

Diseño de página web para posicionamiento de Publicidad Polanco en Estelí, II semestre 2024.

Web page design for Polanco Advertising positioning in Estelí, II semester 2024

Jeymi Aracely Rodríguez Rodríguez

Jeymiaracelyrodriguez2003@gmail.com

ORCID: 0009-0004-9061-7887

MSc. Erling Modesto Rodríguez Catellón

rodriguezerling09@gmail.com

ORCID: 0009-0006-4822-9471

Resumen

El presente estudio se enfoca en el diseño de una página web para mejorar el posicionamiento de la empresa "Publicidad Polanco" en la ciudad de Estelí durante el II semestre del año 2024. Se planteó como objetivos específicos: investigar las estrategias del mercado local y el público objetivo, desarrollar una página web adaptada a sus necesidades, describir las estrategias de marketing digital y diseño web, proponer una página web publicitaria y validar su eficacia. La investigación utilizó un enfoque cuantitativo, mediante encuestas realizadas a una muestra representativa. A partir de los resultados, se diseñó un prototipo de página web que responde a las expectativas del mercado. Estos resultados destacan la importancia de una página web funcional y atractiva, que no solo mejora la satisfacción del cliente, sino que también actúa como una herramienta de promoción efectiva a través del boca a boca digital. Las recomendaciones positivas de los usuarios podrían fortalecer el alcance de la empresa en el mercado local, contribuyendo a su posicionamiento y atrayendo nuevos clientes mediante referencias confiables. El estudio concluye que una presencia digital adecuada es fundamental para el crecimiento y la competitividad de la empresa en un entorno cada vez más digitalizado.

Palabras claves: Diseño, posicionamiento, página web, cliente, prototipo

Abstract

The present study focuses on the design of a website to improve the positioning of the company "Publicidad Polanco" in the city of Estelí during the second half of 2024. The specific objectives were set out to: investigate the strategies of the local market and the target audience, develop a website adapted to their needs, describe digital marketing and web design strategies, propose an advertising website and validate its effectiveness. The research used a quantitative approach, through surveys carried out with a representative sample. Based on the results, a website prototype was designed that meets market expectations. These results highlight the importance of a functional and attractive website, which not only improves customer satisfaction, but also acts as an effective promotional tool through digital word of mouth. Positive recommendations from users could strengthen the company's reach in the local market, contributing to its positioning and attracting new customers through reliable references. The study concludes that an adequate digital presence is essential for the growth and competitiveness of the company in an increasingly digitalized environment.

Keywords: Design, positioning, website, client, prototype

Introducción

En la actualidad, la presencia en línea se ha convertido en un factor determinante para el éxito y crecimiento de las empresas, independientemente de su tamaño o sector. La transformación digital ha revolucionado la manera en que los negocios interactúan con sus clientes, ofreciendo nuevas oportunidades para incrementar la visibilidad y el alcance mediante estrategias digitales efectivas. Contar con una página web funcional y atractiva no solo permite a las empresas exhibir sus productos y servicios, sino que también les ayuda a construir una imagen confiable y profesional que fortalezca su competitividad en el mercado.

En 2018, Granados Sevilla, Carlos Uriel, y colaboradores realizaron un estudio titulado "Diseño de página web como herramienta de comunicación entre docentes y estudiantes del departamento de matemática". La investigación desarrolló una plataforma digital que mejoró la interacción docente-estudiante, optimizando el proceso educativo mediante un medio accesible y dinámico para el intercambio de información, resolución de dudas y organización de actividades, destacando el valor de la tecnología en la educación universitaria.

En 2022, Brenda Zelaya y Francis Peralta realizaron un estudio titulado "Página web para la gestión de ventas en Joyería Montenegro, Estelí-Nicaragua". La investigación diseñó una plataforma digital para optimizar las ventas, utilizando una metodología cualitativa basada en datos de clientes y colaboración con el propietario. Durante el segundo semestre de 2022, se emplearon herramientas como un hosting con dominio y WordPress para crear el sitio, que fue validado y ajustado según las sugerencias del propietario, mejorando su funcionalidad y presentación.

Publicidad Polanco, ubicada en la ciudad de Estelí, es una empresa que ofrece una amplia gama de servicios publicitarios. Sin embargo, su falta de una presencia web consolidada ha limitado su capacidad para interactuar de manera efectiva con su público objetivo, afectando tanto su

visibilidad como su competitividad en el mercado. Esta situación refleja la necesidad de implementar una estrategia digital que permita optimizar su posicionamiento y alcance.

El propósito de esta investigación es diseñar una página web publicitaria que fortalezca el posicionamiento de Publicidad Polanco en el mercado local durante el II semestre del año 2024. Este proyecto integra un análisis de las estrategias actuales del marketing digital y las necesidades específicas de los clientes de la empresa, con el fin de desarrollar una plataforma funcional, intuitiva y adaptada a los intereses de su audiencia.

En este artículo, se detallan los fundamentos teóricos del marketing digital y el diseño web aplicados a Publicidad Polanco, los antecedentes relevantes en el contexto nacional, y las metodologías empleadas para la creación y validación de la página web. Con esta propuesta, se espera que la empresa logre consolidar su presencia digital, optimice su interacción con el público y maximice su competitividad en el ámbito de la publicidad.

Materiales y métodos

La investigación cuantitativa consiste en recolectar y analizar datos numéricos. Este método es ideal para identificar tendencias y promedios, realizar predicciones, comprobar relaciones y obtener resultados generales de poblaciones grandes (Ortega, 2024).

Según lo citado, el presente estudio se basa en un enfoque cuantitativo, caracterizado por la recolección de datos estructurados y medibles para obtener resultados precisos y generalizables. La investigación cuantitativa permite analizar y evaluar aspectos específicos del comportamiento y preferencias del público objetivo de Publicidad Polanco en cuanto a su posicionamiento digital y su percepción de la empresa en el entorno web.

La población en una investigación se define como "el conjunto completo de elementos que poseen algunas características comunes definidas por los criterios del investigador". Esta puede incluir personas, organizaciones, eventos, documentos, etc., y es esencial en la formulación de preguntas de investigación y en la determinación del alcance del estudio (Collado, 2014).

La investigación utilizó una población de 50 personas de Estelí, incluyendo clientes de Publicidad Polanco, seleccionando una muestra de 25 personas al azar. Esta inclusión clientes, dos empleados de la empresa y otros participantes. Según Collado (2014), la muestra es un subconjunto representativo de la población. Además, se emplearon métodos cuantitativos, enfocados en el análisis estadístico para entender la realidad investigada, a pesar de la percepción de complejidad que estos métodos puedan generar (Raven, 2014).

Para este propósito, se emplearon dos encuestas como instrumentos principales de recolección de datos. La primera fue dirigida a los clientes actuales de la empresa, permitiendo obtener información sobre sus necesidades, expectativas y nivel de satisfacción con los servicios ofrecidos. La segunda encuesta se aplicó a personas al azar, con el objetivo de explorar el interés general en los servicios de la empresa y su percepción sobre la importancia de contar con una página web empresarial.

Estas herramientas proporcionaron datos estadísticos claves que permitieron identificar patrones y tendencias tanto en el público actual como en el potencial. El análisis de la información recolectada orienta el diseño y los elementos esenciales de la página web propuesta, contribuyendo a mejorar el posicionamiento de la empresa en el mercado y a satisfacer las expectativas de los usuarios.

Fases de la investigación

Fase inicial: En esta etapa se definió el tema y el problema, profundizando en las estrategias del marketing digital y revisando documentación para analizar detenidamente el problema desde la experiencia hasta lo que proponen los teóricos.

Al plantear el problema se analizan los antecedentes, los estudios a nivel local, nacional e internacional y más actuales para partir de experiencias ya estudiadas, también se analizaron algunas teorías, para justificar el estudio se hizo el enfoque en diferentes interrogantes. También se elaboró el bosquejo de marco teórico enfocado en el problema.

Fase Intermedia (metodológica): Se profundizó en el tipo de investigación adecuada comparando diferentes teorías de acuerdo con el nivel de profundidad y análisis, el paradigma, las líneas de investigación, el tipo de muestra, la definición de variables y subvariables, definir y elaborar los instrumentos adecuados y la forma de aplicación más adecuada de acuerdo con los objetivos.

También se solicitó la autorización a la Facultad para la realización de la investigación y la autorización de la empresa Publicidad Polanco para llevar a cabo la investigación.

Fase de validación de los instrumentos

La validación de instrumentos fue un proceso esencial en este estudio para asegurar que los instrumentos de medición utilizados fuesen fiables, adecuadas al estudio, objetivos y preguntas de investigación y sobre todo válidas, es decir, que midan con precisión lo que se propone con el objetivo general y adecuado al contexto. El proceso también aseguró la revisión al momento de elaborar el dossier y que los instrumentos fuesen interpretables, consistentes y aplicables. Este proceso garantizó que los datos recolectados reflejen fielmente las habilidades emocionales y los procesos de decisión de los individuos, minimizando errores.

La validación de los instrumentos se llevó a cabo mediante un dossier, un documento detallado que compila la evaluación de expertos con experiencia en marketing, diseño publicitario y procesos investigativos. Este procedimiento aportó rigor y validez a las encuestas seleccionadas. Se seleccionaron expertos con amplia experiencia y formación académica en el contexto publicitario y empresarial, así como en temas de investigación aplicada a estrategias de mercado. El dossier incluyó la documentación de las encuestas diseñadas, sus fundamentos teóricos, los ítems específicos, y la justificación de su uso en el contexto de la investigación, que contempló dos encuestas: una dirigida al público general y otra enfocada en los clientes actuales de la empresa Publicidad Polanco.

Fase de trabajo de campo: Se planteó la aplicación de instrumentos a través de Google formularios para dar salida a cada objetivo planteado.

Fase de análisis de resultados: El análisis de los resultados se realizó a través de Google Formularios, que permitió recopilar y organizar los datos cuantitativos de manera eficiente. Se considerarán cada una de las variables definidas en el estudio para obtener una visión clara y precisa de los resultados. Además, se realizó la triangulación de los datos, analizando las respuestas de los participantes en conjunto con la teoría y estableciendo conclusiones fundamentadas en el proceso investigativo.

Fase de entrega de informe final: Presentación de informe final.

Consideraciones éticas: La investigación se llevó a cabo respetando principios éticos fundamentales para garantizar la integridad del proceso y el bienestar de los participantes. Se aseguró que las encuestas fueron aplicadas de manera voluntaria, respetando la autonomía de cada persona. Además, se protegieron los datos personales de los encuestados, garantizando su privacidad y confidencialidad. Estas éticas se implementaron para promover un proceso transparente y responsable, enfocado en generar conocimiento útil y respetar la dignidad de todos los involucrados.

Empatía y comprensión: ponerse en el lugar de los demás para comprender su punto de vista y necesidades.

Consentimiento informado: los individuos deben ser informados acerca de la investigación y dar su consentimiento voluntario antes de convertirse en participantes de la investigación.

Respeto para los seres humanos participantes: Los participantes en la investigación deben mantener protegida su privacidad, tener la opción de dejar la investigación y tener un monitoreo de su bienestar.

La confianza es la base de la investigación ética: La dignidad y el bienestar de los individuos que participan en la investigación deben ser una preocupación central de cada persona involucrada en el proyecto de investigación. La persona que dirige la investigación (algunas veces llamado el “investigador”) es últimamente responsable por la conducta de la investigación, el rendimiento del proyecto y la protección de los derechos y el bienestar de los sujetos.

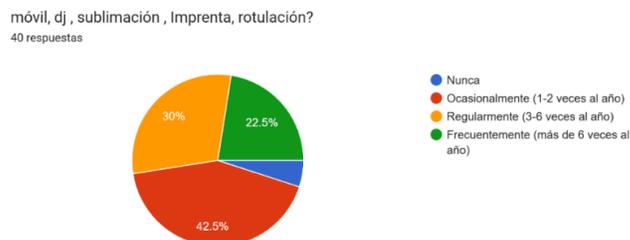
Resultados y discusión

Los datos recopilados a través de estas encuestas permitieron identificar percepciones, necesidades y expectativas clave en relación con los servicios ofrecidos por Publicidad Polanco, así como su posicionamiento en el mercado local. A continuación, se presentan los principales hallazgos y su discusión en relación con los objetivos específicos.

Encuesta aplicada a clientes de la empresa y personas que laburan en ella:

Figura 1

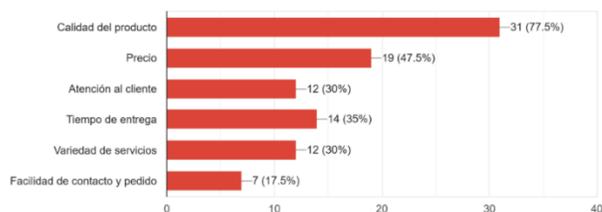
Encuesta preguntas



Los resultados respaldan la creación de un sitio web dinámico y funcional para Publicidad Polanco, enfocado en facilitar el acceso a información y el proceso de contratación para los clientes frecuentes y regulares, y en captar la atención de los usuarios ocasionales y potenciales clientes. que aún no han explorado los servicios.

Figura 2

Encuesta preguntas

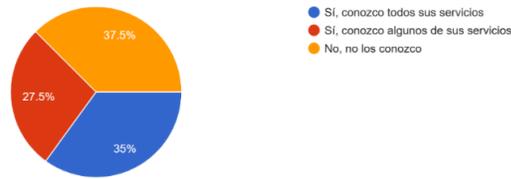


La segunda pregunta de la encuesta buscaba identificar los factores más importantes que los clientes consideran al elegir una empresa de personalización de productos, permitiendo seleccionar hasta dos opciones. Estos hallazgos son cruciales para el desarrollo de la página web de Publicidad Polanco, ya que indican qué aspectos deben destacarse para alinearse con las prioridades del cliente.

Los factores mencionados orientan el diseño de la página web de Publicidad Polanco hacia una estructura funcional y orientada a satisfacer las prioridades del cliente. Enfatizar la calidad del producto y la claridad en precios y tiempos de entrega puede aumentar la confianza de los usuarios y su intención de contratar.

Figura 3

Encuesta preguntas



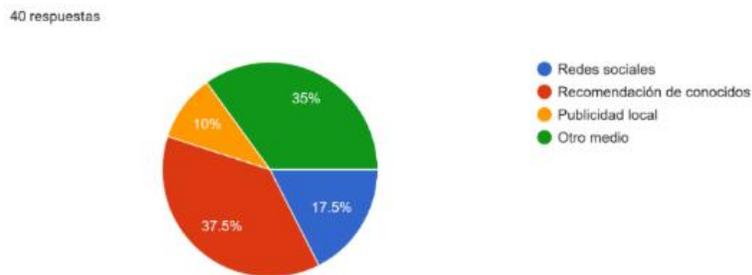
Estos resultados reflejan una oportunidad de mejora en la visibilidad y difusión de los servicios de Publicidad Polanco, pues solo el 35% de los encuestados afirma conocer completamente su oferta. Un 63% de los participantes correspondiente a quienes solo conocen algunos servicios o desconocen los servicios, podría beneficiarse de una estrategia de comunicación más sólida y accesible.

Este hallazgo tiene implicaciones importantes para el diseño web de la empresa, ya que señala la necesidad de un sitio que no solo presente de manera completa y clara cada servicio, sino que también eduque y familiarice al público potencial con lo que Publicidad Polanco ofrece.

Los datos obtenidos resaltan la necesidad de que la página web de Publicidad Polanco actúe no solo como un medio de contacto, sino también como una plataforma informativa completa y atractiva. Aumentar la visibilidad y comprensión de todos los servicios mediante un diseño intuitivo y un contenido educativo podría fortalecer el conocimiento de marca, atraer nuevos clientes y mejorar la retención de aquellos que ya conocen algunos de los servicios.

Figura 4

Servicios de Publicidad Polanco

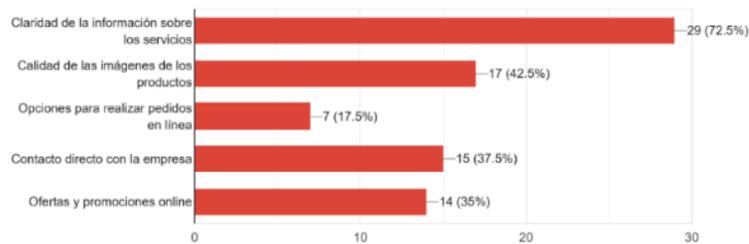


Encuesta preguntas

Estos datos revelan que la mayoría de los encuestados conocieron Publicidad Polanco a través de medios informales o tradicionales, siendo la recomendación de un conocido el canal más destacado (37.5%). Esto indica que la empresa se beneficia de una buena reputación en el boca a boca, pero también sugiere que podría mejorar su visibilidad en medios digitales para llegar a un público más amplio y atraer nuevos clientes. Un sitio web optimizado y con integración de redes sociales permitirá a la empresa ampliar su alcance y consolidar su imagen en un entorno digital cada vez más competitivo. Estas estrategias no solo potenciarán el tráfico y la visibilidad de la empresa, sino que también fomentarán la fidelización de clientes y la captación de nuevos usuarios.

Figura 5

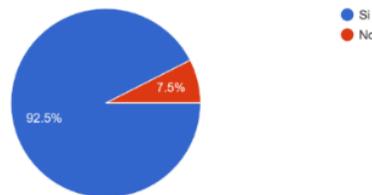
Encuesta preguntas



Los resultados indican que el diseño web de Publicidad Polanco debe priorizar una presentación clara y detallada de los servicios, con contenido visual de alta calidad y opciones de contacto accesibles para fortalecer la confianza del cliente. Las promociones y ofertas también representan una oportunidad valiosa para captar la atención y fidelizar a los usuarios. La incorporación de estos elementos asegurará que la página web no solo informe de manera efectiva, sino que también se convertirá en una herramienta interactiva y atractiva para los usuarios actuales y potenciales.

Figura 6

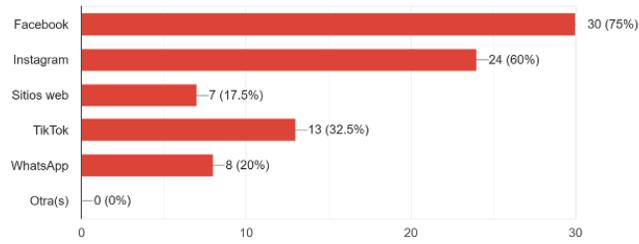
Encuesta preguntas



Estos datos reflejan que la gran mayoría de los clientes actuales y potenciales de Publicidad Polanco posee una comprensión básica o sólida de conceptos de marketing y diseño, lo cual es positivo. Este nivel de conocimiento indica que los usuarios probablemente valoran una estrategia de comunicación clara y bien estructurada en la página web de Publicidad Polanco. Además, es probable que aprecien contenido que demuestre cómo el uso estratégico del marketing y el diseño puede beneficiar su negocio o sus necesidades de personalización de productos.

Figura 7

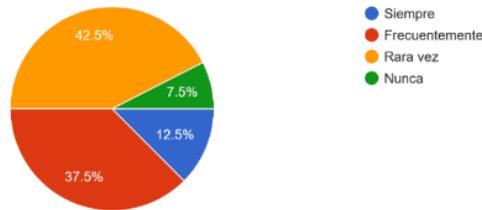
Encuesta preguntas



Los resultados muestran que Publicidad Polanco debe priorizar Facebook e Instagram en su estrategia digital, complementando su presencia con contenido visual dinámico en TikTok y WhatsApp para contacto directo. La integración entre redes sociales y el sitio web es clave para crear una experiencia cohesiva que permita a los usuarios conocer, explorar y conectarse fácilmente con la empresa en las plataformas de su preferencia.

Figura 8

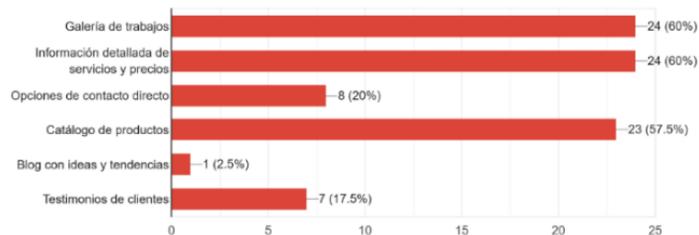
Encuesta preguntas



Estos resultados muestran que la mayoría de los encuestados (80%) no consulta de manera constante las páginas web antes de adquirir productos personalizados, lo cual podría indicar que Publicidad Polanco, al ser nueva, necesita mejorar su visibilidad y atractivo en línea para atraer más tráfico y fidelizar a los clientes potenciales.

Figura 9

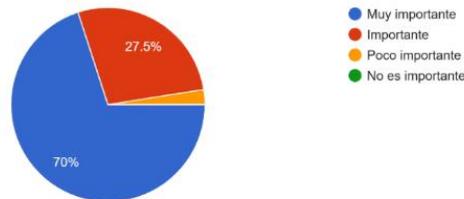
Encuesta preguntas



Los datos sugieren que Publicidad Polanco debería enfocarse en destacar una galería visual de sus trabajos, detalles claros sobre servicios y precios, y ofrecer un catálogo de productos completo. Además, incorpora opciones de contacto directo y algunos testimonios ayudarán a mejorar la experiencia del usuario.

Figura 10

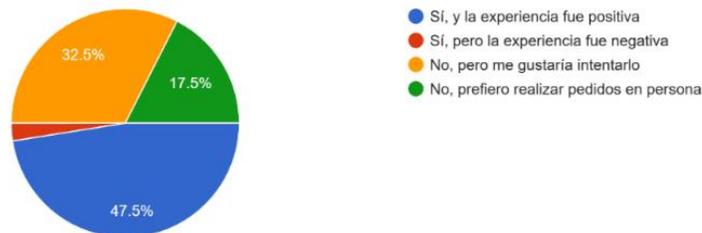
Encuesta preguntas



Estos resultados subrayan que una presencia en línea sólida es crucial para Publicidad Polanco, especialmente en un mercado donde la mayoría de los clientes potenciales ven internet como un medio esencial para conocer y elegir servicios personalizados. Invertir en un sitio web funcional y en redes sociales activas podría fortalecer significativamente la visibilidad y credibilidad de la empresa.

Figura 11

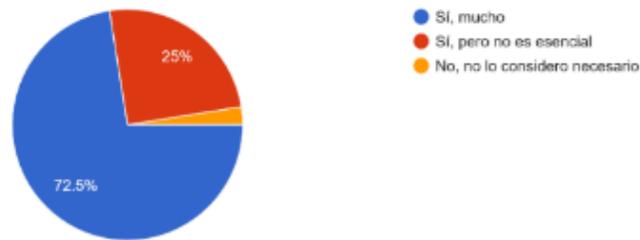
Encuesta preguntas



Los resultados indican que el 47.5% de los encuestados ha realizado compras en páginas web de empresas similares y tuvo una experiencia muy positiva, lo cual refleja un alto nivel de satisfacción con las compras en línea en este sector. Un 32.5% no ha realizado pedidos a través de sitios web, pero muestra interés en intentarlo, lo que sugiere una oportunidad de atraer a estos usuarios mediante una plataforma accesible y confiable. Por otro lado, solo un 2.5% tuvo una experiencia negativa, mientras que el 17.5% prefiere hacer sus compras en persona, destacando una minoría que sigue valorando el contacto presencial en sus transacciones.

Figura 12

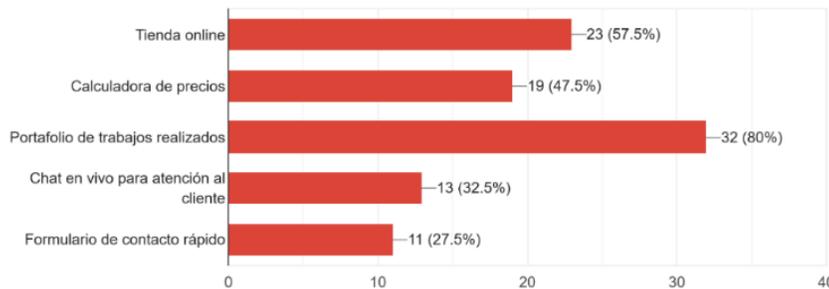
Encuesta preguntas



La mayoría de los encuestados (72.5%) considera que una página web mejoraría significativamente su experiencia al solicitar productos de Publicidad Polanco, indicando una alta expectativa de que una plataforma en línea facilitaría el proceso de compra y acceso a la información. Un 25% también cree que una web sería beneficiosa, aunque no la ve como esencial, lo cual sugiere que valoran la conveniencia adicional, pero podrían manejarse sin ella. Solo un 2.5% opina que una página web no es necesaria, reflejando una resistencia mínima a los servicios digitales en este contexto.

Figura 13

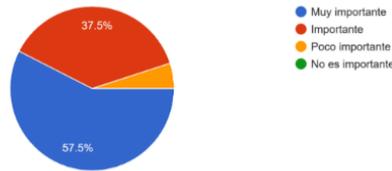
Encuesta preguntas



Estos datos revelan una fuerte inclinación de los usuarios hacia un portafolio de trabajos realizados, lo cual sugiere que la mayoría de los encuestados consideran importante ver ejemplos del trabajo de la empresa como referencia de calidad y estilo. También se observa tienda online y la calculadora de precios, funcionalidades que podrían mejorar la experiencia del usuario al permitir la compra directa y la obtención de cotizaciones de manera rápida y conveniente. En menor medida, aunque también relevante, están el chat en vivo y el formulario de contacto rápido, opciones que facilitarían la comunicación instantánea y ágil con la empresa.

Figura 14

Encuesta preguntas

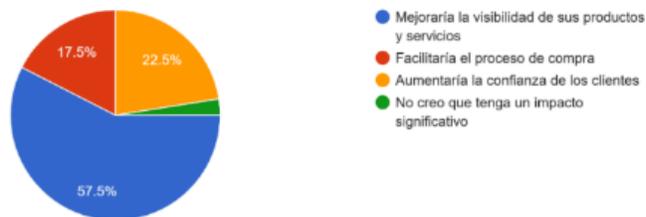


Este resultado evidencia la relevancia que una presencia digital efectiva y actualizada tiene para los usuarios, quienes reconocen el valor de una página web como un canal de comunicación clave que refuerza la accesibilidad y profesionalismo de la empresa. La mayoría de los encuestados percibe que una página web actualizada no solo eleva la imagen de la empresa, sino que también facilita el acceso a sus servicios, optimizando la experiencia del cliente y promoviendo la confianza en la marca.

Por lo tanto, se recomienda priorizar el desarrollo de una página web, que no solo refleje la identidad de Publicidad Polanco, sino que también se mantenga actualizada para cumplir con las expectativas del mercado actual y proyectar la empresa como una opción profesional y accesible en el ámbito local.

Figura 15

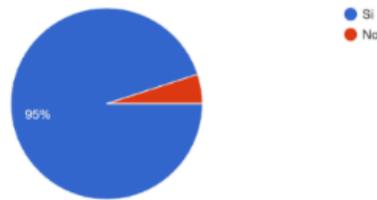
Encuesta preguntas



Los datos indican que una página web representa una oportunidad estratégica para Publicidad Polanco, especialmente para mejorar la visibilidad y proyectar confianza en el mercado local. La implementación de funcionalidades de visibilidad y accesibilidad, como portafolios de servicios, contacto en línea y opciones de compra, podría responder a las expectativas del mercado y contribuir al crecimiento de la empresa en un entorno cada vez más digital.

Figura 16

Encuesta preguntas

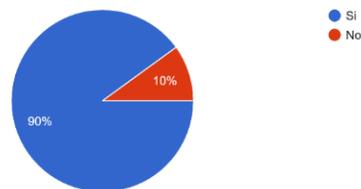


Estos datos sugieren que una página web que responde adecuadamente a las expectativas del mercado no solo tiene el potencial de mejorar la satisfacción del cliente, sino también de convertirse en una herramienta poderosa de promoción a través del boca a boca digital. Recomendaciones positivas de los usuarios podrían potenciar el alcance de la empresa en el mercado local, fortaleciendo su posicionamiento y atrayendo nuevos clientes a través de referencias confiables.

Resultados Obtenidos de la segunda encuesta a personas al azar:

Figura 17

Encuestas al azar

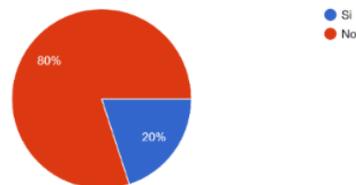


Este resultado indica una alta demanda de servicios publicitarios en el público encuestado, lo que refleja la relevancia de este sector en el mercado local. El hecho de que la mayoría de los encuestados hayan requerido este tipo de servicios en el último año sugiere una oportunidad para Publicidad Polanco de captar un mayor número de clientes, especialmente si logra posicionarse como una opción confiable y accesible.

Figura 18

Encuestas al azar

Este resultado evidencia un bajo nivel de reconocimiento de marca entre el público

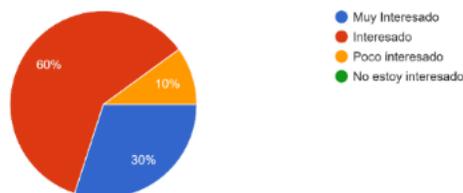


encuestado. Si bien una quinta parte de los participantes tiene algún conocimiento sobre la empresa, la gran mayoría no la identifica, lo que sugiere la necesidad de fortalecer las estrategias de difusión y marketing para aumentar su visibilidad en el mercado local.

El limitado reconocimiento de Publicidad Polanco resalta la importancia de implementar herramientas como una página web, la cual podría actuar como un canal de promoción y posicionamiento clave. Una plataforma en línea permitiría a la empresa mejorar su alcance, ofreciendo información clara sobre sus servicios y destacando sus ventajas competitivas frente a otras opciones en el mercado.

Figura 19

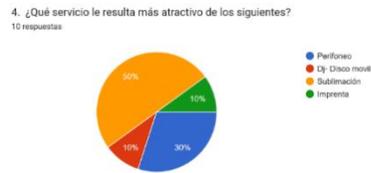
Encuestas al azar



El elevado interés en los servicios sugiere que Publicidad Polanco tiene una oportunidad considerable de captar clientes, siempre y cuando logre comunicar efectivamente el valor y la calidad de sus servicios. Una página web funcional y atractiva podría jugar un papel clave en esta estrategia, sirviendo como una plataforma para detallar sus ofertas, mostrar portafolios y facilitar el contacto con clientes potenciales.

Figura 20

Encuestas al azar



La sublimación se posiciona como el servicio más atractivo para la mayoría de los encuestados, alcanzando un 50% de preferencia. Esto indica un alto interés en la personalización de productos, probablemente debido a su versatilidad para diversos propósitos como regalos, promociones y eventos. El perifoneo, con un 30%, también destaca como un servicio relevante, especialmente para negocios locales que buscan captar la atención del público. Por otro lado, los servicios de DJ-disco móvil e imprenta recibieron menor interés, cada uno con un 10%, lo que sugiere que su demanda puede estar más limitada. El interés significativo en el perifoneo sugiere que también debe ser resaltado en la página, destacando su utilidad para campañas publicitarias locales y eventos específicos. Por otro lado, aunque los servicios de DJ-disco móvil e impresión tienen menor preferencia, podrían beneficiarse de estrategias específicas de promoción, como la oferta de paquetes o descuentos exclusivos, para atraer a nuevos clientes.

Figura 21

Encuesta al azar

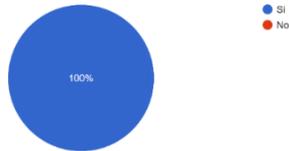
5. ¿Qué tan importante considera que una empresa como Publicidad Polanco tenga una página web?
10 respuestas



Este resultado evidencia un consenso absoluto entre los participantes sobre la relevancia de que la empresa tenga presencia digital. La percepción de importancia de una página web refleja la necesidad de adaptarse a las expectativas actuales del mercado, donde los clientes valoran la accesibilidad e información clara.

Figura 22
Encuesta al azar.

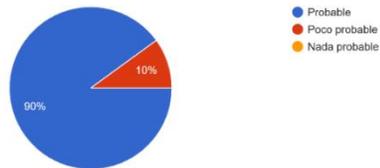
6. Si esta empresa tuviera una página web, ¿le gustaría que incluyera promociones y descuentos exclusivos?
10 respuestas



Este enfoque no solo atraería a nuevos clientes, sino que también incentivaría la repetición de compra entre los actuales. La oferta de descuentos exclusivos también puede posicionar a Publicidad Polanco como una empresa competitiva en el mercado local, aumentando su atractivo frente a negocios similares que no ofrecerán este tipo de beneficios.

Figura 23
Encuesta al azar

7. ¿Qué tan probable sería que consultara una página web para contratar servicios publicitarios?
10 respuestas



El alto porcentaje de encuestados que consultarían una página web funcional refuerza la necesidad de diseñar una plataforma, atractiva y optimizada, que permita a los usuarios conocer los servicios, obtener cotizaciones y contactar fácilmente con la empresa.

Conclusión

La realización de esta tesis permitió cumplir con el objetivo principal de diseñar una página web publicitaria para Publicidad Polanco, logrando un recurso digital que responde a las necesidades de la empresa y su intención de mejorar su posicionamiento en el mercado local. El proceso investigativo y creativo permitió identificar las estrategias actuales de la competencia, así como las preferencias del público objetivo, lo cual fue clave para desarrollar un diseño web funcional, visualmente atractivo y alineado con la identidad de la empresa. Además, se emplearon herramientas de marketing digital y diseño publicitario que resaltan los servicios y valores de Publicidad Polanco, generando una plataforma que puede servir como punto de referencia en su estrategia de crecimiento.

Este proyecto representa una solución innovadora que busca fortalecer la presencia digital de la empresa, facilitando la conexión con sus clientes actuales y potenciales. Aunque se presentaron desafíos durante el desarrollo, estos fueron superados mediante un enfoque metodológico adecuado, garantizando la calidad del resultado final.

En conclusión, la página web diseñada es un primer paso hacia la consolidación digital de Publicidad Polanco. Se recomienda la incorporación de nuevas herramientas de interacción y análisis, así como el monitoreo constante de su desempeño, para maximizar los beneficios que esta plataforma puede ofrecer.

Referencias bibliográficas

1) Bibliografía

Ortega, C. (2024). *Investigación cuantitativa. Qué es y cómo realizarla*. Obtenido de Investigación cuantitativa. Qué es y cómo realizarla: <https://www.questionpro.com/blog/es/que-es-la-investigacion-cuantitativa/>