

Fin de la presentación, haga clic para salir.

Posicionamiento en buscadores desde otro ángulo



cierzo-development.com

El **posicionamiento en buscadores** es un tema vital para el futuro de su negocio tanto si este es online como pertenece a la realidad tradicional. A lo largo de la siguiente presentación vamos a explorar el contexto en el que nos encontramos como país, para comprender mejor nuestras posibilidades y amenazas en internet. También exploraremos algunos proyectos en los que se haya inmersa la empresa Cierzo Development. Por último exploraremos las posibilidades de los servicios web.

Este material es propiedad de Cierzo Development S.L.

www.cierzo-development.com

Contacto@cierzo-development.com

Programa

1. Una visita fugaz al futuro. La necesidad de una nueva mentalidad
2. Audiencia e imagen. El caso de noentranadie.com
3. Métricas en Internet: Presencia del turismo y la cultura
4. Empresa tradicional vs empresa extendida. Los servicios web.



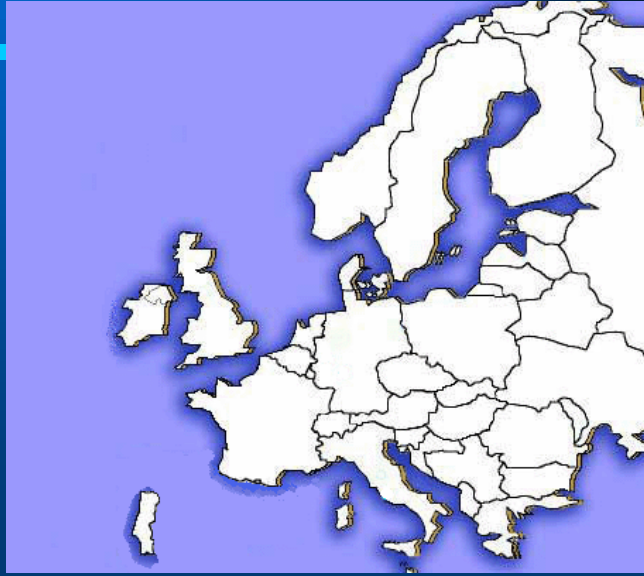
A lo largo de los próximos minutos, vamos a hacer un duro ejercicio: nos colocaremos por un instante en el año 2010 e intentaremos vislumbrar cual es el **futuro** que tenemos por delante. Esperamos que este planteamiento nos alumbre sobre los siguientes puntos de la presentación.

Posteriormente, propondremos un cambio de mentalidad en la forma de concebir la página web de una empresa. Examinaremos el caso de **noentranadie.com** y analizaremos como podemos ir hacia **modelos mas colaborativos**.

En el apartado 3, veremos un ejemplo de elaboración de **métricas en internet**, y nos preocuparemos seriamente por la presencia de nuestra cultura en la red de redes.

Por último, propondremos un **cambio de paradigma** y veremos como los **servicios web** están contribuyendo a consolidar el concepto de **empresa extendida**.

2010: Desaparecidos del mapa

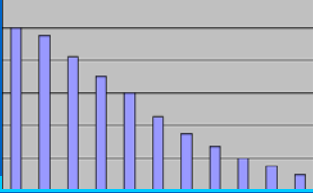





Supongan por un momento que soy un visitante del futuro. El viaje ha sido breve, solo 1 segundo para mi, pero he traído conmigo algo muy valioso, un mapa que les puedo enseñar.

Pero como pueden ustedes apreciar, en el año 2010 hay algo un poco diferente a la realidad geográfica española actual: España no está!

Por ser precisos en nuestra manera de hablar **España ha desaparecido del mapa.**

Si les he de ser sinceros a nosotros en el futuro también nos sorprendió este hecho, que les puedo asegurar que no es debido al deshielo de los casquetes polares. ¿Les gustaría saber que ha sucedido? Pasemos a la siguiente página....

¿POR QUÉ?
Pérdida de competitividad en nuestro tejido productivo

¿QUÉ PODÍAMOS HABER HECHO?
Incrementando el gasto en la sociedad del conocimiento (I+D, educación, etc)

¿HUBIERA FUNCIONADO?
Teníamos un problema mentalidad-pais. La boina estaba más enroscada de lo que pensábamos

Tras superar nuestra estupefacción, las cabezas pensantes del país llegaron a la conclusión de que nuestra desaparición del mapa era debida principalmente a una caída continuada en nuestra productividad. La solución ante tal desafío parece obvia: incrementar el gasto en la **sociedad del conocimiento** (educación, universidad, transferencia conocimientos, i+d...). Sin embargo, estuvimos un tiempo un tanto perplejos, porque pensábamos que España como nación había hecho los deberes en este terreno. Recordábamos como el gobierno se había propuesto un ambicioso plan para doblar el gasto en i+d en un plazo extremadamente corto. Bien, ¿qué había pasado?

Tardamos en encontrar una respuesta a pesar de ser bastante simple: España tenía en el 2005 un importante **problema de mentalidad – país**. Dicho de otro modo: teníamos la boina demasiado enroscada.

He venido del futuro para decirles que esta situación puede ser corregida, pero necesitamos cambiar algunos de nuestros valores si no queremos **desaparecer del mapa** en este mundo tan globalizado. Examinemos algunos de los valores correctos e incorrectos por contraposición....

¿Qué mentalidad necesitamos?



- El poder se ejerce a través del reconocimiento de la capacidad
- El riesgo es necesario
- Fracasar ayuda a aprender
- La experiencia es importante para avanzar. Solo la juventud puede cambiar de paradigma.
- El crecimiento debe ser sostenible

Como verán, algunos de los valores que figuran en esta página están bastante alejados del pensar del español medio. No es de extrañar que al leerlos nos produzcan una especie de vertigo o de sensación de salto al vacío. Algunos, como el de “fracasar ayuda aprender” son puramente anglosajones. Esto no es extraño si tenemos en cuenta que estamos en un mundo globalizado dominado por países de cultura anglosajona.

Que el poder se ejerce a través del reconocimiento de la capacidad es en España un planteamiento que roza lo libertario. ¿cómo cuestionar a una persona que no está desarrollando correctamente su labor, si está apoyado de forma firme por sus superiores? ¿cómo pasar por encima de los lazos de parentesco que se dan en muchas pymes españolas?

Por otro lado, deberíamos de ser capaces de romper cosas, y poder **premiar el fracaso**. Premiar el fracaso, seguro que mas de uno se asusta solo de leerlo. Sin embargo, aunque nos choque debemos de recordar que en muchos países se consideran muy valiosas experiencias acabadas en fracaso si el sujeto ha sabido interiorizarlas correctamente. Y aquí está la clave, que es en cierto punto psicológica, porque los sujetos no perciben el fracaso como un retroceso o una disminución de sus posibilidades, sino como una etapa mas de su aprendizaje. Esto está íntimamente relacionado con el valor de que **fracasar ayuda a aprender**.

Por otro lado, es necesario reconocer el valor de la experiencia, pero hemos de tener en cuenta que una persona que ha hecho durante 30 años las cosas de una determinada manera no es capaz de **innovar**. Esto es un poco duro pero es así. La experiencia nos da la capacidad de juntar conceptos de gran profundidad pero

Ejemplo concreto de una nueva mentalidad



Imagen de marca vs “Los mercados son conversaciones”

El caso de noentranadie.com

A continuación comenzaremos a examinar maneras de cambiar nuestro punto de vista sobre la realidad. Las **tecnologías de la información** son un campo genial y apasionante para hacerlo. Nuestras empresas cuentan con unos bajos inmovilizados lo que nos permite replantearnos la realidad que nos rodea y el futuro cada poco tiempo.

Bienvenidos a
noentranadie.com

Comparteinformacion.es

La web útil para obtener información
y divertirse



cierzo-development.com

Algunos de los clientes que llegan a nosotros se sienten como los chicos de la izquierda: Nos hemos gastado una fortuna en nuestra web pero aquí no entra nadie. **No obtenemos beneficios.** ¿cómo puede ser? Nos hicieron un sitio nuevo que es majísimo, somos los mas guapos, estamos recién peinados y muy arregladitos. Muchos empresarios tienen esta sensación después de haber hecho una pequeña inversión... Pero para muchas pequeñas y medianas empresas una pequeña inversión es mucho dinero! Estas empresas no poseen las líneas de financiación de las grandes corporaciones, por lo que se ven obligadas a priorizar con rigidez sus inversiones: una mala elección puede dar al traste con la tesorería de la empresa o relentizar los planes de crecimiento varios años.

Pero ... ¿dónde está la gente? Nos han dicho que en internet hay mucha gente Pues si no está aquí En algún sitio tiene que estar.

La gente no es tonta, y por fin tiene un canal donde no tiene por que escucharnos (al contrario que con la televisión o la radio). Mientras nosotros esperamos con nuestra imagen impecable a que lleguen nuestros clientes, estos ya están en la fiesta, en la fiesta de la competencia claro, allí donde obtienen lo que quieren gratis y se lo pueden pasar bien. Mejor aún, ni siquiera están en la web de la competencia: los usuarios se han organizado, se lo pasan bien entre ellos, y la competencia y nosotros estamos jo ... Preocupados. Hay una frase que resume este hecho y que eriza los pelos de la vieja economía: **Los hiperenlaces socavan las jerarquías.**

¿con que imagen se identifican ustedes?

Flujos de audiencia principales



Para comprender la escena completa hemos de alejarnos de nuestro sitio web y contemplarlo desde la perspectiva adecuada. Vamos a ver de donde provienen los flujos de audiencia principales a nuestro sitio web, y posteriormente nos centraremos en los buscadores y en lo que más nos interesa: convertir esos flujos en algo que consideremos útil (usualmente será dinero, claro).

Como podemos ver en la imagen, el 52% de nuestra audiencia accede directamente a nuestra página. Esto es así porque ya nos conoce. El 41% proviene de enlaces de otras páginas (directorios, artículos de opinión...). **El 7% proviene de los buscadores.** (Según datos de Nielsen/Netratings de mayo del 2004, el 90.5% del total de las búsquedas se realiza a través de Google en España)

El 7% proveniente de buscadores no es trivial. En primer lugar se trata de una audiencia obtenida de modo **gratuito**. En segundo lugar se trata de audiencia "**virgen**". Explicaremos mas detenidamente este concepto. Está verificado que un usuario maduro (con mas de dos años de antigüedad utilizando internet), visita asiduamente un conjunto no superior a 30 páginas. Una vez que las preferencias del usuario se han fijado, penetrar en el selecto grupo de páginas de su elección es bastante complicado. Veremos un tercer motivo en la diapositiva siguiente, pero ahora centrémonos en otro aspecto igual de importante: **el ratio de conversión %**.

El ratio % es tan importante como la audiencia. Se trata del porcentaje de visitas que logramos convertir en algo que consideremos útil. Útil no es solo una venta, se trata de cualquier cosa que consideremos valiosa y pueda ser convertida a dinero. Si la página web abre 10 oportunidades comerciales al mes ... ¿cuánto nos costaría obtener el mismo valor a través de una empresa de telemarketing?

Es importante colocar **sensores de rendimiento** en los puntos vitales de la web. Ejemplo: en cierzo sabemos que porcentaje de las visitas que obtenemos gracias a publicidad pagada en el sistema Addwords de Google, se convierten en una suscripción a nuestro boletín. ¿Cómo si no podríamos valorar la rentabilidad de nuestra inversión en publicidad?

Otra cuestión importante es que ratio % depende de la **calidad de la audiencia**. A ver donde conseguimos nuestra audiencia!! ¿está nuestra audiencia realmente interesada en nosotros? ¿O quizás la hemos traído con malas artes y nos abandonará inmediatamente? Pregúntele a su proveedor cual es la duración media de visita a su web, y cuantas páginas se ven de media. Seguro que los datos le producen un cosquilleo indescriptible.

Propuesta

Con el suficiente tiempo...



= f(Buscadores)
Acceso Directo

52%

Enlaces

41%

Buscadores

7% (Google = 90.5%)



ciero-development.com

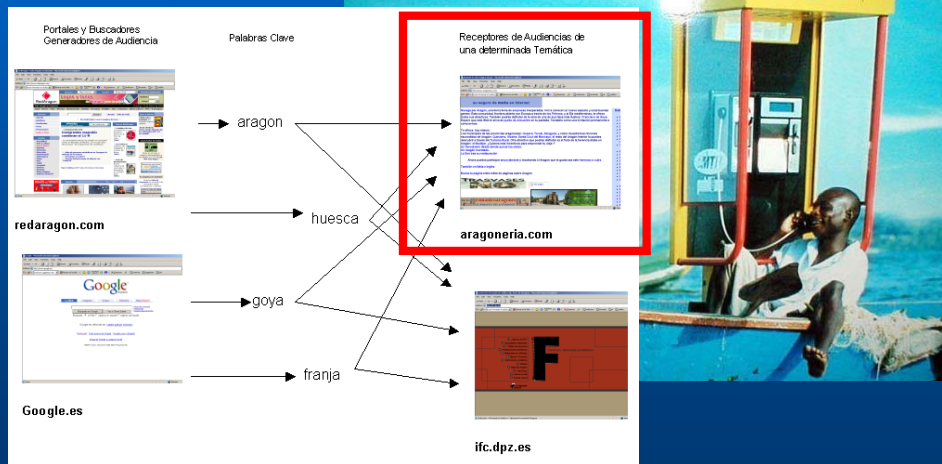
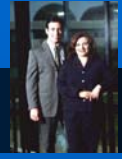
Antes hemos dicho que había un tercer factor que realizaba la importancia de la audiencia en los buscadores. Se trata de una proposición teórica, bastante fácil de verificar en la práctica.

Formulamos la siguiente teoría: Los buscadores tienen en cuenta multitud de factores a la hora de sugerir un sitio web. Entre dichos factores está la audiencia que recibe dicho sitio web y los enlaces que lo vinculan. Se trata de un sistema de regulación complejo, pero diseñado para ser estable en el tiempo. Cientos de ingenieros diseñan algoritmos para que los buscadores reflejen precisamente la realidad.

Por ello: esperado un tiempo suficiente, **la distribución de audiencia que dé el buscador será proporcional a la que se esté dando efectivamente en la realidad.**

Dicho de otro modo: Google lo sabe todo. Si hacemos bien nuestro trabajo, tarde o temprano nos premiará. Esto puede suceder linealmente o en un escalón. Por ejemplo, nuestro portal de comercio internacional **spaincolours.com** fue maltratado por Google desde septiembre del 2003 hasta Noviembre del 2004. Nosotros seguimos trabajando en la sombra durante más de un año: estábamos convencidos de la calidad de nuestro trabajo. En Noviembre del 2004 Google amplió su capacidad de indexación, pasando en un solo día de 4Billones a 8Billones de páginas. De repente, más de 600 páginas de nuestro portal “nacieron” para Google = mejor posicionamiento = mayor audiencia = mayores ventas.

Análisis de Posicionamiento: Planteamiento



Estudio "Aragón en Internet" para la Institución Fernando el Católico

Una vez centrado el tema en los buscadores, estudiemos más detenidamente cómo canalizan estos la audiencia. Tenemos a los usuarios, que se conectan a los buscadores e introducen una serie de **palabras clave**. En función del orden en el que aparecen los resultados y de la pequeña descripción de los mismos, los usuarios saltan hacia las páginas de su elección.

Esto puede provocar hechos curiosos como el que puso de manifiesto el estudio realizado para la **Institución Fernando el Católico "Aragón en Internet"** (puede descargarse en nuestra web cierzo-development.com/informes). En dicho estudio, descubrimos que páginas de particulares (como aragoneria.com) aparecían en muchos términos posicionadas por encima de las webs institucionales. De hecho, aragoneria.com aparecía en cerca de 4500 términos por encima de aragob.es, la página del Gobierno de Aragón. Hasta tal punto esto era así, que tras una campaña del Gobierno de Aragón para favorecer la repoblación del territorio, el propietario de aragoneria.com recibía llamadas de decenas de países pidiendo información sobre Aragón. Esto sucedía porque en todo el mundo consideraban que la web de referencia sobre Aragón era aragoneria.com. Y no era un hecho casual: aragoneria.com tenía una larga trayectoria en recopilar materiales sobre Aragón, y sus páginas estaban diseñadas siguiendo estándares de usabilidad y posicionamiento. Esto reporta a aragoneria.com una audiencia descomunal, con 0€ de inversión en publicidad. Audiencia que su propietario se encarga de convertir en resultados que considera útiles....

La clave vuelve a estar en la siguiente pregunta: **¿cómo podemos saber que es lo que está pasando fuera? ¿cómo podemos descubrir donde está la diversión? ¿quién se está llevando a nuestros clientes?** Para ello, no podemos contentarnos con vigilar 3 o 4 palabras clave. Debemos de obtener una visión de conjunto de los flujos de audiencia que se están dando en los buscadores. Esto implica poder **vigilar centenares o miles de palabras clave**.

¿cómo lo haremos?



¿cómo podemos saber lo **que está pasando ahí fuera?**

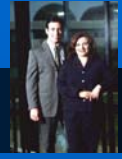
Lo que sucede en el interior de nuestro sitio web lo sabemos. Recibimos estadísticas de nuestro proveedor explotando los logs de acceso. Sin embargo, en cuanto salimos al exterior nos tenemos que dejar guiar por la intuición. Miramos nuestro vecindario, visitamos las páginas de la competencia y ... Que triste! Imaginamos que tal les va por lo bonita que es la página!!! Hasta ahora no podíamos saber mas.

En Cierzo Development hemos desarrollado una **plataforma de estudio del posicionamiento** que mide la audiencia aproximada que se genera en los buscadores. Hablando técnicamente, se trata de un motor que cruza información de diferentes fuentes para producir un informe de posicionamiento y audiencias. Se trata de un motor multithreaded construido sobre SQL Server y la plataforma .NET, y que es capaz de procesar la audiencia de miles de términos en una sola hora.

En el ejemplo de a continuación, hemos utilizado la plataforma para estudiar el sector turístico de la provincia de Alicante, y contestar a preguntas cruciales: La primera: **¿quién es el mejor?** (¿cómo podíamos vivir sin saber esto hasta ahora?)

La segunda: ¿quién es el peor? (abróchense los cinturones que puede haber sorpresas). También vamos a detectar y sugerir buenas prácticas, y a advertir a futuros “piratas” del ciberespacio sobre prácticas poco ortodoxas.

Estudio Aragón en Internet



Nº	Dominio	Share	Nº Pag.
1	usuarios.lycos.es Página personal de usuario Lycos Ver Detalle [Ir al dominio]	3240	
2	www.terra.es Página personal usuario Terra Ver Detalle [Ir al dominio]	1006	
3	www.iespana.es Página personal usuario España Ver Detalle [Ir al dominio]	910	
4	www.el-mundo.es Diario El Mundo Ver Detalle [Ir al dominio]	946	
5	perros.msnadoc.es Página personal usuario Menados Ver Detalle [Ir al dominio]	1054	

www.cierzo-development.com

Estudiado el posicionamiento de más de 10.000 términos referentes a Aragón en Internet.

Utilidad de la labor de las Instituciones Públicas Aragonesas

Analizar científicamente quiénes son los garantes del patrimonio cultural aragonés en internet, apoyándose en los datos científicos de más de 2.000.000 de registros recogidos.

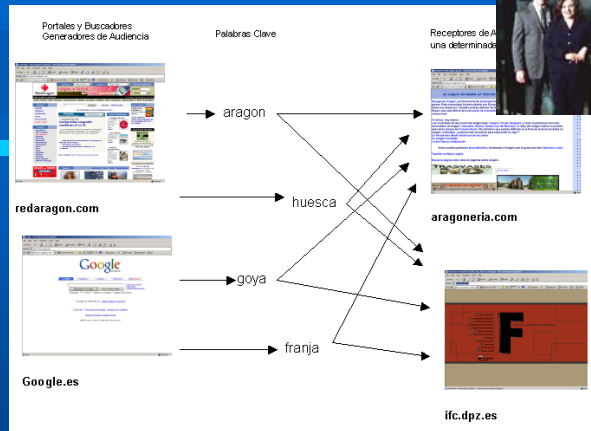
A continuación podemos ver algunas pantallas del estudio Aragón en Internet. Este es un proyecto realizado para la **Institución Fernando el Católico**. Pueden ver el informe en su totalidad en la dirección web:

<http://www.cierzo-development.com/posicionamiento/aragon/aragon-en-internet.php>

Planteamiento

10.000 términos de búsqueda...

- Aragón
- Linaje de García
- Río Ebro
- PAR
- Goya
-



Audiencia

Posicionamiento

Principales
Webs
Aragonesas

DOMINIO

AUDIENCIA Y POSICIONAMIENTO DE www.huescaempleo.com

Share:	<input type="text"/>
Nº páginas:	21
Nº	Nombre Dominio
1201	www.ambientum.com
1202	www.amigosdelciclismo.com
1203	www.tfm.unavarra.es
Posición: 1204	www.huescaempleo.com
1205	www.pp.es
1206	www.nueva-acropolis.es
1207	www.dipucordoba.es

Orden	Página	Palabra	Share	Pos.
1	www.huescaempleo.com http://www.huescaempleo.com/asp/noticia_huescaempl eo.asp?cod=3	Asociación de Agricultores de Zaragoza	<input type="text"/>	2
2	www.huescaempleo.com http://www.huescaempleo.com/asp/reportaje.asp?codi go=33	A.T.A.D.E.S.	<input type="text"/>	3
3	Intervención técnica de los técnicos del programa PAED http://www.huescaempleo.com/fotosbd/DATOS%20PAED.p pt	Cámara Oficial de Comercio e Industria de Huesca	<input type="text"/>	3
4	PRESENTACIÓN http://www.huescaempleo.com/fotosbd/339939692rad77 087.pdf	Biarge López, Fernando	<input type="text"/>	3
5	www.huescaempleo.com http://www.huescaempleo.com/asp/publicacion.asp?co digo=18	A.T.A.D.E.S.	<input type="text"/>	4
6	www.huescaempleo.com http://www.huescaempleo.com/asp/reportaje.asp?codi go=111	Ayerbense	<input type="text"/>	4
7	www.huescaempleo.com http://www.huescaempleo.com/asp/noticia.asp?cod=23 4	Instrumentación y Componentes (ICSA)	<input type="text"/>	5
8	www.huescaempleo.com http://www.huescaempleo.com/asp/ofertas_formation. asp	Caja de Ahorros de la Inmaculada	<input type="text"/>	6
9	www.huescaempleo.com http://www.huescaempleo.com/asp/quienes_somos.asp	López Novoa, Saturnino	<input type="text"/>	6



“quisiera felicitarles tanto por la iniciativa como por la resolución del análisis que han elaborado. Es sorprendente preciso y extenso, y, en nuestro caso, la información de los principales accesos a nuestra web, así como del posicionamiento para depende qué palabras, es un dato muy interesante e importante “

Desde viejos conocidos...

... Hasta nuevos amigos!



Hola, Antonio:

Moltes gràcies per la teua cordialitat i per la capacitat per a interpretar correctament el meu missatge, cosa que hauria de ser més habitual en les «nostres» terres hispanes.

En vista d'això, promet ampliar les referències del web Eines de Llengua a l'Aragó (i si és el cas a la tasca que feu en Cierzo Development).

T'agraïx molt que eixe lema, «Tecnologías para la Sociedad de la Información», tinga una plasmació tan real i positiva en el teu cas.

Fins a l'altra.

Miquel Boronat Cogollos
Administrador d'Eines de Llengua



Algunas ideas

- Retomamos la diapositiva inicial: “La web útil para compartir información y divertirse”...
- La producción de contenidos de calidad gratuitos da beneficios = Compartir la información es valioso
- Construir la página web sin pensar en el posicionamiento NO genera valor
- Ahora SI es posible saber que está pasando ahí fuera



Ahora, podemos retomar la diapositiva inicial que decía “La web útil para compartir información y divertirse”. Hemos visto como páginas como la de la Generalitat o la de pueblos-espana.org, que ponen al alcance información útil al ciudadano, acaban siendo premiadas por los buscadores, primero en cuanto a posición, que se acaba traduciendo finalmente en audiencia.

Esto es una de las conclusiones más importantes que podemos sacar: La producción de **contenidos gratuitos de calidad** da beneficios. Atención! Hablamos de contenidos de calidad, de contenidos que aportan valor. La mera duplicación de contenidos y otras tácticas “curiosas” son fácilmente detectadas y descartadas por los buscadores, que nos las suelen penalizar pero si no valorar.

Otro aspecto importante en el que no hemos entrado en detalle son los requerimientos técnicos que tiene que tener una página para posicionarse adecuadamente. Sin embargo, si que podemos decir que de las 20 primeras páginas que hemos visto en nuestro listado en todas ellas se habían seguido unos criterios muy claros a la hora de diseñar la página que favorecían su posicionamiento en buscadores.

Por último, decir que muchas personas nos dicen que no es posible hacer lo que hace esta herramienta. Por favor, si conocen a personas con esta opinión por favor diganles que ya es posible.

La cultura también compete

Convocatoria PROFIT

(Plan nacional de Investigación Científica, Desarrollo e Innovación tecnológica)



Presencia en Internet de la cultura y turismo españoles

Sistema capaz de monitorizar en base a oleadas periódicas el estado del patrimonio cultural y turístico españoles en Internet. Dicho estudio se realizará en 4 idiomas.

Esta actuación es de un alto interés para las instituciones culturales y turísticas del país, gobiernos de las diferentes comunidades, diputaciones provinciales y ayuntamientos, pues permitirá establecer métricas claras para determinar la eficacia de las diferentes políticas aplicadas en los campos del turismo y la cultura, concienciando de la necesidad de difundir nuestro inmenso patrimonio cultural en este nuevo canal que es Internet.



A continuación veremos otro ejemplo de una manera diferente de entender la cultura, la informática, y de cómo se pueden hacer cosas muy interesantes con un poco de imaginación.

Este proyecto está liderado por **Cierzo Development y Taller Digital-Universidad de Alicante**. Básicamente, pretendemos medir la presencia en internet de la cultura y el turismo españoles. Para ello, contamos con la asesoría de instituciones culturales de primer nivel como el Instituto Cervantes, la Institución Fernando el Católico o la Universidad de Zaragoza. También han participado en menor medida en el diseño del proyecto SEGITUR y el CINDOC.

El proyecto parte de un planteamiento novedoso: **La cultura compete en internet**. De nuevo este es un planteamiento un poco radical que puede chocar a más de uno, pero es una gran verdad. Nosotros (sea lo que se que usted entienda por nosotros) tenemos una manera de entender nuestra historia, nuestra cultura y el entorno que nos rodea. Es muy peligroso que quien quiera conocernos se aproxime a nosotros a través de contenidos que no son nuestros. Lamentablemente esta circunstancia se está dando en la red. A pesar de la gran importancia que la cultura hispanoamericana y el idioma español han tenido en la historia de la humanidad, casi somos una pequeña gota dentro de los millones de documentos y de contenidos de todo tipo producidos principalmente en lengua inglesa y francesa. Nuestra visión del mundo está quedando cada vez más desplazada. Por ponerles un ejemplo, me es inconcebible que en todo el mundo la gente se documente sobre Goya en la enciclopedia británica. Quién quiere aprender sobre Goya debería encontrar a los que más saben sobre él: Nosotros.

Planteamiento



Grupos de Iconos

(ejemplo: Zonas geográficas, épocas históricas)

Instituciones culturales

(ejemplo: Institución Fernando el Católico)

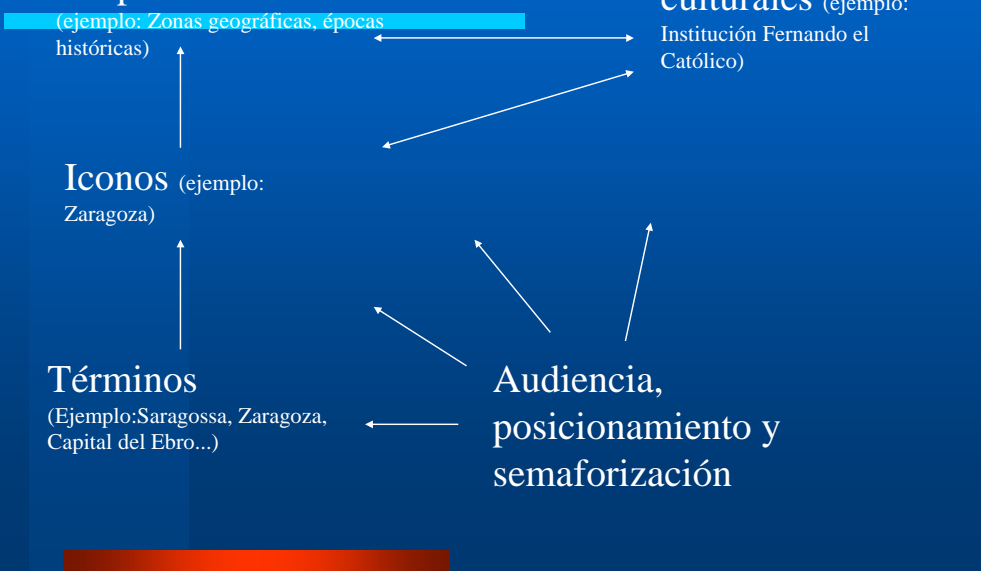
Iconos

(ejemplo: Zaragoza)

Términos

(Ejemplo: Saragossa, Zaragoza, Capital del Ebro...)

Audiencia, posicionamiento y semaforización



Ficha de una institución



INSTITUCIÓN FERNANDO EL CATÓLICO

Institución: **Institución Fernando el Católico**

URL: www.ifc.es

Share:

Histórico(%)

6M	12M
+5 ▲	-7 ▼

Pág. posicionadas: **5455**

Informe: **Estudio posicionamiento IFC abril 2006**

Autor: **Alvaro Capalvo - Director Técnico IFC**

"En este informe se estudia la semaforización de la institución Fernando el católico utilizando la plataforma de estudio de posicionamiento desarrollada por Segitur, Taller Digital y Cierzo development."

Descargar informe

Tipo	Indicador	Resultado	Evolución(%)		Alerta	
			3M	12M		
Zona	Aragón	● 1	+28 ▲	-2 ▼	<input type="checkbox"/>	Ver detalle
Tema	Reconquista	● 4	+2 ▲	+6 ▲	<input type="checkbox"/>	Ver detalle
Tema	Autores Contemporáneos	● 6	+8 ▲	-5 ▼	<input type="checkbox"/>	Ver detalle
Grupo	Prod. contenidos	● 8	+7 ▲	-1 ▼	<input type="checkbox"/>	Ver detalle
Icono	Goya	● 10	-1 ▼	+5 ▲	<input type="checkbox"/>	Ver detalle

En la ilustración se puede ver la ficha de una determinada institución. La idea es que se cargarán en el sistema los datos de las principales instituciones culturales y turísticas del país, así como su página web.

Un experto se encargará de asignar a cada institución los indicadores que le son más relevantes. Así en el ejemplo, la Institución Fernando el Católico tiene asignado un indicador geográfico (Aragón), dos indicadores temáticos (Reconquista y autores contemporáneos), un grupo de iconos libre llamado "Producción de contenidos", y un icono de manera directa por su relevancia que es Goya.

Hay que aclarar que el número de indicadores que estarían asociados a una institución de este calibre sería mucho mayor, sobre todos los ámbitos que le incumben.

Dentro de cada indicador, se encuentran una serie de iconos cuya presencia se monitoriza en Internet. Por ejemplo, dentro del indicador "Aragón" se encontrarían todos los iconos relacionados de alguna manera con Aragón.

Podemos ver en la pantalla una barra de Share, que nos da una medida de la fuerza en cuanto audiencia y posicionamiento que tiene esta web, así como el indicador de páginas posicionadas, que suele indicar un buen trabajo en cuanto a posicionamiento orientado al medio y largo plazo.

Detalle de un indicador



DETALLE INDICADOR/GRUPO

Nombre: **Aragón**

Tipo indicador: Zona Geográfica

Iconos: 14 [Ver detalle](#)

Share:


Institución	Dominio	Share	Pág. posicionadas	
Diputación Provincial de Zaragoza	www.dpz.es		545	Ver detalle
Diputación General de Aragón	www.aragob.es		211	Ver detalle
Junta de Andalucía	www.juntadeandalucia.es		156	Ver detalle
Boletín Oficial del Estado	www.boe.es		56	Ver detalle
Gobierno de Narra	www.cfnavarra.es		8	Ver detalle

En la ilustración podemos ver en detalle un indicador. En la zona de cabecera podemos ver los datos del indicador, así como su fuerza en cuanto audiencia y posicionamiento representada por la barra de share.

En la tabla de detalle, podemos ver el ranking de webs que se están posicionando para este indicador en concreto. Así, en este ejemplo, podemos ver que para el indicador "Aragón" la web mejor posicionada es la de la Diputación de Zaragoza. Este indicador recoge un total de 14 iconos relacionados con Aragón.

Pantalla para la definición de una alerta



SOLICITAR ALERTA 

Nombre	<input type="text"/>
Email	<input type="text"/>
Empresa / Institución	<input type="text"/>
Tipo de Indicador	Zona Norte
Indicador	Aragón
Institución	IFC
Sensibilidad	Media

En la ilustración podemos ver el formulario mediante el cual un usuario de la web configura una alerta personalizada. En el caso del ejemplo el usuario está especificando que en su ficha personal quiere seguir los datos del indicador "Aragón" relacionados con la institución "IFC". Además, indica que la sensibilidad es media. La sensibilidad permite al usuario especificar cuándo quiere recibir una alerta. Así, si especifica una sensibilidad Alta, recibirá un correo electrónico en cuanto la posición que ocupa IFC en el indicador "Aragón" varíe mínimamente. Esto permite a los responsables culturales y turísticos percatarse de movimientos en los iconos que les son de su incumbencia que de otro modo pasarían desapercibidos.

Ficha de Usuario



FICHA DE USUARIO

Nombre: **Antonio Garcia Morte**
Email: **antonio@cierzo-development.com**
Empresa / Institución: **Cierzo Development**

MIS INSTITUCIONES

Institución	Share	Pág. posicionadas	Resultado	Evolución(%)		
				3M	12M	
Institución Fernando el Católico		545	● 1	+28 ▲	-2 ▼	<input type="checkbox"/>
Gobierno de Aragón		211	● 2	+2 ▲	+6 ▲	<input type="checkbox"/>
Diputación Provincial de Zaragoza		156	● 4	+8 ▲	-5 ▼	<input type="checkbox"/>
Generalitat de Catalunya		56	● 8	+7 ▲	-1 ▼	<input type="checkbox"/>
Generalitat de la Comunidad Valenciana		8	● 9	-1 ▼	+5 ▲	<input type="checkbox"/>

MIS ALERTAS

Tipo	Indicador	Institución	Resultado	Evolución(%)		
				3M	12M	
Zona	Aragón	Institución Fernando el Católico	● 1	+28 ▲	-2 ▼	<input type="checkbox"/>
Tema	Reconquista	Gobierno de Aragón	● 3	+2 ▲	+6 ▲	<input type="checkbox"/>
Tema	Autores Contemporáneos	Diputación Provincial de Zaragoza	● 5	+8 ▲	-5 ▼	<input type="checkbox"/>
Grupo	Producción de contenidos	Generalitat de Catalunya	● 8	+7 ▲	-1 ▼	<input type="checkbox"/>
Icono	Goya	Generalitat de la Comunidad Valenciana	● 10	-1 ▼	+5 ▲	<input type="checkbox"/>

En la ilustración podemos ver la ficha de un usuario. Aquí se agrupan todos los indicadores que el usuario ha seleccionado monitorizar. Por un lado, en una primera zona el usuario selecciona webs que son de su interés. En una segunda zona el usuario selecciona los indicadores que le son más relevantes, mediante el formulario que hemos visto en la pantalla anterior.

En este caso, el usuario que estamos viendo podría ser un alto cargo que está vigilando la labor de las webs de las comunidades autónomas que son de su incumbencia.

Pantalla de últimos informes



ÚLTIMOS ANÁLISIS PUBLICADOS UTILIZANDO LA HERRAMIENTA

Fecha Publicación	Ámbito	Autor	Extracto	Ver fichas	Descargar
13-05-2007	Posicionamiento de la IFC	Alvaro Capalvo	"En este informe se estudia la semaforización de la institución Fernando el católico utilizando la plataforma de estudio de posicionamiento desarrollada por Segitur, Taller Digital y Cierzo development."		
08-04-2007	Evaluación de Cervantes virtual	Antonio Carrasco	En este informe se estudia la semaforización de la institución Fernando el católico utilizando la plataforma de estudio de posicionamiento desarrollada por Segitur, Taller Digital y Cierzo development."		
04-03-2006	Evaluación de Cervantes.es	Raquel Entremozaga	En este informe se estudia la semaforización de la institución Fernando el católico utilizando la plataforma de estudio de posicionamiento desarrollada por Segitur, Taller Digital y Cierzo development."		
25-02-2006	Posicionamiento de Aragob.es	Santiago Mayayo	En este informe se estudia la semaforización de la institución Fernando el católico utilizando la plataforma de estudio de posicionamiento desarrollada por Segitur, Taller Digital y Cierzo development."		
13-01-2006	Evaluación de dpz.es	Carlos Belmonte	En este informe se estudia la semaforización de la institución Fernando el católico utilizando la plataforma de estudio de posicionamiento desarrollada por Segitur, Taller Digital y Cierzo development."		

Como se ha comentado está previsto que se publiquen informes de posicionamiento referentes a las principales instituciones utilizando la herramienta. En la ilustración podemos ver una tabla donde se indican los últimos informes publicados en la plataforma.

Buscador temático



ICONOS INSTITUCIONES ZONAS TEMAS

ICONOS

A - B - C - D - E - F - G - H - I - J Q - R - S - T - U - V - W - X - Y - Z

Nombre	Share	Evolución(%)		Detalle
		3M	12M	
Goya		+28 ▲	-2 ▼	Detalle
Fernando el Católico		+2 ▲	+6 ▲	Detalle
Cristobal Colón		+8 ▲	-5 ▼	Detalle
Ramiro I		+7 ▲	-1 ▼	Detalle
Velazquez		-1 ▼	+5 ▲	Detalle

La ilustración de arriba nos muestra las diferentes pestañas del buscador, que permiten localizar fácilmente en la plataforma cualquier información de nuestro interés. Así, tenemos un buscador de Iconos culturales, otro de instituciones, otro de zonas geográficas y otro de temas.

Otro ejemplo de cambio de mentalidad



Empresa tradicional
vs Empresa extendida

Los servicios web

Ahora veremos un último ejemplo de cambio de mentalidad, pasando de la **empresa tradicional** a una **empresa extendida** mucho más horizontal. Veremos como los **servicios web** están contribuyendo a ese cambio de mentalidad.

Servicios Web. Planteamiento Tecnológico



“Conjunto de aplicaciones o de tecnologías con capacidad para interoperar en la Web. Estas aplicaciones o tecnologías intercambian datos entre sí con el objetivo de ofrecer unos servicios. Los proveedores ofrecen sus servicios como procedimientos remotos y los usuarios solicitan un servicio llamando a estos procedimientos a través de la Web” (World Wide Web Consortium)



J2EE

SOAP

.NET

WSDL

RPC

XML

HTTP



Es muy usual para las personas con un perfil técnico, percibir la tecnología como algo valioso en si mismo. A veces creo que incluso llegamos a asignarle a nuestras tecnologías favoritas un cierto valor artístico o cuando menos estético.

Bajo ese punto de vista, podemos utilizar la definición que el World Wide Web Consortium hace de servicio web:

Conjunto de aplicaciones o de tecnologías con capacidad para interoperar en la Web. Estas aplicaciones o tecnologías intercambian datos entre sí con el objetivo de ofrecer unos servicios. Los proveedores ofrecen sus servicios como procedimientos remotos y los usuarios solicitan un servicio llamando a estos procedimientos a través de la Web

Bajo esta definición genérica, se integran capas de transporte (TCP/IP, HTTP, ..), protocolos (como SOAP o REST), tecnologías de desarrollo (como Java o .NET), métodos de intercambio de datos (como urls o xml). Esto configura una enorme maraña de conocimientos que hemos de dominar para poder hacernos un mapa de situación de donde nos encontramos. Más aun: Hay gente que realmente disfruta con ello!

Sin embargo hoy nos vamos a aproximar a los servicios web de un modo mucho más práctico o funcional.

Servicios Web. Planteamiento práctico



“Es un conjunto de empresas que unifican sus flujos de información para poder ganar dinero juntas del modo más rápido posible” (Antonio García Morte)

EMPRESAS – LA EMPRESA EXTENDIDA

CLIENTES FINALES



Bajo este nuevo punto de vista, podemos definir servicio web como **“un conjunto de empresas que unifican sus flujos de información para poder ganar dinero juntas del modo más rápido posible”**.

Observar que cuando las empresas unifican sus flujos de información comienzan a difuminarse sus propios límites. Es decir, cuando partes críticas de mi empresa dependen de la información que suministran mis proveedores y clientes... ¿no son acaso ellos parte de mi empresa? Esto es lo que últimamente se está viniendo en definir como Empresa Extendida. Fijaros que así una empresa como Google que ofrece sus servicios web de modo público se está integrando en miles de modelos de negocio (o empresas extendidas) posibles y diferentes.

Al final, este es un modo más horizontal de aportar en la tradicional cadena de valor. Bajo el enfoque tradicional,

Google Web APIs

http://www.google.com/apis/



- Comunicación: SOAP – XML
- Lenguajes “patrocinados”: Java, .NET, Perl, Ruby, C#
- Limitaciones: 1000 consultas diarias, Google Key

```
Dim r As GoogleSearchResult = s.doGoogleSearch(  
strGoogle_Key, palabra_clave,  
desde + 1, hasta, True, "countryES.lang_es",  
False, lenguaje, "", "")
```

```
For j = 0 To r.endIndex - r.startIndex  
url = r.resultElements(j).URL  
posicion = desde + j + 1  
snippet = r.resultElements(j).snippet  
tittle = r.resultElements(j).title  
categoria = r.resultElements(j).directoryTitle
```



- Posicionamiento de webs
- Número de páginas indexadas para un término
- Páginas indexadas de un dominio
- Categoría de una página según DMOZ
- Snippet que para el cruce Término de Búsqueda - Página



Search Yahoo API

http://developer.yahoo.net/

YAHOO! SEARCH



Lo mismo de antes y ...

- Limitación 5000 consultas diarias
- Content Analysis
- Local Search
- News Search
- Web Search

Aplicaciones

- Detectar plagios
- Monitorizar informaciones que nos competen
- Encontrar a nuestra competencia basándonos en nuestras propias páginas

Baseball Union OKs Sosa Trade

AP - Jan 31 8:24 ET PM
The trade that would send Sammy Sosa to the Baltimore Orioles took a step forward Monday when all players approved the deal.

[Search Related Info](#)



Usar contexto
para añadir
relevancia

Related Search Results [Help](#)

Related Search Web Search

[Baltimore Orioles Team Page](#) [Sammy Sosa Stats Page](#)

[Baltimore Orioles Team Page](#) - [Scores & Schedule](#) - [Shop for Team Gear](#) - [Tickets](#)
[Seattle Mariners \(18-27\) At Baltimore Orioles \(29-16\)](#), 7:05 P.m, KIRO 7 Seattle-Tacoma - 1 hour ago

[Seattle Mariners \(18-26\) At Baltimore Orioles \(28-16\)](#), 7:05 P.m, KIRO 7 Seattle-Tacoma - Wed May 25

More [baltimore orioles](#) Headlines
[Yahoo! Shortcut](#) - [About](#)

WEB RESULTS

1. [Orioles Cubs Tickets](#)
... Just click the team link below to find Baltimore Orioles Chicago Cubs ticket information. ...
2. [Baltimore Orioles Tickets-buy Orioles...](#)
... Sosa sign with the Baltimore Orioles. The Chicago Cubs will be sorry to ...
3. [KFLL - The Hottest NFL, MLB and Fantasy...](#)
... that would send Chicago Cubs OF Sammy Sosa to the Baltimore Orioles requires approval by ...

[Show All Related Web Results...](#)

[Get feedback?](#)

Conclusiones

- Es urgente un cambio de mentalidad
- Ya es posible evaluar el posicionamiento y audiencia en buscadores de un modo global
- La cultura es un valor = la cultura compite en un mundo globalizado
- Hay una excelente oportunidad de negocio en los servicios web

Bien, unas conclusiones sobre los temas que hemos tratado.

En primer lugar, y refiriéndonos a nuestro contexto mas cercano, recordarles que es **urgente un cambio de mentalidad** cuanto antes. Es posible que su percepción sea un poco diferente dependiendo del lugar en el que se encuentre y el cargo que ocupe. Para los que estamos en la **trincheras de las Pymes** es evidente. Si no conseguimos cambiar la mentalidad de los gerentes de las Pymes la sociedad no podrá absorber ese incremento en el gasto en i+d.

Por otro lado un breve detalle comercial: les recuerdo que Cierzo Development cuenta con una herramienta capaz de hacer **estudios de mercado** y **análisis de la competencia** en internet. Esta herramienta presenta un alto interés tanto para instituciones, como para empresas, partidos políticos... No sean ustedes como los chicos de noentranadie.com y comiencen a plantearse su presencia en internet de un modo profesional.

Por otro lado, recuerden que se esta dando una nueva lucha cultural a nivel global en internet, y que nos va en ello más de lo que podemos sospechar en un principio. Debemos exigir como ciudadanos que nuestras instituciones nos representen en internet como también lo hacen en el “mundo real”.

Si ustedes están buscando un hueco en este complejo mundo de las tecnologías para la sociedad de la información, recuerden que hay una excelente oportunidad abierta con los servicios web.

Cierzo Development S.L.



- Cierzo: (Del lat. cercius, por circius). Viento septentrional más o menos inclinado a levante o a poniente, según la situación geográfica de la región en que sopla.
- Microempresa calificada I+E por el Gobierno de Aragón y respaldada por el Ayuntamiento de Zaragoza
- Líneas de Negocio:
 - Consultoría y desarrollo Web
 - Explotación comercial del portal spaincolours.com
 - Desarrollo de aplicaciones Wireless (GPRS+Bluetooth)
 - **Cibermétrica**



www.cierzo-development.com

Por último, un breve detalle sobre quienes somos y lo que hacemos-

Cierzo development es una microempresa de reciente creación, respaldada económicamente por el **Ayuntamiento de Zaragoza** y calificada I+E por el **Gobierno de Aragón**.

Para aquellos de ustedes que no lo sepan, el **Cierzo** es un viento septentrional, que pasa por Zaragoza helado y a una gran velocidad, dejando nuestra ciudad limpia y nuestras cabezas bastante frescas. Estamos muy orgullosos de nuestro nombre y de la tierra a la que pertenecemos, porque nos ha ayudado a crecer y consolidarnos a través de las instituciones públicas de nuestra región.

Entre las **líneas de negocio de la empresa**, se encuentran la consultoría y desarrollo web, la explotación de un portal de comercio electrónico a nivel internacional (spaincolours.com), el desarrollo de aplicaciones wireless, y la **cibermétrica** (que es el tema de esta presentación). Pueden conocernos mas a fondo si nos visitan en nuestro portal en www.cierzo-development.com.

Permanecer en contacto ES IMPORTANTE



Antonio García Morte

Teléfono: 976 232241

Email: antonio@cierzo-development.com

Blog: www.cierzo-development.com/noticiero

Informes: www.cierzo-development.com/posicionamiento



En Cierzo Development consideramos importantes a las personas y a lo que tienen que decir. Pueden ustedes utilizar cualquiera de los canales que ven en la diapositiva para entrar en contacto con nosotros, comentarnos sus experiencias, plantearnos sus dudas y hacernos saber aquello que les place o disgusta. Nosotros a cambio solo les pediremos un pequeño favor: si van a utilizar materiales de esta presentación no se olviden de citarnos:

Cierzo Development S.L.

Tecnologías para la Sociedad de la Información

www.cierzo-development.com

Contacto@cierzo-development.com