

Porque crear su sitio Web hoy

Por [Angel Eulises Ortiz Herrera](#)

En negocios, quien pega primero, pega dos veces y, sin ser garantía de victoria en una lid, si condiciona el resultado final de la batalla. Parodiando de una manera crasa a Rene Descartes: Estoy en Internet, luego existo.

Trataremos de demostrar que las posibilidades de mercadeo y difusión se ensanchan cuando incorpora dentro de sus prioridades una estrategia en la red mundial de información.

Todo el juego capitalista nos condiciona a reducir costos y aumentar ingresos, a invertir únicamente en esa medida y a no quedarnos únicamente a la expectativa de copiar a los mejores. En ese derrotero, hallamos unas líneas de tendencia valiosas:

1. Los documentos impresos en papel están condenados a desaparecer en el mediano plazo: Incluya volantes, periódicos no virtuales, libros tradicionales. Esto en razón a la ecología pero también a los costos de producción y actualización de esta información, así como a la velocidad de terminado.
2. Las compras electrónicas dejaron de ser el “coco” de los usuarios y se volvieron reiterativas.

Hasta aquí tratamos de convencerlos que es una realidad tácita para muchos: el mundo tiende a volverse global e interconectado. ¿Pero tener una página Web no es caro? No, definitivamente no. Se consiguen alojamientos en servidores gratuitos (a cambio de publicidad) y sobre plantillas se puede esquematizar la información y subir a la red. Ahora, en Colombia la menos a la fecha de este artículo, se consigue alojamiento de 100 Mb por \$125.000 (7 de julio del 2007), el año, incluyendo registro de dominio. O sea, con una cantidad pequeña de recursos económicos puede vocearle al mundo su opinión y la razón de ser de su empresa, organización o ideología, costos estos más reducidos que mandar un tiraje de 1.000 libros (a una tinta pueden costarle \$6.000.000), mercadearlos y venderlos por los conductos tradicionales. Otro argumento a favor es que la publicidad virtual se puede medir en número de clicks, procedencia del interesado, idioma, etc., cosa que una campaña publicitaria en otros medios masivos es imposible de medir.

El segundo y más contundente argumento a favor de la propuesta: el auge y crecimiento geométrico y tal vez hasta logarítmico del mercado de Internet. Productos, servicios, ideas, lo que sea, se puede masificar vía la World Wide Web. ¿Cómo se puede afirmar esto?

1-) Para alcanzar sus primeros 50 millones de usuarios, la radio necesitó 38 años; la computadora personal, 16; la televisión, demoró 13 años antes de tener esa audiencia. La World Wide Web, tan solo en 4 años alcanzó los 50 millones de usuarios.

2-) A fecha abril de 1999, habían 6.000.000.000 (seis mil millones) de habitantes en el planeta, mientras que la cantidad de personas con acceso al servicio, en Abril de ese mismo año se calculaba en 165.000.000 (ciento sesenta y cinco millones: una penetración del 2,75% del total poblacional. En ese mismo año la

Posicionamiento Web II

difusión y penetración de la prensa escrita era del orden del 10,304 % para la población española.

A Junio 30 del 2007, según estudios de la empresa [internetworldstats.com](http://www.internetworldstats.com) (<http://www.internetworldstats.com/stats.htm>), la población mundial era de 6.574.666.417 (seis mil quinientos setenta y cuatro millones seiscientos sesenta y seis mil cuatrocientos diez y siete habitantes), mientras que la cantidad de cibernautas era de 1.154.358.778 (mil ciento cincuenta y cuatro millones trescientos cincuenta y ocho mil setecientos setenta y ocho navegantes): una penetración del 17,6% del total de la población mundial. Se proyecta para el año 2010 una población cautiva de Internet del orden del 1.8 billones. O sea que si se anima, tiene un mercado potencial así de grande y en crecimiento (lo ha hecho en un 699,99% desde el año 1999, un promedio aritmético anual del 87,44%) Bueno, me dirá algún atento lector, suena fácil pero hay muchas paginas Web, empresas y presupuestos gigantescos en publicidad jugando. Cierto. Pero también es cierto que usted no va a competir en todas las categorías sino en nichos específicos previamente establecidos, en base a los cuales planeará y proyectará su empresa o campaña de divulgación. Ejemplo: si su categoría genérica es el cine, en un mercado global anglófobo, competirá contra 131.000.000 de competidores web (pueden ser menos competidores reales con varias entradas indexadas) según búsqueda en google del día de hoy. Pero dentro de esa categoría caben muchas especialidades, como por ejemplo, cine arte, que limita su competencia a 7.800.000 sitios. Eso desde un punto de vista. Además tenga en cuenta que la gran mayoría de las páginas obedece a criterios estéticos y comerciales distintos, normalmente se ponen en el Internet, por el placer de ver sus publicaciones andando en la red, sin ninguna estrategia de mercadeo o visibilidad. O sea, es claro que si usted contrata un servicio de posicionamiento web, aumentara notablemente sus posibilidades de figuración y exhibición Web (sin publicidad, ni mercadeo e inclusive buenos exhibidores, sus productos, por buenos que sean se quedarán sin masificarse).

El argumento más contundente para ubicarse en lo alto de su categoría en Internet, es que la antigüedad proactiva si paga en la red, google lo premia con el famoso pagerank, que se establece entre otros parámetros por el tiempo, la popularidad del sitio, etc. Si empieza hoy en Internet, bien enfocado, en dos años podrá tener sin mucho esfuerzo un pagerank de 2,3 o hasta 4, que le dará prelación en los listados.

En otro artículo de [posicionamiento web](#) hablaba de la necesidad de ubicarnos bajo la sombra de un líder y ser arrastrados por él en nuestro ascenso. Bueno, pues seguiré aconsejando seguir la estela comercial de Google, en primera instancia, luego con Yahoo y por último con MSN Live. ¿La explicación? Según datos obtenidos a fecha Abril del 2007, por su base de datos (la de Google) hubo 4 billones de búsquedas (el 56,3% del total de búsquedas), por medio de Yahoo se hicieron 1.540.949.000 búsquedas (el 21.5% del total de búsquedas) y por medio del buscador de Microsoft se hicieron 605.400.000 búsquedas (el 8.4% del total). Entre los tres buscadores, en ese orden, acaparan el 86.2% del mercado de las búsquedas. Creo demostrar con estos datos contundentes que es secundario

Posicionamiento Web II

posicionar para otros buscadores con tanta dedicación como para estos mencionados.

Por último y para cerrar con otro tip que colaborare a mejorar la visibilidad de nuestras páginas Web, aconsejamos escoger un nombre sonoro, corto y afín con nuestro servicio a posicionar. Para vender carros un nombre como cenicienta, no horma, definitivamente.

Hasta la próxima.

Bibliografía Consultada

HARMON Roy L. La Nueva Era de los negocios. La visión de las empresas hacia la tecnología del siglo XXI, Prentice Hall Hispanoamericana S.A., México 1996.

Páginas Web consultadas, hoy 7/07/2007:

<http://www.recyt.org.ar/Delarbre.htm> :

<http://www.abcdelinternet.com/stats.htm>

<http://www.unfpa.org/swp/1999/spanish/swp99.htm>

<http://www.internetworldstats.com/stats.htm>

<http://www.clickz.com/showPage.html?page=3626304>

<http://www.infoamerica.org/TENDENCIAS/tendencias/tendencias06/pdfs/06.pdf>