto visual más fluido y atractivo para los usuarios.

```

$(".service-carousel").owlCarousel({
  autoplay: true,
  smartSpeed: 1000,
  center: true,
  margin: 25,
  dots: true,
  loop: true,
  nav : false,
  responsive: {
    0:{
      items:1
    },
    576:{
      items:2
    },
    768:{
      items:3
    },
    992:{
      items:2
    },
    1200:{
      items:3
    }
  }
});

```

Figura 29. Bloque de código JavaScript usado para el movimiento de elementos del carrusel de servicio

Para el funcionamiento de los carruseles de servicios, tanto en la sección de ofrecimientos como en la de mantenimiento, se ha implementado un bloque de código JavaScript con las siguientes configuraciones:

autoplay: true: Permite que el carrusel se reproduzca automáticamente, mejorando la experiencia del usuario sin requerir interacciones manuales.

smartSpeed: 1000: Controla la velocidad de transición entre los elementos del carrusel, asegurando una transición suave y agradable para el usuario.

center: true: Centra el elemento activo en la vista del carrusel, proporcionando un enfoque claro y destacado al contenido actualmente visible.

margin: 25: Establece un espacio de margen de 25 píxeles entre los elementos del carrusel, mejorando la legibilidad y la presentación visual del contenido.

dots: true: Activa los indicadores de posición en el carrusel, permitiendo a los usuarios visualizar fácilmente en qué punto se encuentran en la secuencia de elementos.

loop: true: Habilita la función de bucle, lo que significa que el carrusel se desplazará infinitamente entre los elementos, ofreciendo una experiencia continua y sin interrupciones.

nav: false: Desactiva la navegación mediante botones de flecha, ya que se ha optado por utilizar los indicadores de posición para la navegación en esta configuración específica.

responsive: Define la cantidad de elementos que se mostrarán simultáneamente en el carrusel en función del ancho de la pantalla del dispositivo del usuario. Para pantallas más pequeñas, se mostrará un solo elemento a la vez, mientras que en pantallas más grandes se pueden mostrar hasta tres elementos simultáneamente, asegurando una experiencia de usuario optimizada en dispositivos de diferentes tamaños.

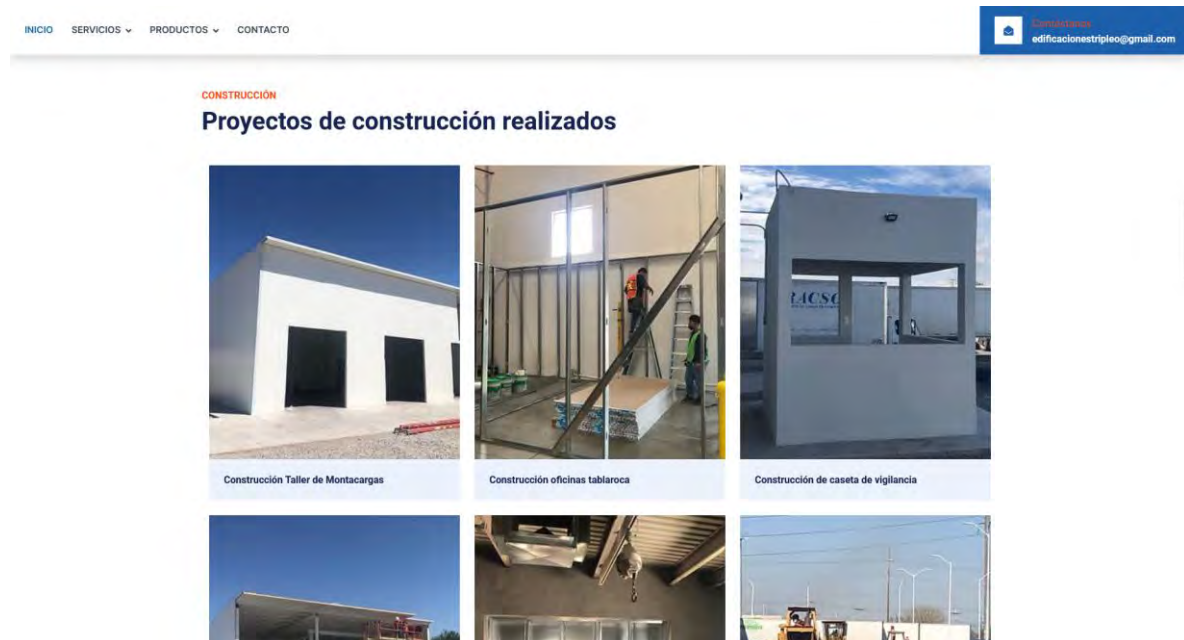


Figura 30. Diseño de sección de proyectos de construcción realizados

La primera de las tres secciones destacadas en el sitio web es la dedicada a los proyectos de construcción ya realizados por Edificaciones Triple O. Esta sección ha sido cuidadosamente diseñada para ofrecer una experiencia visual impactante y organizada para los visitantes del sitio. La disposición se basa en una cuadrícula de tres columnas, donde se presentan de manera secuencial los diversos elementos que componen los proyectos de construcción. Esta disposición ordenada permite a los usuarios explorar fácilmente los detalles de cada proyecto, desde imágenes y descripciones hasta los desafíos superados y los resultados obtenidos. Con esta estructura intuitiva, se ha buscado proporcionar a los visitantes una visión completa y

detallada de los proyectos anteriores de Edificaciones Triple O, destacando el nivel de experiencia y profesionalismo de la empresa en el campo de la construcción.

MANTENIMIENTO

Proyectos de mantenimiento realizados

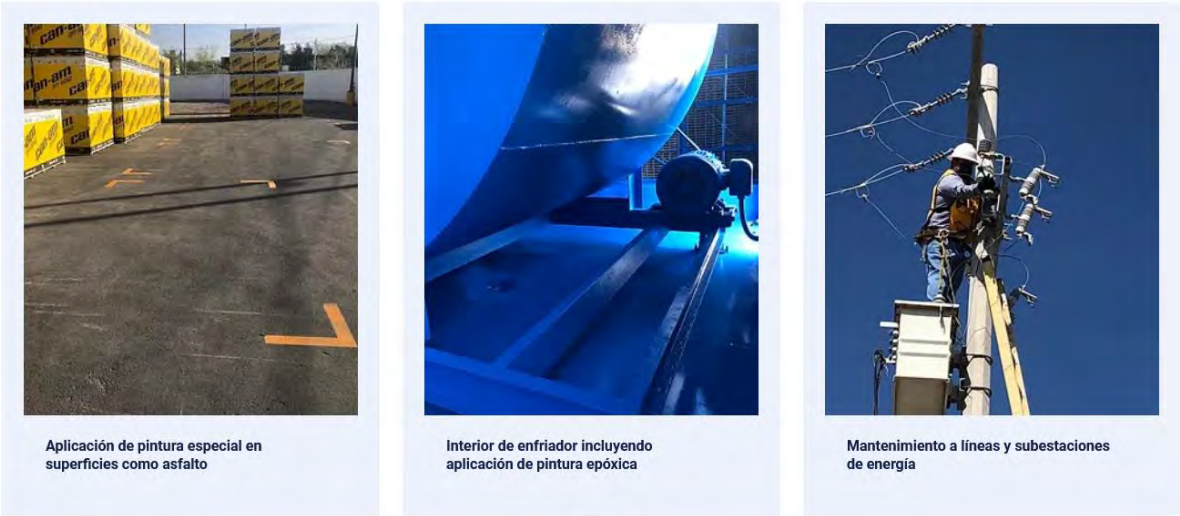


Figura 31. Diseño de sección de proyectos de mantenimiento realizados

La siguiente sección destacada en el sitio web es la dedicada a los proyectos de mantenimiento ya realizados por Edificaciones Triple O. En esta sección, se ha optado por utilizar un carrusel para presentar los elementos, ya que la empresa contaba con una cantidad limitada de proyectos de mantenimiento para mostrar. Este enfoque permite que los cuatro elementos se muestren de forma destacada y fácilmente accesible para los visitantes del sitio. Además, la elección del carrusel facilita la navegación horizontal en dispositivos móviles, ofreciendo una experiencia de usuario fluida y amigable.

Además de su funcionalidad práctica, el uso del carrusel también cumple un propósito estético y estructural en el diseño del sitio. Rompe visualmente la disposición tradicional de cuadrícula, agregando dinamismo y manteniendo el interés del usuario mientras explora el contenido. Esta sección no solo sirve para mostrar la diversidad de proyectos de mantenimiento realizados por la empresa, sino que también contribuye a la narrativa visual general del sitio, proporcionando un equilibrio entre funcionalidad y estética.



Figura 32. Vista de dispositivo móvil de sección de proyectos de mantenimiento realizados

PRODUCTOS
Nuestros productos

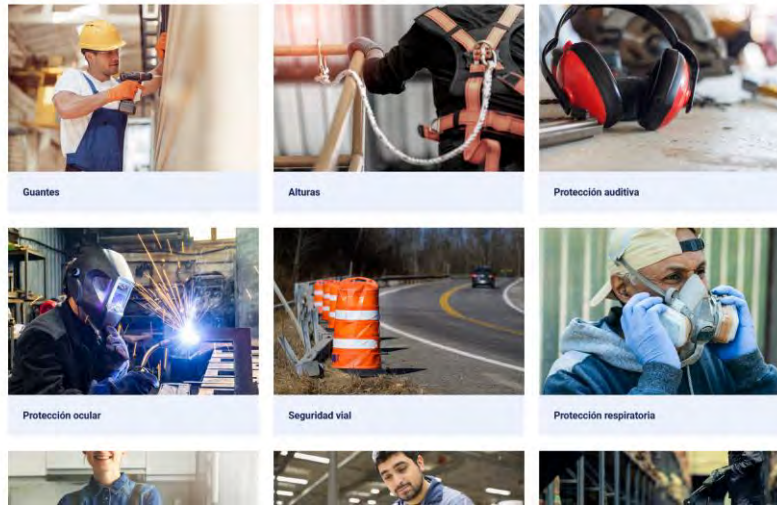


Figura 33. Diseño de sección de productos en vista de escritorio

En la última de las tres secciones destacadas del sitio web se encuentra el área dedicada a los productos ofrecidos por la compañía. En esta sección, se ha optado por mantener un diseño similar al utilizado en la primera sección, utilizando una cuadrícula de tres columnas para organizar los productos. Aunque la disposición de las imágenes y la información sigue siendo similar a la propuesta original de la empresa, se ha logrado una mejora significativa en términos de estética y presentación visual.

En comparación con la versión anterior del sitio web, la nueva propuesta ha logrado transformar la presentación de los productos de manera considerablemente más atractiva y profesional. El diseño de cuadrícula permite una disposición ordenada y fácil de entender para los visitantes del sitio, lo que facilita la exploración de los productos. Esta sección contribuye así a la imagen positiva y profesional de Edificaciones Triple O en línea.

[Ver catálogo entero de productos](#) →

Figura 34. Botón "Ver catálogo entero de productos"

Dentro de esta nueva propuesta de sitio web, es importante destacar que no se ha implementado un sistema de comercio electrónico que permita a los visitantes realizar compras directamente en línea. En lugar de ello, la empresa ha optado por mantener su método actual de ventas, el cual implica proporcionar a los clientes un completo catálogo de

productos en formato PDF al cual se puede acceder a través del botón de “Ver catalogo entero” que se presenta al final de esta sección. Los clientes interesados en adquirir alguno de los productos ofrecidos por la compañía tienen la opción de hacer sus pedidos a través del correo electrónico o llamando directamente a la empresa.

Esta decisión se basa en la preferencia de la empresa por mantener una interacción más personalizada con sus clientes. Al no implementar un sistema de compra en línea, Edificaciones Triple O busca fomentar la comunicación directa con sus clientes, permitiéndoles realizar consultas, aclarar dudas y recibir asesoramiento personalizado antes de realizar cualquier compra.



Figura 35. Diseño de sección de contacto en vista de escritorio

La última sección del sitio web de Edificaciones Triple O se dedica al contacto. Aquí, los clientes potenciales son invitados a ponerse en contacto con la empresa a través del correo electrónico proporcionado al final de la sección, ubicado en el lado izquierdo de la pantalla. Esta invitación refleja el enfoque de la empresa hacia la comunicación directa y personalizada con sus clientes. En el lado derecho de la sección, se muestran un par de imágenes que ilustran el trabajo realizado por la empresa. Estas imágenes no solo sirven como testimonio visual de la calidad del trabajo de Edificaciones Triple O, sino que también añaden un toque estético y profesional a la sección de contacto, creando así una experiencia completa y atractiva para los visitantes del sitio web. Al ofrecer una forma fácil y directa de contacto junto con

ejemplos visuales de proyectos anteriores, la sección de contacto se convierte en un punto focal crucial para aquellos que deseen hacer negocios con la empresa.

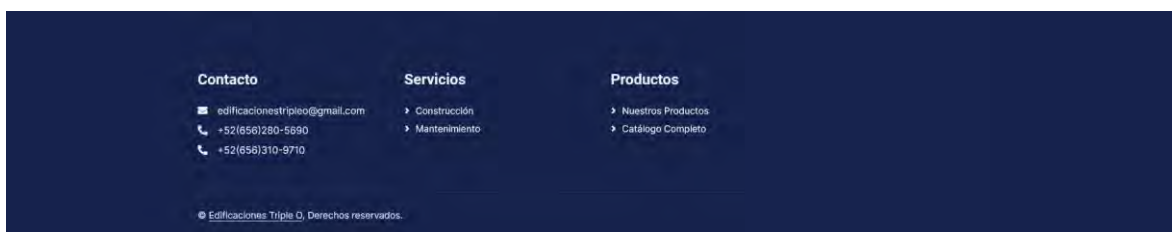


Figura 36. Diseño de pie de página o "footer" en vista de escritorio

En cuanto al pie de página del sitio web de Edificaciones Triple O, se ha diseñado con un enfoque de simplicidad y practicidad. Dividido en tres secciones claramente definidas, este elemento proporciona una navegación intuitiva y rápida para los visitantes del sitio. En la primera sección, se incluyen nuevamente los métodos de contacto, reforzando la importancia de la comunicación directa con la empresa. En la segunda sección, se presentan los servicios ofrecidos, ahora como enlaces directos, permitiendo a los usuarios acceder fácilmente a información detallada sobre cada uno de ellos. La tercera sección está dedicada a los productos, organizados de manera similar en una cuadrícula para una visualización clara y ordenada. Este diseño concreto y directo del pie de página garantiza que los usuarios puedan acceder a la información relevante de manera eficiente y sin complicaciones adicionales, lo que mejora significativamente la experiencia global del usuario en el sitio web de Edificaciones Triple O.

CAPÍTULO V: RESULTADOS

V.1 RESULTADOS

Este capítulo revela las impresiones detalladas sobre el sitio web actual de Edificaciones Triple O y las notables mejoras percibidas con el rediseño. A través de este análisis, se desglosan los puntos clave que arrojan luz sobre el impacto del nuevo diseño en la confianza, la profesionalidad y la percepción general de la empresa.

Para medir de manera precisa el impacto del sitio web de alta calidad desarrollado, se pueden implementar dos enfoques de evaluación distintos para la medición de resultados. Como primera opción, se puede utilizar Google Analytics para analizar las métricas y el comportamiento de los usuarios en el sitio web. Esto proporcionará datos detallados sobre la interacción del usuario y permitirá evaluar la eficacia de la navegación y el diseño del sitio. Como segunda opción, se puede llevar a cabo un cuestionario específico que permitirá a los usuarios comparar el sitio web original de la empresa con el nuevo diseño. Este enfoque cualitativo proporcionará información detallada sobre la percepción y la utilidad percibida del rediseño.

Para este estudio en particular se decidió por aplicar un cuestionario realizado con Google Forms. La elección de utilizar un cuestionario en este estudio se basa en la necesidad de comprender la percepción y la experiencia de usuarios específicos, que son potenciales clientes de la empresa, con respecto al diseño del sitio web. En este contexto, es crucial evaluar cómo la actualización del diseño, siguiendo las últimas tendencias y prácticas de diseño web, impacta en la percepción de confianza y seguridad de estos usuarios. El cuestionario proporcionó información valiosa sobre cómo la estética y la usabilidad del nuevo sitio web influyen en la confianza que los usuarios tienen al interactuar con la empresa en línea.

Estas encuestas permitirán evaluar detalladamente las percepciones y opiniones de los profesionales del campo, proporcionando información esencial para determinar la efectividad del nuevo diseño y su impacto en el público objetivo. (ver anexo 2) Al recopilar estos datos cualitativos, se podrá realizar un análisis profundo y significativo de las mejoras percibidas por los usuarios del sitio web.

Para obtener una perspectiva específica y relevante, el cuestionario se administró a un grupo selecto de 26 individuos directamente involucrados en el proceso de contratación de proveedores de servicio dentro del entorno de maquiladoras. Esta muestra se considera representativa del público objetivo clave que interactúa con empresas del sector industrial en Ciudad Juárez. La participación de profesionales involucrados en la toma de decisiones de contratación proporciona información valiosa sobre cómo la nueva página web de Edificaciones Triple O impacta en la percepción desde la perspectiva de quienes influyen en las decisiones comerciales. (ver anexo 3)

En la primera sección del cuestionario, diseñada para explorar la percepción de los encuestados sobre el sitio web actual de Edificaciones Triple O, dos resultados sobresalieron significativamente. Estos hallazgos proporcionan una visión inicial de cómo los usuarios perciben la presencia en línea de la empresa y establecen una base para la comparación con las secciones posteriores que se centran en la nueva versión del sitio web.

En respuesta a la pregunta clave sobre la percepción del contenido del sitio web actual de Edificaciones Triple O, se observó una división de opiniones entre los encuestados. El 53.8% expresó ciertas dudas o inquietudes al interactuar con el contenido del sitio web existente, sugiriendo una posible falta de claridad o información insuficiente. Contrastantemente, el 46.2% restante indicó que estarían dispuestos a contratar los servicios de la empresa, independientemente de la apariencia o presentación de su sitio web actual. Este resultado resalta la importancia de la primera impresión en línea y señala áreas específicas que podrían mejorarse en el rediseño.

El sitio web actual transmite confianza en la empresa Edificaciones Triple O y en sus servicios

26 responses

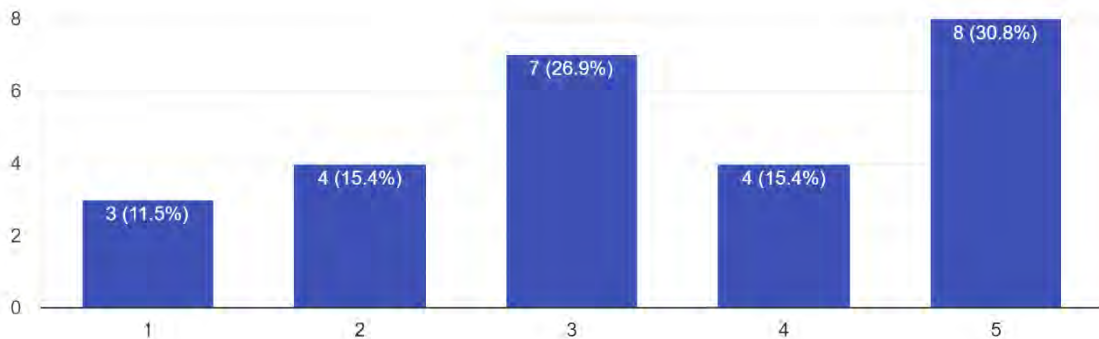


Figura 37. Gráfica de barras donde se expresa la confianza que genera el actual sitio web

En relación con la cantidad de información proporcionada en el sitio web actual de Edificaciones Triple O, los resultados de la segunda pregunta revelaron que la mayoría de los encuestados (69.2%) considera que sus necesidades informativas están suficientemente cubiertas para tomar decisiones sobre la contratación de servicios. Este hallazgo sugiere que, aunque algunos puedan tener reservas sobre la presentación del contenido, la información en sí misma se percibe como adecuada para evaluar la idoneidad de la empresa.

La interactividad y funcionalidades del sitio web actual son satisfactorias para mis necesidades como usuario

26 responses

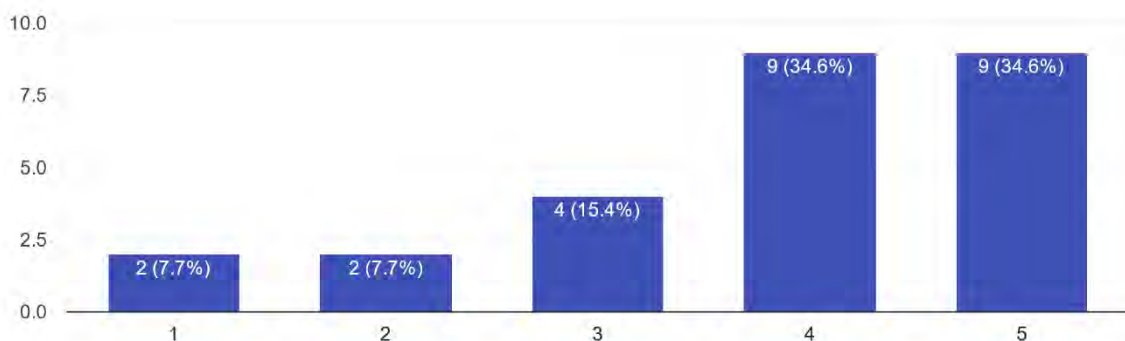


Figura 38. Gráfica de barras donde se expresa la percepción de los encuestados a la interactividad y funcionalidad del actual sitio web

En la segunda sección del cuestionario, diseñada para evaluar la percepción de los usuarios sobre la página web rediseñada de Edificaciones Triple O, se utilizaron las mismas preguntas clave. Aquí, se destacó un cambio positivo en la respuesta de los encuestados.

En la primera pregunta de esta sección, se observó un cambio positivo en la percepción de la confianza que la nueva página web transmitía a los encuestados. El 69.2% de los participantes expresaron sentirse completamente seguros con la nueva presentación del sitio web, indicando una mejora notable en la generación de confianza en comparación con la versión anterior. Además, el 30.8% restante manifestó sentirse de manera bastante similar, lo que sugiere que la renovada interfaz ha logrado superar la confianza percibida en el sitio anterior.

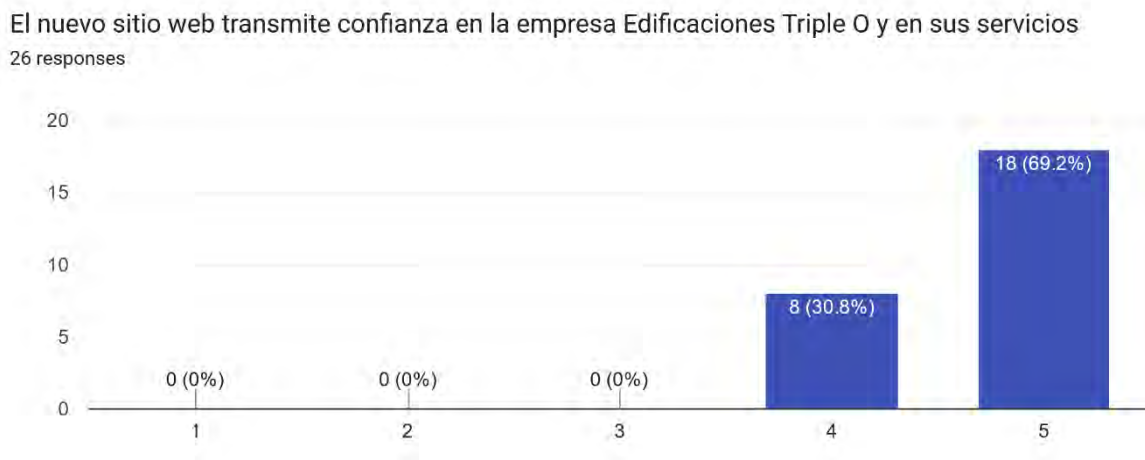


Figura 39. Gráfica de barras donde se expresa la confianza que genera la nueva página web

En la segunda pregunta de esta sección, se evidenció una mejora significativa en la percepción de los encuestados con respecto a la interactividad y funcionalidad de la nueva página web. Un impresionante 96.1% de los participantes indicaron que la versión rediseñada ofrecía una experiencia más interactiva y funcional, representando un marcado incremento en comparación con la versión anterior, donde este aspecto obtuvo una evaluación del 69.2%. Este cambio positivo sugiere que las mejoras implementadas en la nueva página web han sido eficaces para aumentar la satisfacción y la percepción positiva de los usuarios en términos de interactividad y funcionalidad.

La interactividad y funcionalidades del nuevo sitio web son satisfactorias para mis necesidades como usuario

26 responses

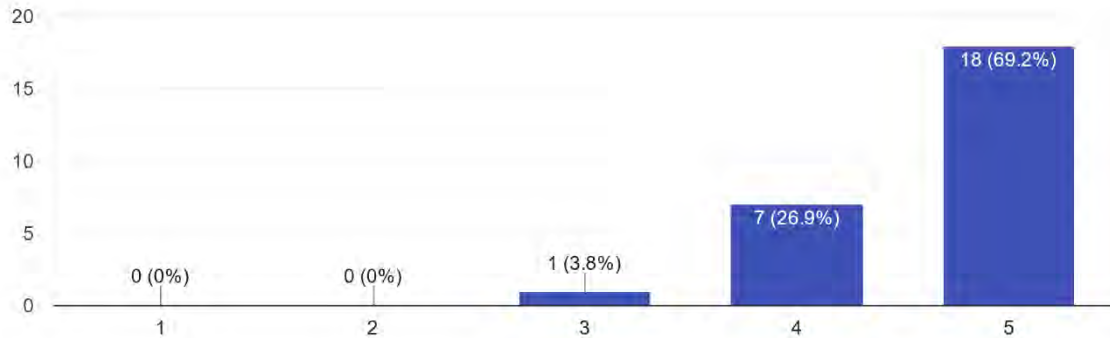


Figura 40. Gráfica de barras donde se expresa la percepción de los encuestados a la interactividad y funcionalidad de la nueva página web

La tercera sección del cuestionario se enfocó en evaluar cómo el rediseño de la página web influyó en la percepción general de los encuestados sobre la empresa. A través de una serie de preguntas estratégicas, se buscó comprender cómo la nueva presentación visual y las mejoras en la usabilidad afectaron la imagen que los encuestados tenían de la compañía. Este enfoque permitió explorar si la actualización del sitio web no solo mejoró la experiencia en línea, sino también la percepción global de la empresa, lo que podría ser fundamental para fortalecer la posición de la marca y generar confianza entre los potenciales clientes.

En relación con la percepción general de la empresa después del rediseño del sitio web, los resultados revelaron que un significativo 84.6% de los encuestados experimentaron un aumento en su confianza hacia la empresa. Esta cifra sugiere que la renovación del sitio web no solo impactó la experiencia en línea, sino que también tuvo un efecto positivo en la percepción global de la compañía entre los participantes. Es relevante destacar que, aunque algunos encuestados mantuvieron una postura neutral, la mayoría expresó una mejora en su confianza, lo que respalda la idea de que el rediseño contribuyó a fortalecer la imagen de la empresa.

Después de explorar el nuevo sitio web, ¿siente que su confianza en Edificaciones Triple O ha aumentado, disminuido o se ha mantenido igual?

26 responses

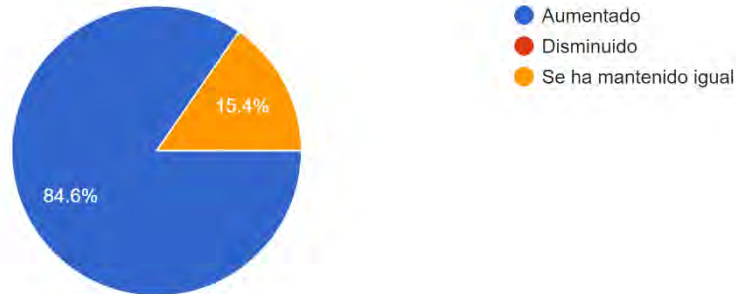


Figura 41. Gráfica de pastel donde se evidencia el cambio en la confianza de los encuestados con respecto a la compañía

Uno de los objetivos clave de este proyecto fue mejorar la imagen de la empresa mediante el rediseño de su presencia en línea, destacando la profesionalidad y modernidad. Los resultados indican que un impresionante 92.3% de los encuestados perciben una mejora significativa en la imagen de profesionalismo de la empresa con la nueva y actualizada página web. Este hallazgo respalda la premisa de que el diseño web contemporáneo puede influir positivamente en la percepción de la profesionalidad de una empresa. Aunque existe un pequeño porcentaje que no experimentó cambios, la mayoría concuerda en que el rediseño contribuyó a fortalecer la imagen profesional de Edificaciones Triple O.

¿El nuevo sitio web ha mejorado su percepción sobre la profesionalidad de Edificaciones Triple O?

26 responses

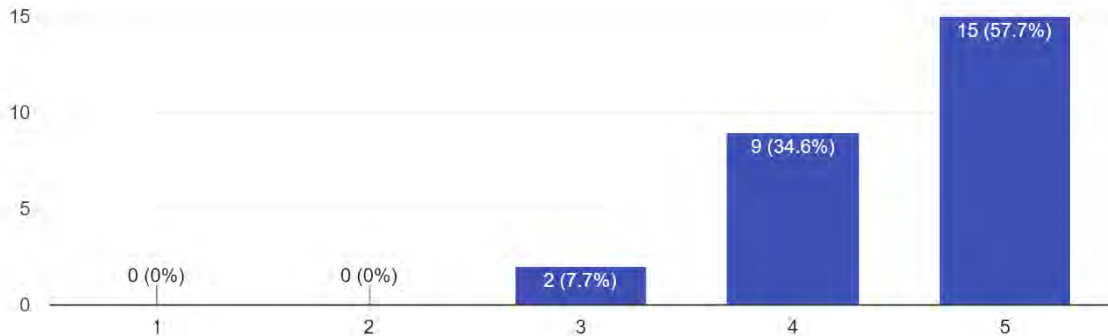


Figura 42. Gráfica de barras donde se evalúa la percepción del profesionalismo de la empresa

CONCLUSIONES

Este texto se articula en consonancia con el objetivo central del proyecto, que consiste en revitalizar la presencia en línea de la empresa Edificaciones Triple O mediante el diseño y desarrollo de una página web renovada. A lo largo del desarrollo del proyecto, se lograron de manera integral y satisfactoria los objetivos específicos planteados, marcando así un hito significativo en la evolución y posicionamiento digital de la empresa en el sector industrial de Ciudad Juárez.

Este informe detalla exhaustivamente el proceso de desarrollo de un sitio web integral destinado a Edificaciones Triple O, un proveedor de servicios en el sector industrial de bienes raíces. El objetivo general de este proyecto fue trascender la mera presencia digital, buscando una transformación significativa que fortaleciera la interacción con clientes, generara leads y, en última instancia, impulsara el crecimiento sostenido de la empresa.

La fase inicial consistió en un análisis minucioso de la presencia web actual de Edificaciones Triple O. Este análisis se enfocó en identificar áreas de mejora en términos de diseño, usabilidad y contenido. Cada hallazgo se tradujo en un conjunto de directrices que guiaron el proceso de diseño y desarrollo subsiguiente.

Con base en la información recopilada, se procedió a la etapa de diseño, donde se crearon prototipos de alta fidelidad para visualizar la nueva estructura y apariencia del sitio web. Se prestó especial atención a la usabilidad y la experiencia del usuario, asegurándose de que la navegación fuera intuitiva y que la información clave estuviera fácilmente accesible.

El desarrollo del sitio web se llevó a cabo utilizando tecnologías como HTML, CSS y JavaScript, con la incorporación de un framework como Bootstrap para garantizar la compatibilidad y la capacidad de respuesta en diferentes dispositivos. Se implementaron elementos visuales atractivos, un diseño de navegación mejorado y se optimizó el rendimiento general del sitio.

La fase de implementación fue seguida por un proceso de evaluación exhaustiva que comprendió tres secciones distintas en el cuestionario. Cada sección se diseñó estratégicamente para abordar aspectos específicos del rediseño del sitio web y evaluar su impacto en la percepción y la experiencia del usuario.

La primera sección del cuestionario se centró en la evaluación del sitio web anterior, solicitando a los participantes que compartieran sus impresiones sobre la apariencia, la navegación y la usabilidad del sitio anterior. Esto proporcionó una línea de base crucial para comprender las áreas críticas que requerían atención.

La segunda sección se enfocó en la evaluación de la nueva página web. Los participantes fueron guiados a través de una serie de preguntas diseñadas para medir la efectividad del rediseño en términos de claridad, atractivo visual y facilidad de uso. Este segmento apuntó a identificar mejoras concretas y compararlas con las expectativas establecidas durante la fase de diseño.

La tercera sección del cuestionario exploró cómo ha cambiado la percepción de los usuarios hacia la empresa después de la implementación del nuevo diseño. Se indagó sobre la confianza percibida, la profesionalidad y la disposición a interactuar con la empresa en función de la presencia en línea renovada. Este análisis estratégico permitió evaluar el impacto más allá de la interfaz, considerando la imagen general de la empresa.

En síntesis, este proyecto no solo aspiró a modificar la cara digital de Edificaciones Triple O, sino a crear una plataforma robusta y efectiva alineada con los objetivos específicos del mercado y las expectativas de los clientes en el sector industrial de bienes raíces. La culminación exitosa de este esfuerzo se traduce en una presencia en línea revitalizada y estratégica para Edificaciones Triple O.

REFLEXIÓN FINAL

A lo largo de una investigación exhaustiva sobre la presencia digital de Edificaciones Triple O, se identificaron minuciosamente los desafíos y áreas de mejora en su sitio web anterior.

Como profesional en diseño digital, se asume la responsabilidad de aplicar habilidades y conocimientos para abordar estos problemas. Este proyecto, ejecutado en colaboración con un cliente real en Ciudad Juárez, se alinea de manera integral con el propósito del programa de la Licenciatura en Diseño Digital de Medios Interactivos: la creación de soluciones innovadoras de diseño digital para satisfacer las demandas actuales y futuras del consumo digital.

La tarea de abordar los problemas identificados en la presencia digital de Edificaciones Triple O no solo representó un reto técnico, sino también una oportunidad de aplicar las herramientas y habilidades adquiridas a lo largo de la carrera. Al llevar a cabo el proyecto y obtener resultados exitosos, se ha generado una perspectiva ampliada sobre la capacidad de proporcionar soluciones digitales en distintos temas, áreas y sectores, teniendo un impacto social y tecnológico significativo.

Este proyecto específico no solo se enfocó en la creación de un nuevo sitio web, sino también en proporcionar una visión más completa de cómo la tecnología y el diseño digital pueden influir positivamente en la percepción y la presencia en línea de una empresa. Este enfoque integrador permitió utilizar tecnologías emergentes, lenguajes de programación y diseño de interacción para abordar las necesidades específicas de Edificaciones Triple O.

A medida que se avanzaba en la implementación del proyecto, surgieron nuevos desafíos que requerían adaptabilidad y una comprensión profunda del entorno digital actual. Esto no solo enriqueció la experiencia del proyecto, sino que también sentó las bases para futuras iniciativas digitales más completas y adecuadas a las cambiantes demandas del mundo digital.

El proyecto realizado con Edificaciones Triple O no solo fue una tarea técnica; fue un ejercicio práctico que permitió la aplicación de conocimientos, la superación de desafíos y la adquisición de una visión más completa sobre el papel del diseño digital en el posicionamiento de una marca en el mundo en línea. Este enfoque holístico hacia el proyecto ha reforzado la convicción de seguir trabajando en iniciativas digitales que no solo sean tecnológicamente sólidas, sino que también tengan un impacto significativo en la percepción y el éxito de las empresas en el ámbito digital.

BIBLIOGRAFÍA

- Asociación de Internet MX. (Mayo de 2023). *19° Estudio sobre los hábitos de usuarios de internet en México 2023*. Obtenido de Asociación de Internet MX: <https://irp.cdn-website.com/81280eda/files/uploaded/19%20Estudio%20sobre%20los%20Habitos%20de%20Usuarios%20de%20Internet%20en%20Mexico%202023%20.pptx.pdf>
- Burgess, S., & Bingley, S. (2014). The Small Business Social Media Web Presence: An Australian Snapshot. *European Conference on Social Media*, 72-79.
- Business Insider. (27 de Junio de 2022). *Qué son las pymes, cómo se clasifican y de dónde obtienen su capital*. Obtenido de Business Insider: https://businessinsider.mx/como-se-clasifican-las-pymes-que-son-capital_negocios/
- Centro de Información Económica y Social de la Secretaría de Innovación y Desarrollo Económico de Gobierno del Estado. (2023). *2023 / Perfil Económico Región Juárez*. Chihuahua: Centro de Información Económica y Social de la Secretaría de Innovación y Desarrollo Económico de Gobierno del Estado.
- Gallegos Rodríguez, E. (2012). *Las PyMEs en México*. Obtenido de UNAM: <http://www.ptolomeo.unam.mx:8080/xmlui/bitstream/handle/132.248.52.100/89/A4.pdf>
- INEGI. (2019). *Encuesta Nacional sobre Productividad y Competitividad de las Micro, Pequeñas y Medianas Empresas (ENAPROCE) 2018*. INEGI.
- INEGI. (2020). *Censos Económicos 2019*. INEGI.
- INEGI. (2023). *Estadísticas a propósito del día de las microempresas y las pequeñas y medianas empresas*. INEGI.
- NeoAttack. (27 de Agosto de 2020). *Diseño Web*. Obtenido de NeoAttack: <https://neoattack.com/neowiki/diseno-web/>
- Plattner, H., Meinel, C., & Leifer, L. (2012). *Design thinking: Understand - improve - apply*. Springer Science & Business Media.

- Rivera-Trigueros, I., Gutiérrez-Artacho, J., & Olvera-Lobo, M.-D. (2019). Marketing digital y presencia 2.0: El caso de las pymes andalizas del ámbito sanitario. *Revista Ibérica de Sistemas e Tecnologías de Informação*, 32-44.
- Salas Narváez, L. C., Acosta Véliz, M. M., & Jiménez Cercado, M. E. (2018). Importancia del Marketing de Atracción 2.0, en las Pequeñas y Medianas Empresas de la ciudad de Guayaquil (Ecuador). *Revista Espacios Vol. 39 (Nº 18)*, 31.
- Sayang, J. E. (2016). *Sitios web y redes sociales como herramienta de comunicación y venta en microempresas y pequeñas empresas*. Buenos Aires: Fundación UADE.
- Sulbarán, I. (13 de Mayo de 2023). *Diferencias entre desarrollo web y desarrollo de software*. Obtenido de Tiffin University: <https://global.tiffin.edu/noticias/principales-diferencias-entre-desarrollo-web-y-desarrollo-de-software>
- U-Tad. (11 de Julio de 2023). *¿Qué es el diseño digital?* Obtenido de U-Tad: <https://u-tad.com/que-es-diseno-digital/>
- WebFX. (s.f.). *Website Statistics: 60+ Website Stats to Know*. Obtenido de WebFX: <https://www.webfx.com/web-design/statistics/>

IMÁGENES EXTERNAS

Figura 1. INEGI. (2019) *Encuesta nacional sobre productividad y competitividad de las micro, pequeñas y medianas empresas (ENAPROCE) 2018* [Tabla]. INEGI. <https://www.inegi.org.mx/contenidos/programas/enaproce/2018/doc/ENAPROCE2018Pres.pdf>

Figura 2. INEGI. (2023) *Estadísticas a propósito del día de las microempresas y las pequeñas y medianas empresas* [Tabla]. INEGI. https://www.inegi.org.mx/contenidos/saladeprensa/aproposito/2023/EAP_DIAMIPIY_MES.pdf

Figura 3. INEGI. (2023) *Estadísticas a propósito del día de las microempresas y las pequeñas y medianas empresas* [Tabla]. INEGI.

https://www.inegi.org.mx/contenidos/saladeprensa/aproposito/2023/EAP_DIAMIPY_MES.pdf

Figura 4. Edificaciones Triple O. (2023) *Sitio web* [Imagen]. Edificaciones Triple O. <https://www.edificacionestripleo.com/>

Figura 5. Edificaciones Triple O. (2023) *Sitio web* [Imagen]. Edificaciones Triple O. <https://www.edificacionestripleo.com/>

Figura 6. Edificaciones Triple O. (2023) *Sitio web* [Imagen]. Edificaciones Triple O. <https://www.edificacionestripleo.com/>

Figura 7. Edificaciones Triple O. (2023) *Sitio web* [Imagen]. Edificaciones Triple O. <https://www.edificacionestripleo.com/>

Figura 8. Edificaciones Triple O. (2023) *Sitio web* [Imagen]. Edificaciones Triple O. <https://www.edificacionestripleo.com/>

ANEXO 1

Para recopilar datos sobre la situación actual de la empresa, se llevaron a cabo dos encuentros en persona con los propietarios de la empresa, con el propósito de elaborar un resumen general del proyecto a través del siguiente Brief general.

TÍTULO DEL PROYECTO	Sitio web para Edificaciones Triple O		
NOMBRE DEL CLIENTE	Omar Armendáriz		
MARCA	Edificaciones Triple O		
PRODUCTO	Desarrollo de un sitio web		
NOMBRE DEL PUNTO DE CONTACTO	Omar Armendáriz	TELÉFONO	6562805690
CORREO ELECTRÓNICO	edificacionestripleo@gmail.com	DIRECCIÓN POSTAL	-

Propósito y oportunidad	Llevar a cabo el desarrollo de un sitio web con una propuesta de diseño más acorde a las necesidades reales de los clientes.
OBJETIVO ¿Para qué trabaja el proyecto?	Negocio personal
PÚBLICO OBJETIVO ¿A quién estamos tratando de llegar?	El enfoque estratégico de este proyecto se centra en establecer una conexión directa y efectiva con la industria maquiladora a través del sitio web renovado. La empresa se propone implementar estrategias específicas para dirigirse de manera precisa a este sector

industrial clave. Uno de los objetivos fundamentales será establecer una comunicación efectiva con los departamentos de compras de las empresas maquiladoras. La empresa comprende la importancia de esta área en el proceso de toma de decisiones de las compañías, por lo que se esforzará por proporcionar información detallada y relevante que resalte los beneficios y valores que la empresa puede aportar.

Además, se busca establecer contacto directo con los líderes y superiores dentro de las compañías maquiladoras. La empresa reconoce que la toma de decisiones a menudo recae en manos de individuos con un alto nivel de autoridad y responsabilidad. Por lo tanto, se esforzará por presentar su enfoque de manera profesional y persuasiva, destacando cómo sus servicios pueden satisfacer las necesidades específicas de estas empresas. La empresa está comprometida a demostrar cómo su experiencia y calidad pueden contribuir significativamente al éxito y la eficiencia operativa de las industrias maquiladoras.

A través del sitio web renovado, la empresa planea proporcionar información detallada sobre sus servicios, destacando su experiencia y logros en la industria. Se implementará una estrategia de marketing digital enfocada, utilizando contenido relevante y atractivo para captar la atención de las empresas maquiladoras. Además, se asegurarán de que el sitio web sea fácilmente accesible, con una navegación intuitiva y una estructura de información clara, para que los representantes de estas compañías puedan encontrar rápidamente la información que necesitan.

	<p>La meta final de la empresa es establecer una relación sólida y duradera con la industria maquiladora a través de este sitio web. Busca ser reconocida como un socio confiable y valioso para estas empresas, brindando soluciones personalizadas que se adapten a sus necesidades específicas. A través de esta iniciativa, la empresa espera abrir nuevas oportunidades de negocio, construir relaciones significativas y contribuir al crecimiento y éxito continuo de las empresas maquiladoras en la región.</p>
<p>ACTITUD estilo y tono</p>	<p>Deberá tener un estilo visual más profesional, pero a su vez más moderno y fluido para que los posibles clientes tengan una mejor experiencia de compra. Los colores de la empresa son el azul y el blanco por lo que éstos deberán estar presentes en el diseño del mismo sitio web.</p>
<p>MENSAJE ¿Cuál es la idea clave para ser recordada?</p>	<p>La empresa se encuentra plenamente consciente de la importancia fundamental de generar confianza y seguridad a través de su sitio web. En un mundo digital donde la confianza del cliente es esencial, la empresa se esfuerza por asegurar que cada visitante que entre al sitio web tenga la certeza de estar interactuando con una entidad confiable y auténtica. Con este objetivo en mente, se implementarán diversas estrategias y características para transmitir credibilidad desde el momento en que un cliente potencial acceda al sitio web.</p>
<p>ENTREGABLES Y FORMATO describen las piezas clave a producir</p>	<p>Específicamente se buscará obtener un sitio web que cumpla con las actuales tendencias de diseño. Para esta entrega no se hará uso de redes sociales.</p>
<p>COMENTARIOS</p>	<p>En el contexto específico de la industria de proveedores para maquiladoras, se ha observado una tendencia única en cuanto a las estrategias de comunicación y marketing. A diferencia de otros</p>

sectores empresariales, el uso de redes sociales no se considera una herramienta esencial para establecer conexiones efectivas con las maquiladoras. En lugar de depender de plataformas sociales, la comunicación se desarrolla de manera más formal y directa, utilizando medios oficiales y canales de contacto más tradicionales.

En este sector, se ha establecido claramente que las interacciones significativas y los acuerdos comerciales se llevan a cabo principalmente a través de medios oficiales y directos, como el correo electrónico y las llamadas telefónicas. Estos métodos ofrecen un canal de comunicación más formal y profesional, permitiendo un intercambio directo de información, consultas y negociaciones. La naturaleza específica y a menudo confidencial de los negocios en la industria de proveedores para maquiladoras requiere un enfoque más estructurado y directo en la comunicación, donde la formalidad y la eficiencia son clave.

En lugar de dedicar recursos significativos a las redes sociales, las empresas proveedoras se centran en desarrollar estrategias de correo electrónico efectivas y mantener líneas telefónicas abiertas para asegurar una comunicación clara y oportuna con las maquiladoras. Esta dinámica demuestra que, en este contexto particular, las redes sociales no son la herramienta principal para establecer relaciones comerciales sólidas. En su lugar, las empresas se inclinan hacia métodos más formales y directos para construir y mantener relaciones fructíferas en la industria de proveedores para maquiladoras.

ANEXO 2

Cuestionario de Evaluación del Sitio Web de Edificaciones Triple O

Por favor, indique su nivel de acuerdo con las siguientes afirmaciones en una escala del 1 al 5, donde 1 es "Totalmente en desacuerdo" y 5 es "Totalmente de acuerdo".

Sitio Web Actual:

1. El sitio web actual de Edificaciones Triple O es fácil de navegar y encontrar la información que estoy buscando.

1 2 3 4 5

2. La apariencia visual del sitio web actual es profesional y atractiva.

1 2 3 4 5

3. La información proporcionada en el sitio web actual es clara y detallada.

1 2 3 4 5

4. El sitio web actual transmite confianza en la empresa Edificaciones Triple O y en sus servicios.

1 2 3 4 5

5. La interactividad y funcionalidades del sitio web actual son satisfactorias para mis necesidades como usuario.

1 2 3 4 5

Nuevo Sitio Web:

6. La nueva versión del sitio web de Edificaciones Triple O es fácil de navegar y encontrar la información que estoy buscando.

1 2 3 4 5

7. La apariencia visual del nuevo sitio web es moderna y atractiva.

1 2 3 4 5

8. La información proporcionada en el nuevo sitio web es clara y detallada.

1 2 3 4 5

9. El nuevo sitio web transmite confianza en la empresa Edificaciones Triple O y en sus servicios.

1 2 3 4 5

10. La interactividad y funcionalidades del nuevo sitio web son satisfactorias para mis necesidades como usuario.

1 2 3 4 5

Percepción de la Compañía:

11. Después de explorar el nuevo sitio web, ¿siente que su confianza en Edificaciones Triple O ha aumentado, disminuido o se ha mantenido igual?

- Aumentado
- Disminuido
- Se ha mantenido igual

12. ¿Cómo calificaría la mejora en la presentación de los proyectos y servicios en el nuevo sitio web en comparación con el antiguo? (1 a 5)

1 2 3 4 5

13. ¿Ha encontrado información relevante y útil en el nuevo sitio web que no estaba disponible en el antiguo? (1 a 5)

1 2 3 4 5

14. ¿El nuevo sitio web ha mejorado su percepción sobre la profesionalidad de Edificaciones Triple O? (1 a 5)

1 2 3 4 5

15. Seleccione una de las siguientes opciones que mejor describa su experiencia general con el nuevo sitio web:

- Muy Satisfactoria
- Satisfactoria
- Neutral
- Insatisfactoria
- Muy Insatisfactoria

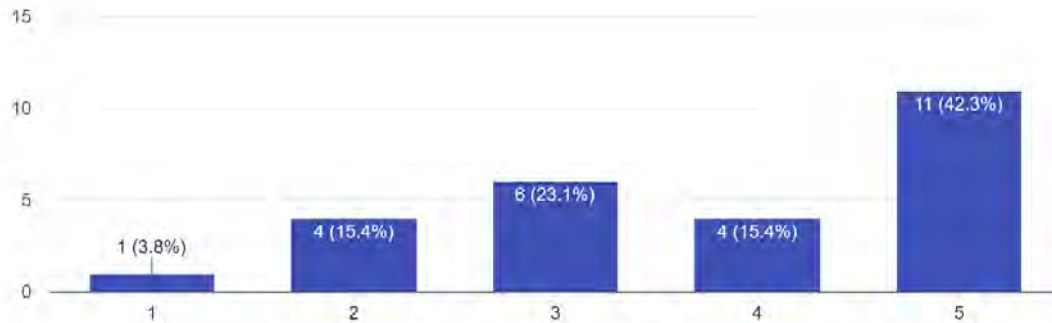
Anexo 3

Resultados de la encuesta

Sitio web anterior

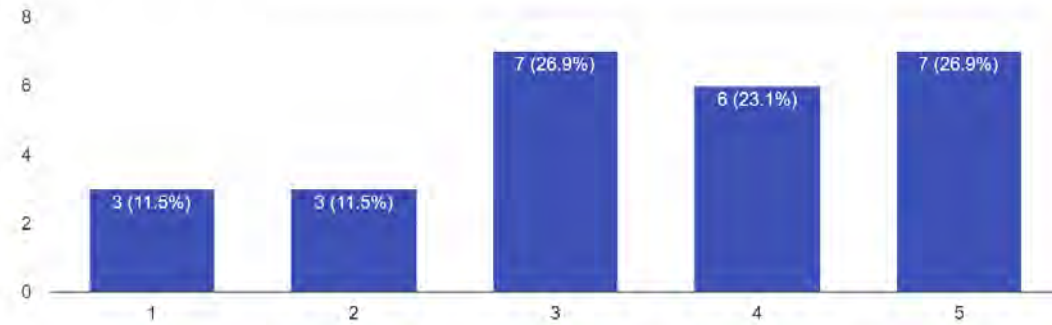
El sitio web actual de Edificaciones Triple O es fácil de navegar y encontrar la información que estoy buscando

26 responses



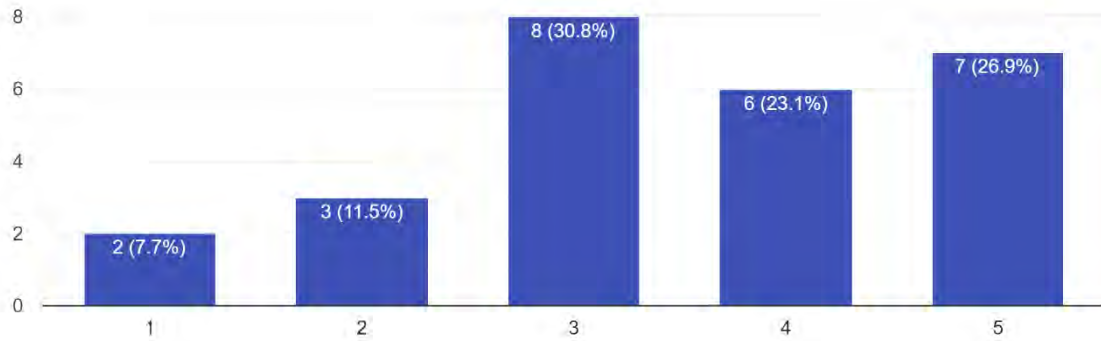
La apariencia visual del sitio web actual es profesional y atractiva

26 responses



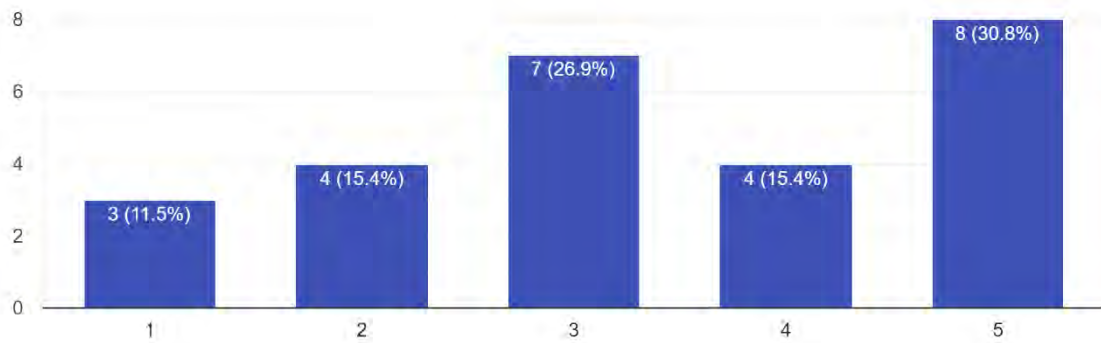
La información proporcionada en el sitio web actual es clara y detallada

26 respuestas



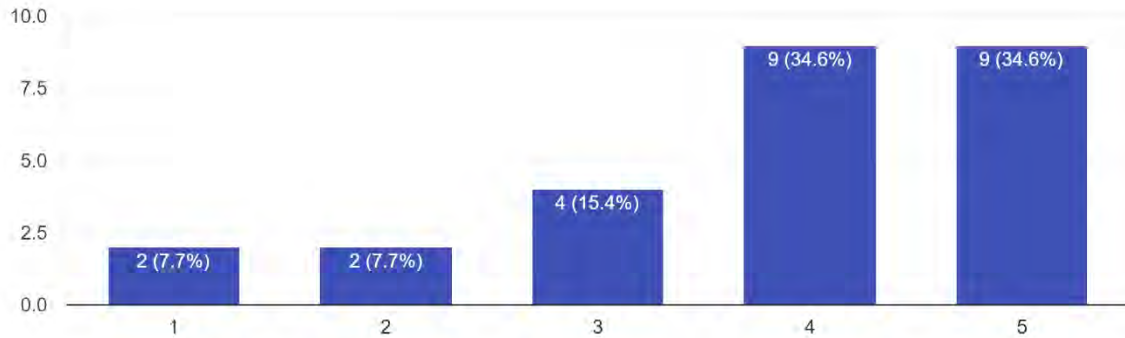
El sitio web actual transmite confianza en la empresa Edificaciones Triple O y en sus servicios

26 respuestas



La interactividad y funcionalidades del sitio web actual son satisfactorias para mis necesidades como usuario

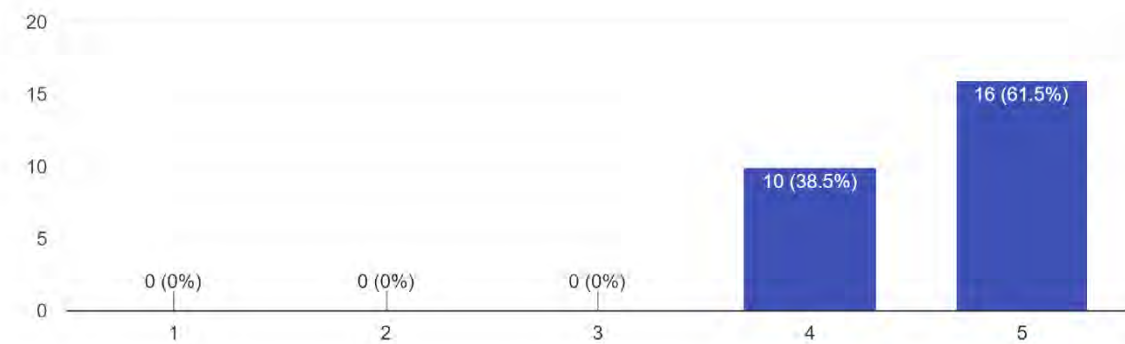
26 responses



Página web nueva de la empresa

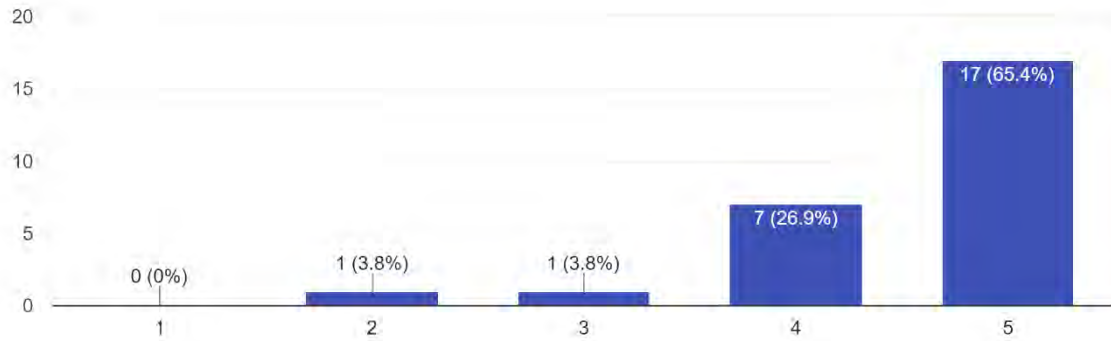
La nueva versión del sitio web de Edificaciones Triple O es fácil de navegar y encontrar la información que estoy buscando

26 responses



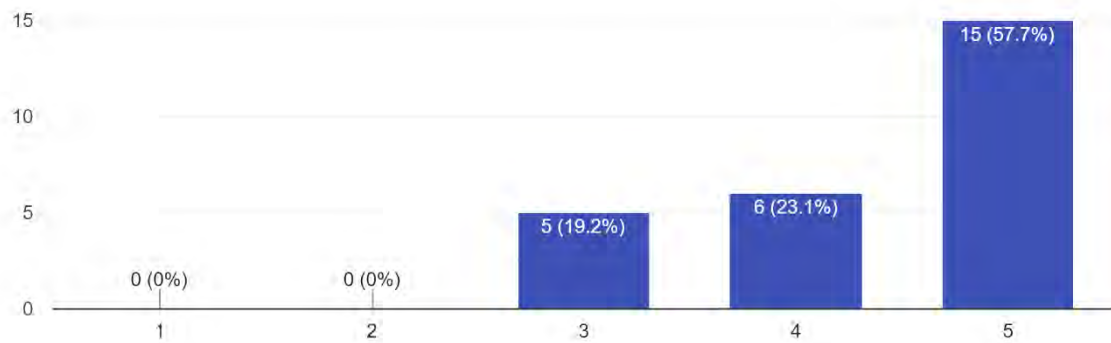
La apariencia visual del nuevo sitio web es moderna y atractiva

26 responses



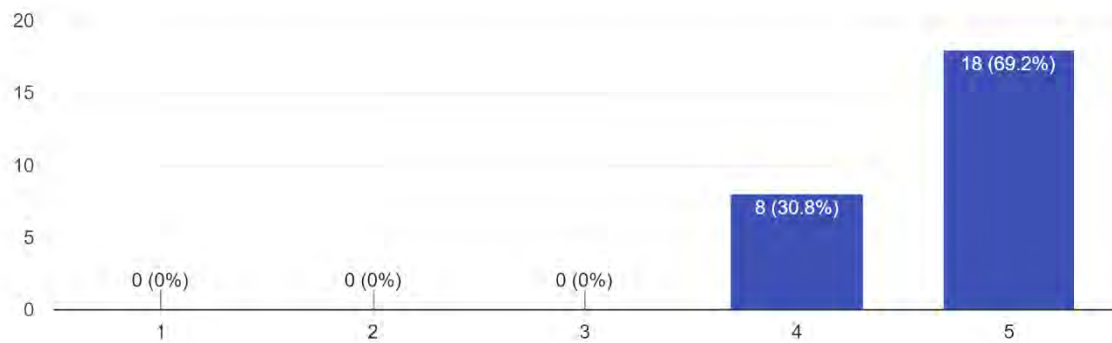
La información proporcionada en el nuevo sitio web es clara y detallada

26 responses



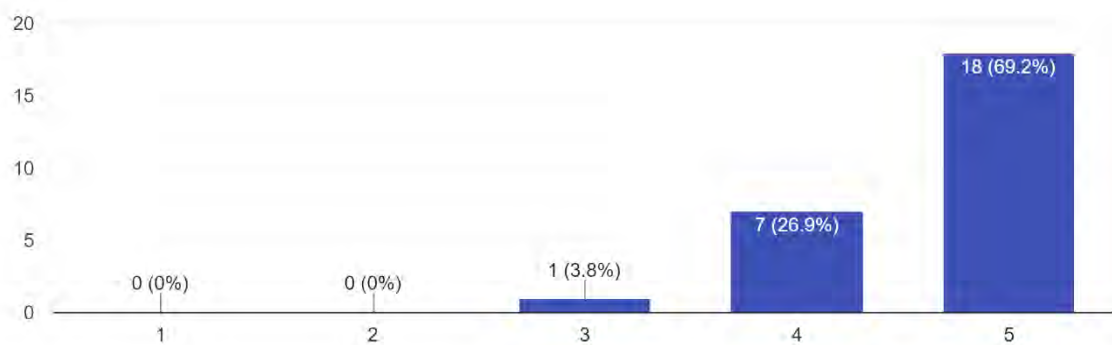
El nuevo sitio web transmite confianza en la empresa Edificaciones Triple O y en sus servicios

26 respuestas



La interactividad y funcionalidades del nuevo sitio web son satisfactorias para mis necesidades como usuario

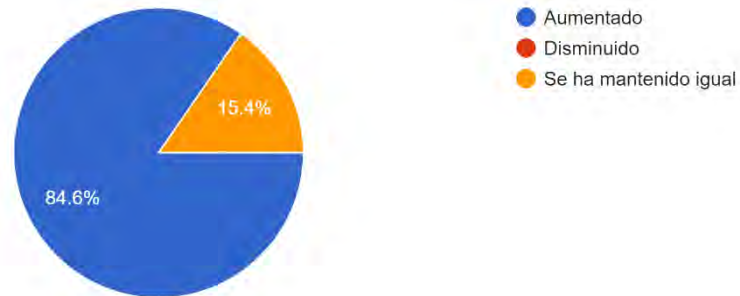
26 respuestas



Percepción de la compañía después de rediseño de página web

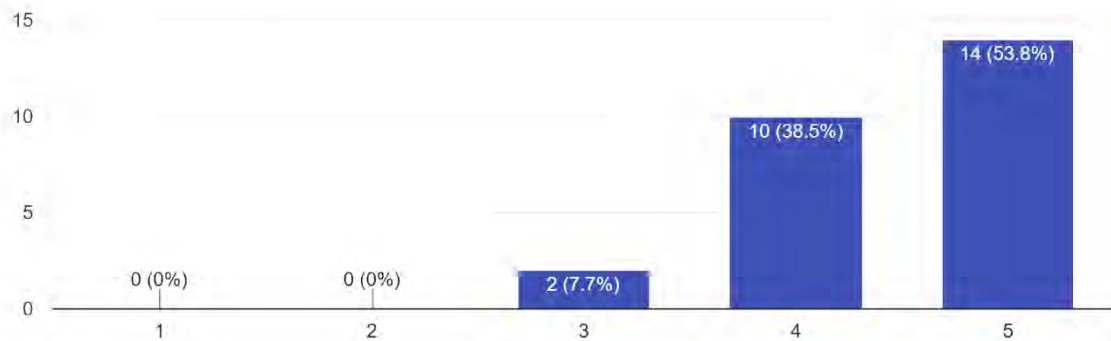
Después de explorar el nuevo sitio web, ¿siente que su confianza en Edificaciones Triple O ha aumentado, disminuido o se ha mantenido igual?

26 responses



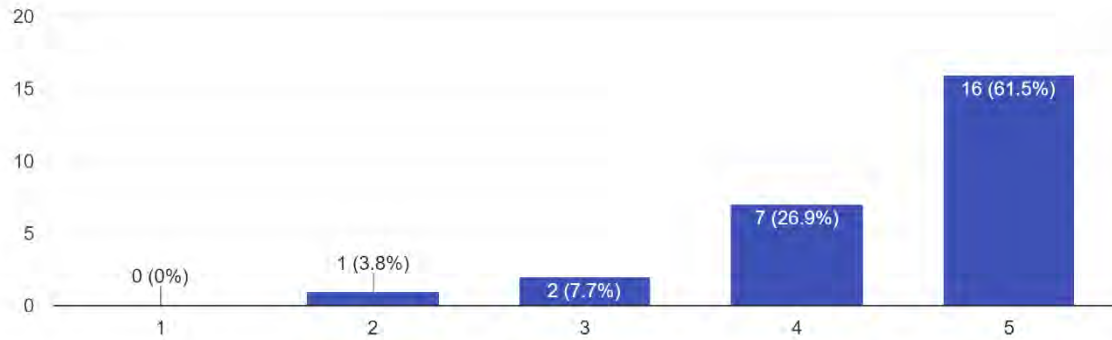
¿Cómo calificaría la mejora en la presentación de los proyectos y servicios en el nuevo sitio web en comparación con el antiguo?

26 responses



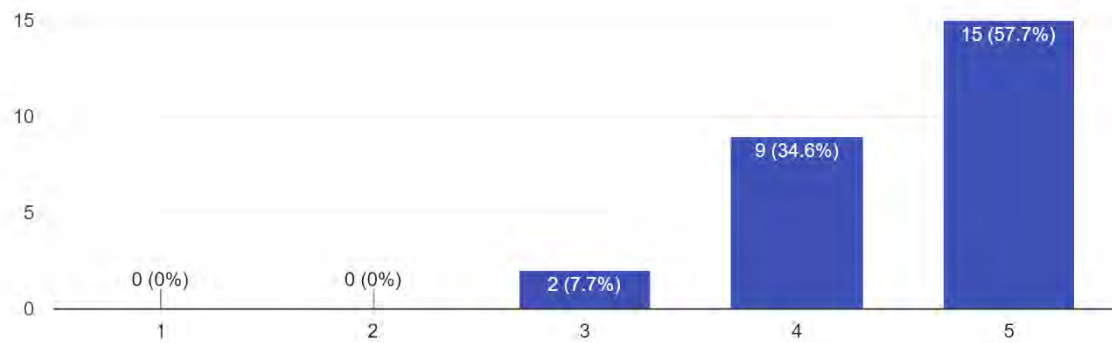
¿Ha encontrado información relevante y útil en el nuevo sitio web que no estaba disponible en el antiguo?

26 responses



¿El nuevo sitio web ha mejorado su percepción sobre la profesionalidad de Edificaciones Triple O?

26 responses



Seleccione una de las siguientes opciones que mejor describa su experiencia general con el nuevo sitio web:

26 responses

