

Ejemplo de análisis de la competencia en Internet: El sector turístico alicantino



Internet es un medio complejo donde **es muy posible que su competencia esté trabajando mejor que usted**. Es sencillo colocarse ante la puerta de su competencia y ver las personas que entran en el comercio, pero... ¿Como podemos saber quien está captando la atención de nuestros futuros clientes en Internet?

En internet tenemos los ojos vendados y hasta ahora solo podíamos saber lo que sucedía en el interior de nuestro sitio web, pero no teníamos la panorámica de lo que sucedía en el exterior.

Aplicando como ejemplo el sector turístico alicantino, demostraremos como es posible obtener una visión de conjunto de lo que sucede a nuestro alrededor en internet, descubrir a los que mejor trabajo están haciendo en este medio, aprender de ellos, y **superar a nuestra competencia**.

Descubriremos a los principales actores del sector en Internet, explicaremos que están haciendo bien y mal, y diseñaremos un **plan para aquellos que quisieran ganar una ventaja competitiva**.

Este material es propiedad de Cierzo Development S.L.

www.cierzo-development.com

Contacto@cierzo-development.com

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 más detenidamente este concepto. Está verificado que un usuario maduro (con más 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 Adwords 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.

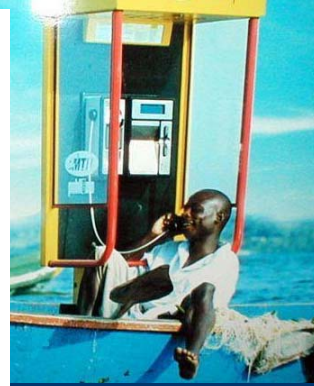
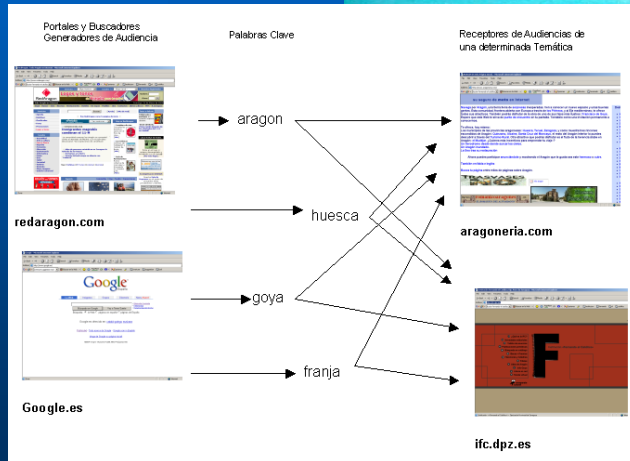
Por ello: esperado un tiempo suficiente, **la distribución de audiencia que dé el buscador será proporcional a la que se esté dando efectivamente en la realidad.**

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



cierzo-development.com



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**.

cierzo-development.com

¿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.

Sector Turismo Alicante

informe de posicionamiento

CIERZO DEVELOPMENT

SECTOR TURISTICO ALICANTE

LISTADOS DISPONIBLES

Clasificación de **Dominios** por Audiencia.....
Muestra una clasificación global de todos los dominios detectados en el estudio con su correspondiente audiencia aproximada.

Clasificación de **Palabras** por Audiencia.....
Muestra un listado con todas las palabras incluidas en el estudio con sus correspondientes audiencias.

YELLOW BLUE ORANGE
BLACK RED GREEN
PURPLE YELLOW RED
ORANGE GREEN BLUE
BLUE RED PURPLE
GREEN BLUE ORANGE

Copyright © 2004 Cierzo Development



cierzo-development.com

Un informe de posicionamiento sectorial puede ser explorado a través del listado resumen de dominios o del listado resumen de términos empleados.

El primero, nos va a dar una ‘clasificación general’ de dominios para el sector estudiado. Es decir, va a responder la pregunta antes planteada “¿quién es el mejor?”

En el segundo, vamos a poder apreciar cuales son los términos de búsqueda más relevantes para el sector, para partiendo de ese dato estudiar las páginas que están captando dicha audiencia.

Términos cargados

Clasificación de Palabras por Audiencia		
Posición	Palabra	Audiencia Aproximada
1	Alicante	6649
2	Benidorm	5001
3	Torres	4173
4	La Romana	2590
5	Torrejeja	2136
6	San Cristobal	1322
7	Ibi	1258
8	Denia	698
9	Hotel Salinas	693
10	Seguro	676
11	La Marina	636
12	Tibi	610
13	Lel	573
14	Valverde	472
15	Balones	374
16	Santa Eulalia	319
17	Margarida	318
18	San Jose	310
19	San Jorge	307
20	Ubeda	299
21	La Hoya	233
22	Cox	229

En esta pantalla vemos el desglose de términos incluidos en el estudio clasificados por la audiencia mensual que están generando en los buscadores. Como podemos ver en la imagen Alicante y Benidorm ocupan las primeras posiciones, siguiendo a continuación el resto del listado de pueblos, restaurantes y hoteles.

Desglose de un término



The screenshot shows a report titled 'informe de posicionamiento' from 'CIERZO DEVELOPMENT' for the 'SECTOR TURISTICO ALICANTE'. The main heading is 'Desglose de Páginas para la Palabra =====Benidorm====='. Below this is a table with 10 rows, each representing a page's ranking, position, and audience for the term 'Benidorm'. The table includes columns for 'Orden', 'Página', 'Posición', and 'Audiencia', along with a magnifying glass icon for each entry.

Orden	Página	Posición	Audiencia
1	http://www.gva.es/benid/	1	374.25806451612902
2	http://www.gva.es/benid/pges/gast/hgast01.htm	2	361.78279569892499
3	http://www.gva.es/benid/pges/urban/hoja000.htm	3	349.30752688171998
4	http://www.benidorm.org/portal/default2.asp	4	336.832258064516
5	http://www.benidorm.org/portal/	5	324.35698924731201
6	http://www.terramiticapark.com/	6	311.88172043010798
7	http://www.ajedrezbali.com/	7	299.40645161290303
8	http://www.costablanca.org/siot/spa/webcam/levante.asp	8	286.93118279569899
9	http://www.benidormciudad.net/	9	274.455913978495
10	http://www.aqualandia.net/	10	261.98064516129

Entrando en el término Benidorm podemos ver las páginas que están trabajando correctamente y están captando la audiencia para dicho término. Hemos de destacar aquí un buen trabajo institucional por parte de la Generalitat Valenciana y del Ayuntamiento de Benidorm.

Clasificación Global

Informe de posicionamiento CIERZO DEVELOPMENT SECTOR TURISTICO ALICANTE. Clasificación de Dominios por Audiencia.

Posición	Dominio	Audiencia Aproximada		
1	www.dip-alicante.es	1213		
2	www.gva.es	1094		
3	www.ua.es	897		
4	www.banidorm.org	661		
5	www.alicantetotal.com	301		
6	www.yaencontre.com	369		
7	www.upv.es	357		
8	www.diarioinformacion.com	343		
9	www.alicanteonline.net	329		
10	www.alicanteturismo.com	314		
11	www.terranticapark.com	311		
12	www.costablanca.org	300		
13	www.feria-alicante.com	300		
14	www.agedrezball.com	299		
15	www.arrakis.es	292		
16	www.fut.es	205		
17	www.panorama-actual.es	277		
18	www.banidorm.org	277		

Por fin, aquí podemos ver la clasificación global por dominios, donde de nuevo vemos un buen trabajo institucional a todos los niveles: de Comunidad Autónoma, provincial, universitario y de ciudad.

En cuanto a los medios de comunicación, aparecen correctamente posicionados el Diario Información de Alicante y Alicante Online.

Desglose de Páginas del Dominio
 =====**www.dip-alicante.es**=====

Orden	Página	Palabra	Posición	Audiencia
1	http://www.dip-alicante.es/	Alicante	3	400.369892473118
2	http://www.dip-alicante.es/bop/	Alicante	4	386.07096774193502
3	http://www.dip-alicante.es/ibi/web/principal.htm	Ibi	4	73.045161290322596
4	http://www.dip-alicante.es/adls/ibi/home.htm	Ibi	5	70.339784946236605
5	http://www.dip-alicante.es/pweb/unaro/a-098/a010_000.htm	Orihuela	1	9.5483870967741904
6	http://www.dip-alicante.es/orihuela/	Orihuela	2	9.2301075268817208
7	http://www.dip-alicante.es/ssorihue/home.htm	Orihuela	3	8.9118279569892493
8	http://www.dip-alicante.es/novelda/	Novelda	2	4.0537634408602203
9	http://www.dip-alicante.es/cocenta/a010_000.htm	Cocentaina	1	3.0322580645161299
10	http://www.dip-alicante.es/agost/	Agost	1	2.3870967741935498
11	http://www.dip-alicante.es/pweb/unaro/a-098/a019_000.htm	La Zenia	8	2.3741935483871002
12	http://www.dip-alicante.es/agost/main.asp?id=0	Agost	2	2.3075268817204302
13	http://www.dip-alicante.es/adls/pinoso/	Pinoso	10	1.4903225806451601
14	http://www.dip-alicante.es/teulada/	Teulada	1	0.64516129032258096
15	http://www.dip-alicante.es/relleu/	Relleu	1	0.64516129032258096
16	http://www.dip-alicante.es/pweb/unaro/a-118/a010_000.htm	Raspeig	1	0.64516129032258096
17	http://www.dip-alicante.es/villena/	Villena	1	0.64516129032258096
18	http://www.dip-alicante.es/servdipu/bop/2000/julio/100700te.htm	Hotel Algoda-Matola	1	0.64516129032258096
19	http://www.dip-alicante.es/bop/pdf/2004/05/05/2004-11036.pdf	Benisiva	1	0.64516129032258096
20	http://www.dip-alicante.es/pweb/unaro/a-048/a010_000.htm	Calpe - Calp	1	0.64516129032258096
21	http://www.dip-alicante.es/castalla/	Castalla	1	0.64516129032258096
22	http://www.dip-alicante.es/orba/05DeportesCV/Pelota.html	Orba	1	0.64516129032258096
23	http://www.dip-alicante.es/pweb/unaro/a-012/a011_000.htm	Algorfa	1	0.64516129032258096
24	http://www.dip-alicante.es/gatagorg/	Gata De Gorgos	1	0.64516129032258096
25	http://www.dip-alicante.es/servdipu/bop/1999/abril/270499te.htm	Hotel El Bazot	1	0.64516129032258096
26	http://www.dip-alicante.es/bop/pdf/2004/05/11/2004-10394.pdf	Hotel Los Colmeneros	1	0.64516129032258096
27	http://www.dip-alicante.es/medioambiente/recrea/	Hotel L'alqueria D'aznar	1	0.64516129032258096
28	http://www.dip-alicante.es/servdipu/bop/1997/agosto/250897te.htm	Hotel Monnegre De Arribá	1	0.64516129032258096
29	http://www.dip-alicante.es/bop/Bop_dia.asp?Fecha=%2025/04/2003&Procedencia=Calend&NumBop=%2094	Restaurante Alcocer De Alcocer	1	0.64516129032258096

Entrando en el detalle de la audiencia conseguida por la Diputación de Alicante, podemos apreciar gran cantidad de localidades y hoteles bien posicionados en los primeros resultados de búsqueda. Esto es fruto de un intenso trabajo de recopilación de información que da sus frutos (recordemos lo que sucede en Aragón con la página del gobierno en contraposición a la de aragoneria.com).

6	http://www.pueblos-espana.org/comunidad+valenciana/alicante/alfafara/	Alfafara	4	2.09032258064516
7	http://www.pueblos-espana.org/castilla+y+leon/burgos/rebolledo+de+la+torre/CASTILLO/	Rebolledo	1	1.93546387096774
8	http://www.pueblos-espana.org/castilla+y+leon/burgos/rebolledo+de+la+torre/	Rebolledo	2	1.87096774193548
9	http://www.pueblos-espana.org/comunidad+valenciana/alicante/portitxol/	Portitxol	1	0.64516129032258096
10	http://www.pueblos-espana.org/comunidad+valenciana/alicante/teix+de+abajo/Mapa/	Teix De Abajo	1	0.64516129032258096
11	http://www.pueblos-espana.org/comunidad+valenciana/alicante/rebolledo/Campamento+de+Verano+Torresella/	Torresella	1	0.64516129032258096
12	http://www.pueblos-espana.org/comunidad+valenciana/alicante/turismo-rural/	Hotel Forna	1	0.64516129032258096
13	http://www.pueblos-espana.org/comunidad+valenciana/alicante/chinorlet/SITUACION/	Restaurante Chinorlet	1	0.64516129032258096
14	http://www.pueblos-espana.org/comunidad+valenciana/alicante/las+norias/	Las Norias	1	0.64516129032258096
15	http://www.pueblos-espana.org/comunidad+valenciana/valencia/la+torre+(2)/	La Torre (2)	1	0.64516129032258096
16	http://www.pueblos-espana.org/comunidad+valenciana/alicante/la+canuta/	La Canuta	1	0.64516129032258096
17	http://www.pueblos-espana.org/comunidad+valenciana/alicante/hondon/	Hondon	1	0.64516129032258096
18	http://www.pueblos-espana.org/comunidad+valenciana/alicante/jubalcoy/	Jubalcoy	1	0.64516129032258096
19	http://www.pueblos-espana.org/comunidad+valenciana/alicante/la+canada+d.+ciro/superpueblos/	La Cañada D. Ciro	1	0.64516129032258096
20	http://www.pueblos-espana.org/comunidad+valenciana/alicante/marnes/0/	Marnes	1	0.64516129032258096
21	http://www.pueblos-espana.org/comunidad+valenciana/alicante/millena/	Millena	1	0.64516129032258096
22	http://www.pueblos-espana.org/comunidad+valenciana/alicante/lorcha+%84orxa/	Lorcha - l'orxa	1	0.64516129032258096
23	http://www.pueblos-espana.org/comunidad+valenciana/alicante/monovar+-+monover/	Monovar - Monover	1	0.64516129032258096
24	http://www.pueblos-espana.org/comunidad+valenciana/alicante/	Mnnansa De		129032258096
25	http://www.pueblos-espana.org/comunidad+valenciana/alicante/	www.torresgarcia.org.uy		129032258096
26	http://www.pueblos-espana.org/comunidad+valenciana/alicante/	www.flamenco-carmendotorres.com		129032258096
27	http://www.pueblos-espana.org/comunidad+valenciana/alicante/			129032258096
28	http://www.pueblos-espana.org/cataluna/tarragona/algars/		24	www.pueblos-espana.org
29	http://www.pueblos-espana.org/comunidad+valenciana/alicante/			129032258096
30	http://www.pueblos-espana.org/comunidad+valenciana/alicante/		25	www.mcyt.es
31	http://www.pueblos-espana.org/comunidad+valenciana/alicante/		26	www.n.mec.es
32	http://www.pueblos-espana.org/comunidad+valenciana/alicante/			129032258096
33	http://www.pueblos-espana.org/comunidad+valenciana/alicante/		27	www.xpress.es
34	http://www.pueblos-espana.org/comunidad+valenciana/alicante/			129032258096
35	http://www.pueblos-espana.org/comunidad+valenciana/alicante/		28	www.atrapalo.com
36	http://www.pueblos-espana.org/comunidad+valenciana/alicante/			129032258096
37	http://www.pueblos-espana.org/comunidad+valenciana/alicante/alcoleja/	Alcoleja	1	0.64516129032258096
38	http://www.pueblos-espana.org/comunidad+valenciana/alicante/arenales+del+sol/	Arenales Del Sol	1	0.64516129032258096
39	http://www.pueblos-espana.org/comunidad+valenciana/alicante/benamar/	Benamar	1	0.64516129032258096

Pero no es la única página trabajando correctamente en la recopilación de municipios. Como podemos apreciar, pueblos-espana.org, que se encuentra posicionado en el puesto 24, aparece colocado en los primeros lugares para un gran número de términos de búsqueda. Sin embargo, esto no le resulta tan rentable puesto que no consigue competir con igual fuerza para los términos más relevantes.

Esta es una lección importante a extraer: a veces más vale calidad que cantidad. Hemos de dejarnos asesorar por un experto que maneje una herramienta como la que estamos viendo, que sea capaz de recomendarnos la estrategia que va a ser más útil y rentable para nuestra empresa.

informe de posicionamiento

CIERZO DEVELOPMENT
SECTOR TURISTICO ALICANTE

Desglose de Páginas del Dominio
=====**www.terramiticapark.com**=====

Orden	Página	Palabra	Posición	Audiencia
1	http://www.terramiticapark.com/	Benidorm	6	311.88172043010798

Ese es el caso de Terra Mítica, que aparece en este listado de casualidad compitiendo por un único término, pero de gran audiencia como es Benidorm.

Aquí los gerentes de este portal se podrían plantear si quizás no sería una buena estrategia producir en el interior de su portal contenidos relevantes a la comunidad en la cual se asienta esta empresa.



Aplicaciones

- **Seguimiento del posicionamiento** de la página web de una institución pública. Cuanto mejor posicionada aparece la página mejor trabajo se está realizando en internet. Por ejemplo: **¿Cómo de bien se está** trabajando en IFC para hacer llegar la información que se pretende a los ciudadanos?
- **Análisis de autoridades en internet.** Por ejemplo, ¿Cual es la principal autoridad sobre Goya en Internet? ¿Y sobre Aragón?
- Observatorios. Actualmente se está desplegando la red de **Observatorios para Tecnologías de la Información** en las diferentes comunidades. La información que puede proporcionar la herramienta parece a medida de dichas instituciones.
- **Estudio de la competencia para empresas.** En este sentido hay muchas empresas que no saben cual es su verdadera competencia en internet puesto que encontrarla consiste es un método de puro ensayo y error en los buscadores. Otras empresas pueden estar consiguiendo elevados volúmenes de clientes a través de internet y hasta ahora no había un modo científico de descubrirlo. La herramienta es ideal para hacer estudios sobre la competencia sectoriales.
- **Seguimiento de valores éticos o de relevancia social.** En este sentido podemos destacar dos ejemplos:
 - La Unión Europea está muy interesada en el seguimiento de determinados valores que considera prioritarios dentro de sus políticas sociales, como pueden ser europeísmo o tolerancia. La herramienta puede ofrecer información muy útil sobre el desarrollo de dichas políticas, y en concreto sobre la **rentabilidad de determinados programas** de comunicación a través de internet.
 - Los Cuerpos de Seguridad del estado tienen a su alcance una herramienta que les permite monitorizar el comportamiento en internet de páginas webs relacionadas con determinadas palabras que pueden considerarse 'calientes'. En concreto puede ser utilizada para realizar una **alerta temprana de la aparición de webs** de carácter xenófobo, racista, pedófilo, webs que tardarían bastante tiempo en ser detectadas a través de los canales habituales.
- **Medición del ROI de trabajos de posicionamiento.** Actualmente existen en el mercado numerosas empresas que ofrecen servicios de posicionamiento dentro de sus paquetes de desarrollo web, aunque sabemos a cierta ciencia de la dudosa efectividad de estas labores. Por fin existe una herramienta con una aproximación científica para estudiar el posicionamiento.

Como hemos podido ver, las posibilidades de estudio que nos plantea una herramienta de estas características son muchas. Hemos podido esbozar aquí algunas sin entrar en un nivel técnico demasiado grande, pero muchas otras posibilidades las hemos detallado en esta diapositiva.



Conclusiones

- 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.

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 la empresa que ha construido esta plataforma de posicionamiento.

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/informes



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