

Este cambio/ Reestructura se debe a:

Cómo piensa un visitante (y Google)

Cuando alguien entra por primera vez, su mente hace esto en segundos:

1. ¿Qué hacen?
2. ¿Me sirve a mí?
3. ¿Son confiables?
4. ¿Dónde están / cómo los contacto?

Más que agregar cosas, lo que haría es reordenar la información para que la página primero muestre lo que usted ofrece, luego demuestre resultados y confianza, y al final refuerce quiénes son. Eso ayuda tanto a Google como a los clientes.

Hero / Inicio

- Qué hacen + propuesta de valor clara
- CTA visible (Contacto)

Servicios

- Qué ofrecen
- A quién va dirigido
- Beneficios claros

Resultados / Casos / Impacto

- Logros
- Indicadores
- Experiencia

Clientes

- Logos / referencias
- Refuerzo de confianza

Sobre nosotros

- Historia breve
- Enfoque

- Diferencial

Valores

- Como refuerzo, no como apertura

Ubicaciones / Cobertura

- Mapa
- Presencia nacional/internacional

Contacto

- Siempre visible (CTA repetido)

Más (blog, recursos, etc.)

Footer