Desafío Módulo 4- AI - Benchmarking competitivo

Cliente: El cliente es una compañía de agua que funciona en la región de Coquimbo y tiene un historial por su mal servicio digital.

Objetivo del Benchmark
Para analizar correctamente a nuestra competencia, hemos elegido a 5 competidores directos, porque tienen la misma oferta de productos o servicios. Hemos de responder las preguntas:

¿Qué quiero medir (criterios a analizar)?
- Sistema de Búsqueda
- Sistema de Navegación
- Sistema de Etiquetado
- Sistema de Organización Exacto
- Sistema de Organización Ambiguo
- Los principios del responsive design.

¿A quién voy a medir?
- Essbio ((www.essbio.cl))
- Aguas Andina (www.aguasandinas.cl))
- Aguas del Valle (www.aguasdelvalle.cl))
- Aguas San Pedro (www.aguassanpedro.cl)
- Aguas Araucanía (www.aguasaraucania.cl)

¿Qué quiero lograr?
Conocer la competencia para transformar al cliente en un referente en experiencia de usuarios a nivel internacional.

ANÁLISIS COMPETITIVO Y ANÁLISIS COMPARATIVO (del 1 al 5)

CRITERIOS	ESSBIO (www.essbio.cl)	NOTA (1-5)	AGUAS ANDINAS (www.aguasandinas.cl)	NOTA (1-5)	AGUAS DEL VALLE (www.aguasdelvalle.cl)	NOTA (1-5)	AGUAS SAN PEDRO (www.aguassanpedro.cl)	NOTA (1-5)	AGUAS ARAUCANÍA (www.aguasaraucania.cl)	NOTA (1-5)
1. **SISTEMA DE BÚSQUEDA:** Exploratoria, Exhaustiva o temática	El sitio web de Essbio cuenta con un sistema de búsqueda que se podría clasificar como temático y exhaustivo, porque los resultados de búsqueda están relacionados con temas específicos o categorías predefinidas. Es probable que esté diseñado para recuperar información relacionada con los servicios y actividades de la empresa, como información sobre el suministro de agua potable, el tratamiento de aguas residuales, el servicio al cliente y otros (Imagen #1).	5	El sitio web de Aguas Andinas cuenta con un sistema de búsqueda que se podría clasificar como temático y exhaustivo, porque esté diseñado para ofrecer información relacionada con temas como el servicios de agua, tratamiento de aguas residuales, facturación, atención al cliente, y otros, entregando resultados que abarcan una amplia variedad de información relacionada con diferentes áreas que puede incluir documentos técnicos, informes de sostenibilidad, noticias, etc. (Imagen #2)	5	El sitio web de Aguas del Valle cuenta con un sistema de búsqueda tanto **temático y exhaustivo** , porque la información que entrega está relacionada con temas específicos o categorías predefinidas, como gestión de cuentas, pagos, noticias y eventos; y, por otro lado, los resultados abarcan una amplia variedad de información relacionada con diferentes áreas que podría incluir documentos técnicos, informes de calidad de agua, informes de sostenibilidad, etc.(Imagen #3)	4	En el caso de Aguas San Pedro, aunque no posee el elemento de búsqueda de forma explícita, tiene un sistema de búsqueda se clasificaría como temático y exhaustivo, basándonos en el tipo de información que normalmente se busca en un sitio web de servicios de agua y saneamiento. La información que entrega está relacionada con temas específicos o categorías predefinidas, como gestión de cuentas, pagos y, por otro lado, los resultados abarcan una amplia variedad de información relacionada con diferentes áreas (Imagen #4)	3	El sitio web de Aguas Araucanía cuenta con un sistema de búsqueda tanto **temático y exhaustivo** , porque la información que entrega está relacionada con temas específicos o categorías predefinidas, como gestión de cuentas, pagos, noticias y eventos; y, por otro lado, los resultados abarcan una amplia variedad de información relacionada con diferentes áreas que podría incluir documentos técnicos, informes de calidad de agua, informes de sostenibilidad, etc.(Imagen #5)	4
2. **SISTEMA DE NAVEGACIÓN:** Global, local o contextual	El sitio de ESSBIO cuenta una una barra de navegación GLOBAL en la parte superior, la que cumple con mantenerse presente en todas la páginas mientras se navega, también cumple con tener la posibilidad de volver al home/inicio, éste sitio utiliza el logo de la empresa como botón de home, pero particularmente, también incluye un icono que representa una "casita" la que también funciona para volver al inicio, lo que podría ser considerado como una práctica para incluir a los usuarios que estaban familiarizados con éste icono, pero, también haciendo la invitación para interactuar con la tendencia de usar el logo como botón de inicio.	5	El sitio de Aguas Andinas cuenta una una barra de navegación GLOBAL en la parte superior, la que cumple con mantenerse presente en todas la páginas mientras se navega, también cumple con tener la posibilidad de volver al home/inicio, éste sitio utiliza el logo de la empresa como botón de home ajustado al lado superior izquierdo. se observa particularmente complementario a la barra principal de navegación un botón desplegable de menú, el cuál dirige hacia los mismos lugares que la barra principal horizontal.	5	El sitio de Aguas del Valle cuenta una una barra de navegación GLOBAL en la parte superior derecha, la que cumple con mantenerse presente en todas la páginas mientras se navega, también cumple con tener la posibilidad de volver al home/inicio, éste sitio utiliza el logo de la empresa como botón de home ajustado al lado superior izquierdo.	5	El sitio de Aguas San Pedro cuenta una una barra de navegación GLOBAL en la parte superior izquierda, la que cumple con mantenerse presente en todas la páginas mientras se navega, también cumple con tener la posibilidad de volver al home/inicio, éste sitio utiliza el logo de la empresa como botón de home.	5	El sitio de Aguas Araucanía cuenta una una barra de navegación GLOBAL en la parte superior derecha, la que cumple con mantenerse presente en todas la páginas mientras se navega, también cumple con tener la posibilidad de volver al home/inicio, éste sitio utiliza el logo de la empresa como botón de home, ajustado a la izquierda.	5
3. **SISTEMA DE ETIQUETADO:** .-contextuales, .-títulos, opciones del sistema de navegación, términos de indización	El contenido es presentado bajo un etiquetado de amable acceso para el usuario y resalta las principales inquietudes que este puede tener sobre el servicio. En esa dirección, la jerarquización articula coherentemente los contenidos. Tipografía y selección de colores accesibles para una buena lectura. Poco uso de etiquetado por indización.	5	Los títulos son concisos y con el espaciado adecuado para poder ser encontrados fácilmente. El contraste del color de la tipografía y el fondo seleccionado facilita la lectura. La jerarquización es presentada de forma clara y contribuye a ubicar al usuario en los contenidos presentados, lo mismo ocurre sobre la indización de contenidos. Sin embargo, puede requerir una mayor exploración o esfuerzo del usuario para ubicar contenidos de interés frente a cómo lo presentan otras web.	4	El diseño web presenta una excelente jerarquerizacion de los contenidos como a su vez una iconografía que se apoya de un texto descriptivo que no deja nada al azar comprometiendo a este con una identidad de la empresa. Por otra parte los terminos de indizacion se estructuran de manera clara y coherente.	3	El sitio no parece tener coherencia entre los títulos, presentando una jerarquia que no posee orden visual, exceptuando al partado de blog donde si se deja ver una estructura mas ordenada. Los títulos que se presentan subrayados no llevan a ningun enlace y el sistema de navegacion no apila la informacion de manera que el usuario pueda acceder fácilmente a las busquedas de su interés. La indización solo se puede apreciar en el pie de página.	2	En un inicio es la pagina aparece atiborrada de informacion con una jerarquia poco entendible, los títulos tienen a perderse dentro de la página siendo poco evidentes a la hora de encontrarlos. El sistema de navegación permite una clara idetifiación de lo que se busca al igual que los sistemas de indizacion que agrupan los contenidos de manera clara y ordenada	4
4. **SISTEMA DE ORGANIZACIÓN EXACTO:** a.Alfabético, b.Cronológico o c.Geográfico.	El sitio no presenta un orden alfabético en el menú principal, se ordenan por criterios propios de la empresa. Dentro de la página "nosotros" se aprecia una infografía con un mapa cronológico de la historia de la empresa. No se presenta un sistema de organización geográfica.	5	El sitio en el menú hamburguesa utiliza un orden alfabético de contenidos. Utiliza un sistema de organización exacto cronológico para presentar la historia de la empresa. No presenta un sistema de organización geográfica.	5	Dentro del sitio se presenta información ordenada de forma cronológica a través de una línea de tiempo en la sección "nosotros" para mostrar de forma gráfica la trayectoria de empresa. En el sitio, para realizar la búsqueda de sucursales o lugares de pago, lo relaciona con un mapa geográfico y marca las sucursales con iconografía, lo cual facilita al usuario el comprender esa ubicación. No presenta un sistema de organización alfabético.	4	En el sitio no se visualiza una organización alfabética dentro de los menús disponibles. En la página de "memorias" se presentan una serie de documentos o archivos ordenados de forma cronológica. Al ingresar a la sección de "formas y lugares de pago presencial" nos muestra las sucursales disponibles en varias comunas, a través de google maps.	5	El sitio contiene variada información la cual con respecto a organización alfabética, se muestran las oficinas comerciales de la A a la Z incluyendo la dirección de aquellas. También en la pestaña de "Áreas de concesión y planes de desarrollo" se presenta un mapa el cual indica lugares a través de íconos. En cuanto a la organización cronológica se presenta en la sección "noticias" ordenadas por fecha.	4
5. **SISTEMA DE ORGANIZACIÓN AMBIGUO:** Tópicos, metáforico, perfil, tareas	En el inicio, a la altura de la marca de la empresa y a través del menú, se detectan Tareas. Posteriormente, bajo un efecto carrusel y localizado en la zona superior, se aprecia Perfil. Y también en un carrusel, a continuación, se aprecian Tópicos, en donde se ubican íconos de los servicios.	5	En el inicio, bajo un carrusel de banners en la zona superior, se aprecia Perfil debajo del header. A continuación, se aprecian Tópicos por medio de íconos de servicios (Accesos rápidos). Y para todo el sitio, se dispone de Tareas, a través del menú hamburguesa, al costado superior izquierdo.	5	En el inicio, en el carrusel de banners ubicado a continuación del header, se ubica un Perfil, y previo al footer, existen Tópicos en base a íconos de servicios.	4	En el inicio, a través de banners en la zona superior, debajo del header, se aprecia Perfil; mientras que sobre el footer, por medio de íconos, se detectan Tópicos; y además, se encuentran Tareas, en el menú superior, debajo de la marca de la empresa.	5	En el inicio, debajo del header, se ubica el menú superior en donde se encuentran Tareas; y posteriormente, por medio de un carrusel de banners se aprecia Perfil; y a continuación, al costado izquierdo y por medio de íconos, se detectan Tópicos.	5
6. **RESPONSIVE**	Sí, tiene diseño responsivo para todas las medidas de dispositivos.	5	Sí, tiene diseño responsivo para todas las medidas de dispositivos.	5	Sí, tiene diseño responsivo para todas las medidas de dispositivos.	5	Sí, tiene diseño responsivo para todas las medidas de dispositivos, pero las imágenes del carrusel del home no quedan muy bien adaptadas a tamaños móvil.	4	Sí, tiene diseño responsivo para todas las medidas de dispositivos.	5
TOTAL		**30**		29		25		24		27
	• **MEJOR EVALUADO**									

CAPTURAS DE PANTALLA PARA EL ANÁLISIS

CRITERIOS	ESSBIO	AGUAS ANDINAS	AGUAS DEL VALLE	AGUAS SAN PEDRO	AGUAS ARAUCANÍA
SISTEMA DE BÚSQUEDA TEMÁTICO/EXHAUTIVO	IMAGEN #1	MAGEN #2	MAGEN #3	IMAGEN #4	IMAGEN #5
SISTEMA DE NAVEGACIÓN:					
SISTEMA DE ORGANIZACIÓN EXACTO	Cronológico	Alfabético Cronológico	Cronológico Geográfico	Cronológico Geográfico	Alfabético Cronológico Geográfico
SISTEMA DE ORGANIZACIÓN AMBIGUO:	Perfil Tópicos Tareas	Perfil Tópicos Tareas	Perfil Tópicos	Perfil Tópicos Tareas	Perfil Tópicos Tareas
SISTEMA DE ETIQUETADO	Títulos Opciones del sistema ... Terminos de... Terminos de...	Títulos Opciones del sistema ... Terminos de...	Títulos Opciones del sistema... Terminos de...	Títulos Terminos de...	Títulos Terminos de...

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

CONCLUSIONES

Es preciso tener en cuenta las inquietudes del usuario respecto al producto o servicio a trabajar, sólo en ese contexto es posible presentar contenidos y una organización de éstos que permitan recorrer fácilmente un portal web. De allí que, por ejemplo, el etiquetado del contenido entre en un diálogo con lo que busca el usuario, lo que le permitará hacer asociaciones más expeditas. Hicimos el análisis sobre cómo se comporta la fluidez en la navegación para el usuario de cada sitio web y éstas son nuestras conclusiones al respecto:

FLUIDEZ EN LA NAVEGACIÓN PARA EL USUARIO

1. Essbio ha diseñado su sitio web con un sistema de navegación que busca facilitar la experiencia del usuario. Por lo general, cuenta con un menú principal ubicado en la parte superior del sitio que proporciona acceso rápido a las secciones principales, como servicios, noticias, atención al cliente y otros temas relevantes. Además, es probable que utilice enlaces internos y navegación contextual para permitir una navegación fluida dentro de cada sección y ofrecer enlaces relacionados y relevantes para los usuarios.

1. Aguas Andinas: Aguas Andinas también se esfuerza por facilitar la navegación fluida de los usuarios. Su sitio web cuenta con un menú principal en la parte superior que permite acceder rápidamente a secciones clave, como servicios, noticias, atención al cliente, sostenibilidad y otros aspectos relevantes. Además, es probable que utilice navegación contextual y enlaces relacionados para ayudar a los usuarios a explorar contenido adicional y encontrar la información que necesitan de manera eficiente.

1. Aguas del Valle: Aguas del Valle ha diseñado su sitio web con un enfoque en la navegación fluida. Por lo general, cuenta con un menú principal que ofrece acceso rápido a secciones como servicios, atención al cliente, pagos y noticias. Además, es probable que utilice elementos de navegación local dentro de cada sección para permitir a los usuarios moverse entre diferentes páginas y subsecciones relacionadas. Esto ayuda a los usuarios a explorar la información relevante de manera más eficiente.

1. Aguas San Pedro: Aguas San Pedro también se preocupa por facilitar la navegación fluida de sus usuarios. Su sitio web suele contar con un menú principal en la parte superior que ofrece acceso rápido a secciones clave, como servicios, atención al cliente, pagos y otros temas relevantes. Además, es probable que utilice elementos de navegación local y enlaces relacionados para permitir a los usuarios explorar diferentes páginas y subsecciones dentro de cada categoría de contenido.

1. Aguas Araucanía: Aguas Araucanía ha diseñado su sitio web con la intención de proporcionar una navegación fluida. Su menú principal generalmente ofrece acceso rápido a secciones clave, como servicios, atención al cliente, pagos y otros temas relevantes para la región de Araucanía. Además, es probable que utilice elementos de navegación local y enlaces relacionados para permitir a los usuarios explorar diferentes páginas y subsecciones dentro de cada categoría de contenido.

RECOMENDACIONES

Se requiere una investigación sobre las principales inquietudes del usuario acerca del servicio de agua potable en su zona. En el caso de los sitios revisados y con una propuesta más accesible, se encontró un menor uso de etiquetado por indización, por lo visto, en la búsqueda con reducir el volumen informativo.

A la web de Aguas San Pedro, le falta un elemento explícito de búsqueda y recomendamos que nuestro cliente sí cuente con ese componente en forma clara y gráfica para facilitar la navegación del usuario. Además se recomienda ordenar la información como informes de una manera más simple y sin generar ruidos en el sitio.

Por otra parte, detalles como el de ESSBIO de usar el ícono de la casita ("HOME"), además del LOGO de la empresa como link a la sección INICIO, es una buena práctica que recomendamos a nuestro cliente, ya que da accesibilidad a todo público, incluso a aquellos que están en una transición de aprendizaje de la nuevas tendencias de la navegación web.

Finalmente, consideramos que el mejor sitio web fue el de ESSBIO, recomendando usarlo como un modelo con buenas prácticas a seguir por nuestro cliente.