

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**