

E-marketing:

Posicionamiento web y marketing en buscadores



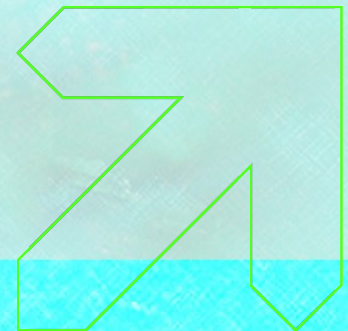


E-marketing:
Posicionamiento web
y marketing en buscadores



Estudio SEO TOP 50

**Estudio, investigación y análisis del
posicionamiento en buscadores de las 50
empresas que más invierten en publicidad en
Colombia.**





E-marketing: Posicionamiento web y marketing en buscadores

➔ ¿Por qué realizar un estudio así?

Gran parte de las empresas colombianas y compañías multinacionales con presencia en el país no hacen un aprovechamiento adecuado de sus sitios Web. Son muy pocas las compañías que desarrollan e implementan estrategias para mejorar su visibilidad en los motores de búsqueda y el intercambio de links con otros sitios para incrementar así su popularidad.

El posicionamiento orgánico es hoy de vital importancia, ya que los consumidores usan cada día más, los motores de búsqueda para encontrar los productos y servicios de su preferencia. Si nuestras empresas no figuran en las primeras posiciones, este cliente potencial muy seguramente comprará a la competencia.



E-marketing: Posicionamiento web y marketing en buscadores

➔ **Objetivo general del estudio.**

Analizar los sitios web de las 50 empresas que más invierten en publicidad en Colombia y su comportamiento en optimización y posicionamiento en los motores de búsqueda - SEO (search engine optimization).





E-marketing: Posicionamiento web

y marketing en buscadores

➔ **Objetivo específico.**

Determinar las acciones que permitan mejorar el resultado de este estudio en pro de concientizar a las empresas sobre la importancia de establecer estrategias para sus sitios web como el posicionamiento orgánico y las actividades que se deben realizar para el posicionamiento pago SEM.





E-marketing: Posicionamiento web y marketing en buscadores

➔ ¿Cuál fue la muestra y metodología utilizada?

Muestra: Los sitios web de las 50 compañías más grandes de Colombia que más invirtieron en publicidad durante el año 2007, según la revista Dinero y el último reporte del Estudio General de Medios – EGM.

Metodología: Análisis de los URL de las compañías, verificación de cada uno de los puntos del estudio 21 en total y posterior cruce para establecer los porcentajes de las variables.





E-marketing:

Posicionamiento web

y marketing en buscadores



Empresas Estudiadas

Bavaria: <http://www.bavaria.com.co>
 Comcel: <http://www.comcel.com.co>
 Tecnoquimicas: <http://www.tecnoquimicas.com.co>
 Quala S.A.: <http://www.quala.com.co>
 Colgate Palmolive: <http://www.colgate.com.co>
 Postobón: <http://www.postobon.com>
 Bancolombia <http://www.grupobancolombia.com>
 Colombia Móvil: <http://www.tigo.com.co>
 Coca-Cola: <http://www.coca-cola.com.co>
 Telefónica Movistar: <http://www.movistar.com.co>
 Nacional de Chocolates: <http://www.chocolates.com.co>
 Alianza TEAM: <http://www.team.com.co>
 Sofasa S.A.: <http://www.sofasa.com.co>
 Alpina: <http://www.alpina.com.co>
 GM Colmotores: <http://www.chevrolet.com.co>
 Johnson & Johnson <http://www.jnjcolombia.com.co>
 Almacenes Éxito: <http://www.exito.com.co>
 GlaxoSmithKline: <http://www.gsk.com.co>
 Nestlé de Colombia: <http://www.nestle.com.co>
 EPPP Medellín: <http://www.eppm.com>
 Cervecería Unión: <http://www.cerveceriaunion.com.co>
 Sancela: <http://www.familiainstitutional.com>
 Laboratorios Wyeth: <http://www.wyeth.com.co>
 Café Águila Roja: <http://www.aguilaroja.co>
 Ministerio de Defensa: <http://www.mindefensa.gov.co>

Cine Colombia <http://www.cinecolombia.com.co>
 Presidencia de la República: <http://www.presidencia.gov.co>
 Kimberly Colpapel: <http://www.kimberlypapelesfinos.com>
 Carrefour: <http://www.carrefour.com.co>
 Avianca: <http://www.avianca.com>
 ETB: <http://www.etb.com.co>
 Hyundai: <http://www.hyundai.com.co>
 Dian: <http://www.dian.gov.co>
 Alcaldía de Bogotá: <http://www.bogota.gov.co>
 Servientrega: <http://www.servientrega.com>
 Familia <http://www.cosasdefamilia.com>
 Colombia Telecomunicaciones <http://www.telefonica.com.co>
 Banco BBVA <http://www.bbva.com.co>
 Colombina Distribuciones: <http://www.colombina.com>
 Beiersdorf: <http://www.beiersdorf.com.co>
 Alkosto: <http://www.alkosto.com>
 Cafam: <http://www.cafam.com>
 Kellogg de Colombia: <http://www.kelloggs.com.co>
 Pintuco: <http://www.pintuco.com>
 Laboratorios La Francol: <http://www.lafranco.com>
 Banco de Bogotá: <http://www.bancodebogota.com.co>
 Universidad Pontificia Javeriana: <http://www.javeriana.edu.co>
 RCN Radio: <http://www.rcn.com.co>
 RCN TV: <http://www.canalrcn.com>
 Telmex.com.co: <http://www.telmex.com.co>



E-marketing: Posicionamiento web y marketing en buscadores

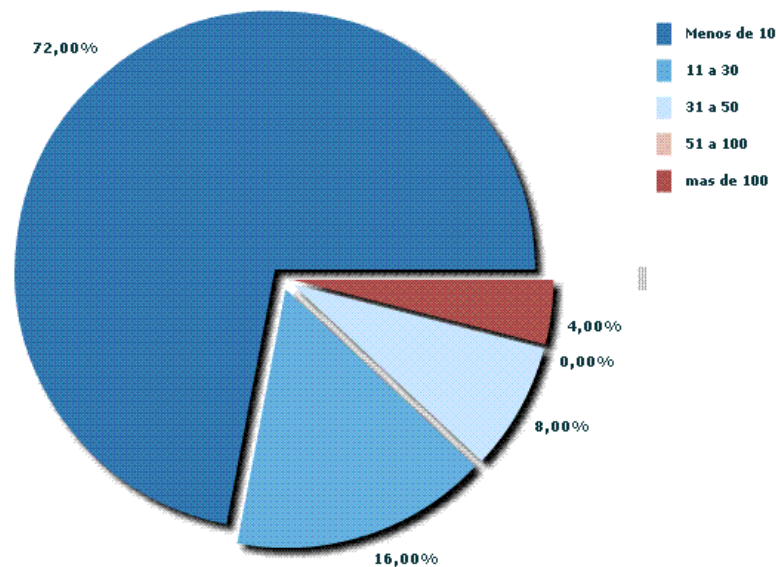


El 28% de los sitios web cuentan con más de 11 advertencias W3C.

Estas deben ser corregidas de manera más rápida pues influyen de manera directa en la calidad del sitio web.

Cantidad de Advertencias w3c

Tarta ▼



Análisis técnico

Media	1,480
Intervalo de confianza (95%)	[1,216 - 1,744]
Tamaño de la muestra	50
Desviación típica	0,953
Error estandar	0,135

Conclusiones destacadas

El **88%** eligieron:
Menos de 10
11 a 30
La opción **51 a 100** no fue elegida por nadie.



E-marketing: Posicionamiento web y marketing en buscadores



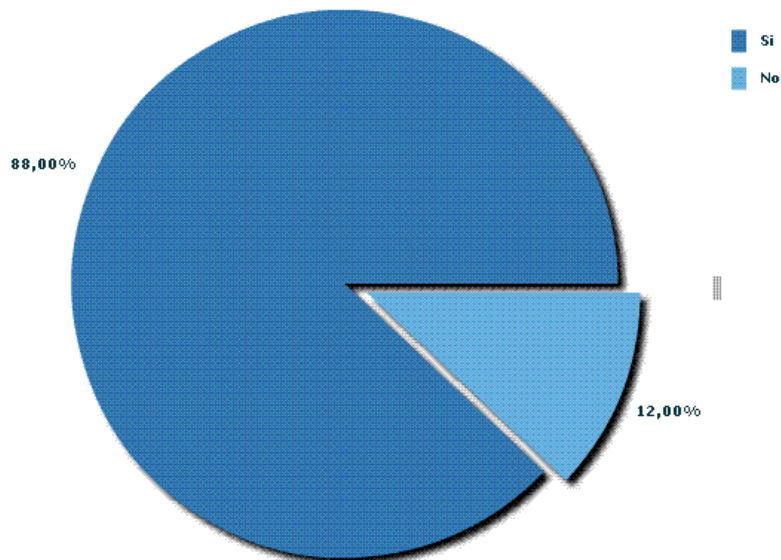
El 12% de las grandes empresas colombianas no cuentan con el dominio .com.co

Cada día hay más sitios web en Internet y los motores de búsqueda tienen que implementar acciones que permitan la ubicación geográfica de cada uno. Una forma de realizarlo es a través de las extensiones de dominio del país, en el caso colombiano: .com.co

Contar con este dominio contribuye al posicionamiento orgánico de la página web.

Es Propietario del dominio .com.co?

Tarta ▼



Análisis técnico

Media	1,120
Intervalo de confianza (95%)	[1,029 - 1,211]
Tamaño de la muestra	50
Desviación típica	0,328
Error estandar	0,046

Conclusiones destacadas

La opción mas elegida fue Si.

La opción menos elegida fue No.



E-marketing: Posicionamiento web y marketing en buscadores

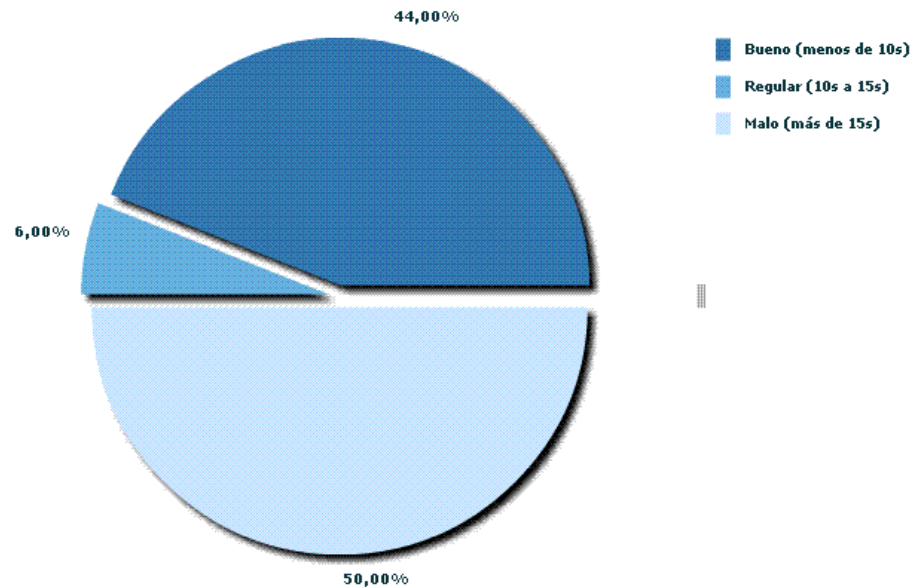


El 68% tiene que trabajar en optimizar su diseño web para que el acceso sea de manera rápida.

El 50% tiene que trabajar en optimizar su diseño web para que el acceso sea de manera rápida.

Tiempo de Carga del Sitio (128K)

Tarta ▼



Análisis técnico

Media	2,060
Intervalo de confianza (95%)	[1,789 - 2,331]
Tamaño de la muestra	50
Desviación típica	0,978
Error estandar	0,138

Conclusiones destacadas

El **94%** eligieron:
Malo (más de 15s)
Bueno (menos de 10s)
La opción menos elegida representa el **6%**:
Regular (10s a 15s)



E-marketing: Posicionamiento web y marketing en buscadores

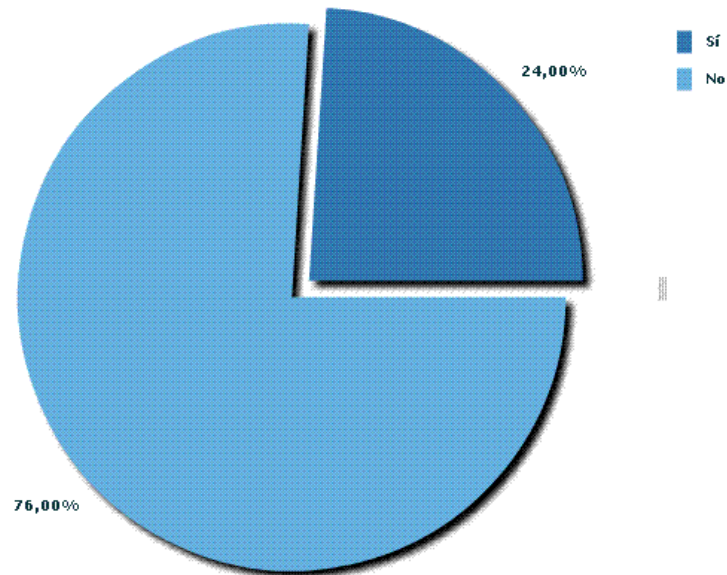


El 76% de los sitios analizados no tienen título optimizado en la página de inicio.

Los motores de búsqueda buscan indexar contenido relevante en las páginas web. Es el título luego del dominio, el contenido más fundamental para los buscadores y este debe decir lo que principalmente hace la compañía, en palabras cómo piensan sus usuarios o quien busca sus productos o servicios.

La página de inicio tiene título relevante a su negocio?

Tarta ▼



Análisis técnico

Media	1,760
Intervalo de confianza (95%)	[1,640 - 1,880]
Tamaño de la muestra	50
Desviación típica	0,431
Error estandar	0,061

Conclusiones destacadas

La opción mas elegida fue No.

La opción menos elegida fue Sí.



E-marketing: Posicionamiento web y marketing en buscadores



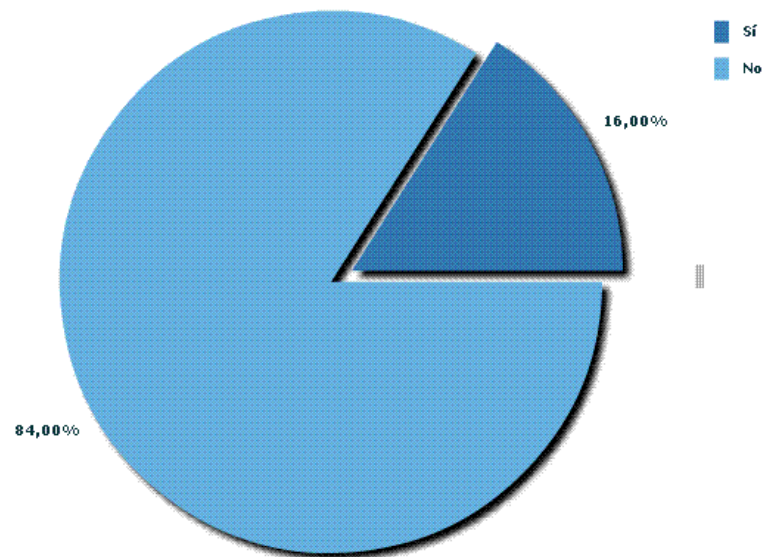
Solamente el 16% de los sitios web tiene títulos de páginas internas optimizadas.

El contenido del sitio web hace que cada página interna sea diferente, en ellas se exponen diversos aspectos de la compañía. Cada una de estas páginas debe tener un título que corresponda al contenido que allí se expone.

Realizar de manera óptima esta actividad permitirá que los buscadores califiquen de mejor manera el sitio y que los usuarios lleguen a la página de manera más rápida.

Las páginas internas tienen un título relevante?

Tarta



Análisis técnico

Media	1,840
Intervalo de confianza (95%)	[1,737 - 1,943]
Tamaño de la muestra	50
Desviación típica	0,370
Error estandar	0,052

Conclusiones destacadas

La opción mas elegida fue No.

La opción menos elegida fue Sí.



E-marketing: Posicionamiento web y marketing en buscadores

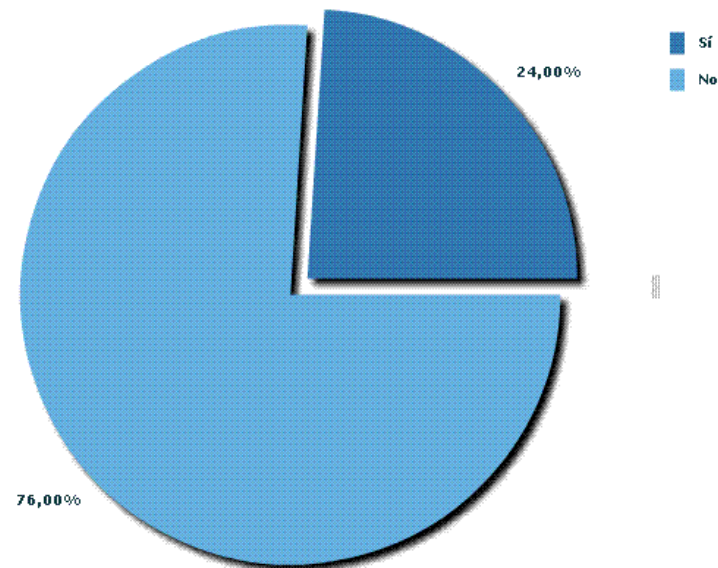


El 76% de los sitios web no tiene descripción optimizada.

La descripción es un metatags que se inserta en el código HTML en cada una de las páginas y que no es visible al usuario al navegar en la página de la compañía, pero es leída por los buscadores para encontrar la relevancia entre el dominio, títulos y contenido de palabras claves a lo largo del sitio web.

La página de inicio tiene descripción relevante a su negocio?

Tarta



Análisis técnico

Media	1,760
Intervalo de confianza (95%)	[1,640 - 1,880]
Tamaño de la muestra	50
Desviación típica	0,431
Error estandar	0,061

Conclusiones destacadas

La opción mas elegida fue No.
La opción menos elegida fue Sí.



E-marketing: Posicionamiento web y marketing en buscadores

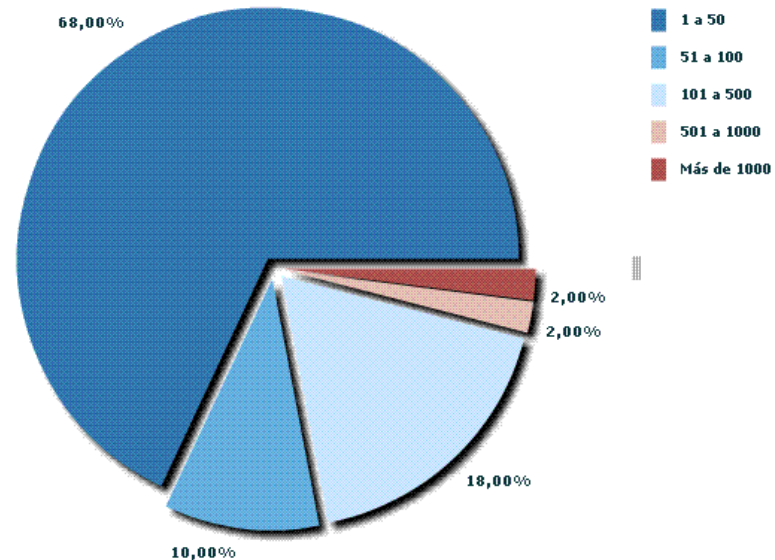


Solamente el 4% tiene más de 500 links que apunten a su sitio web.

Debido a la popularidad de las empresas estudiadas, estas deberían contar con un número superior de páginas indexadas. Si se tiene un número alto de páginas que hablen de la empresa, el nivel de posicionamiento resulta mejor.

Número de Páginas Indexadas (Google):

Tarta ▼



Análisis técnico

Media	1,600
Intervalo de confianza (95%)	[1,326 - 1,874]
Tamaño de la muestra	50
Desviación típica	0,990
Error estándar	0,140

Conclusiones destacadas

El **86%** eligieron:
1 a 50
101 a 500
La opción menos elegida representa el **2%**:
501 a 1000



E-marketing: Posicionamiento web y marketing en buscadores

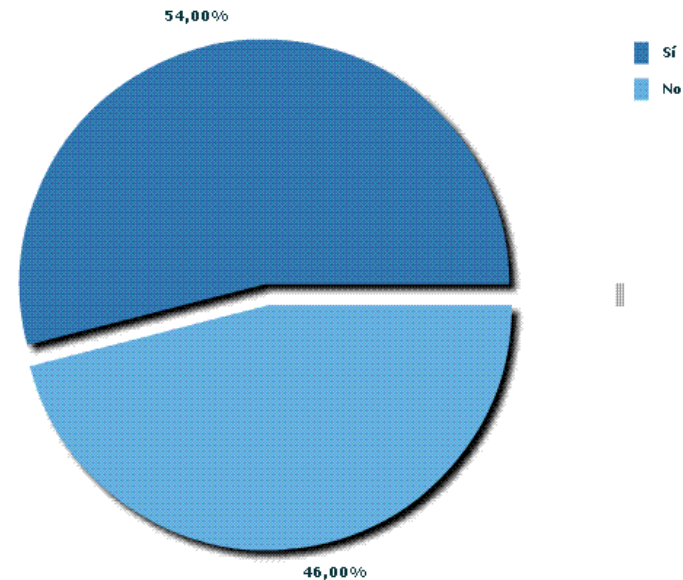


El 46% de los sitios no están registrados en el directorio DMOZ.

Los directorios web son una importante herramienta para mejorar el posicionamiento. Contar con registro en varios directorios es vital ya que los buscadores le dan mucho puntaje a las páginas que así lo hacen en el momento de generar los resultados de la búsqueda por los usuarios.

Aparece en Dmoz?

Tarta



Análisis técnico

Media	1,460
Intervalo de confianza (95%)	[1,320 - 1,600]
Tamaño de la muestra	50
Desviación típica	0,503
Error estandar	0,071

Conclusiones destacadas

La opción mas elegida fue Sí.

La opción menos elegida fue No.



E-marketing: Posicionamiento web y marketing en buscadores

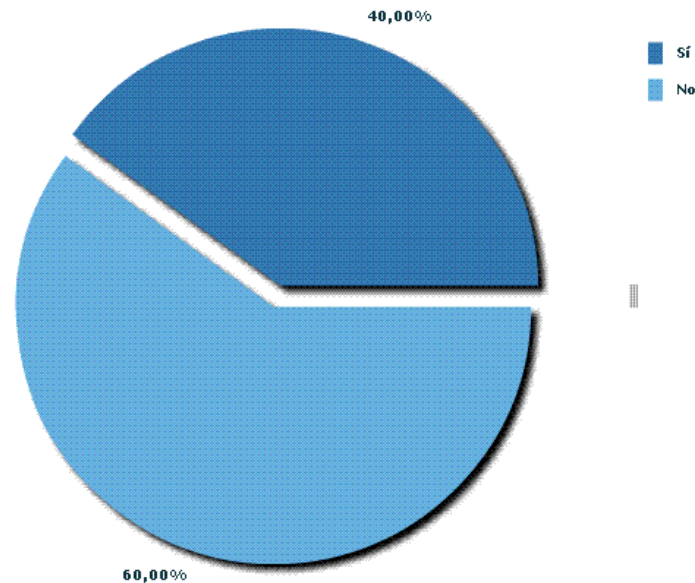


El 60% de los sitios no tienen una herramienta profesional de análisis web.

Contar con una herramienta poderosa que permita examinar frecuentemente el comportamiento del tráfico de los visitantes a los páginas, genera certeza frente a las actividades de marketing puntuales que se deben realizar en la organización y así obtener contactos calificados en pro de una mayor rentabilidad web.

Tiene Google Analytics?

Tarta



Análisis técnico

Media	1,600
Intervalo de confianza (95%)	[1,463 - 1,737]
Tamaño de la muestra	50
Desviación típica	0,495
Error estandar	0,070

Conclusiones destacadas

La opción mas elegida fue No.

La opción menos elegida fue Sí.



E-marketing: Posicionamiento web y marketing en buscadores

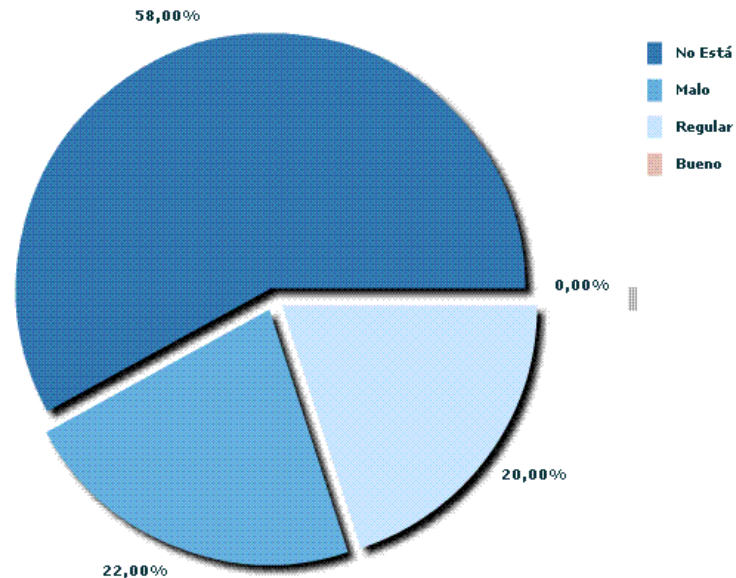


El 80% no aparece en las primeras 20 posiciones

Para poder aparecer en los primeros puestos de los resultados de búsqueda es necesario posicionarse con las palabras clave relevantes para cada empresa, negocio o sector y siempre se deben realizar de acuerdo al pensamiento del consumidor. Para este estudio se determinaron tres palabras por empresa.

Posicionamiento en Motores de Búsqueda

Tarta ▼



Análisis técnico

Media	1,620
Intervalo de confianza (95%)	[1,397 - 1,843]
Tamaño de la muestra	50
Desviación típica	0,805
Error estandar	0,114

Conclusiones destacadas

El **80%** eligieron:
No Está
Malo
La opción **Bueno** no fue elegida por nadie.



E-marketing: Posicionamiento web y marketing en buscadores

Conclusiones

- **Pese a que las empresas colombianas invierten grandes sumas de dinero en publicidad, el 76% de los sitios analizados no tienen títulos optimizados en su página de inicio, eso significa que la mayoría no están siendo visibles para los usuarios de manera rápida.**
- **El 80% de las compañías que hacen parte del estudio no se encuentra en las 20 primeras posiciones de los buscadores, ni siquiera con las tres palabras claves o genéricas relacionadas con el objeto de su negocio. Esta situación está limitando la oportunidad de generar contactos calificados de negocios, permitiendo a la competencia aprovechar estos errores de posicionamiento para tomar ventaja en el mercado a través de la web.**
- **El 96% de las marcas cuenta con menos de 500 links que apuntan hacia su sitio web. Pese a que todas gozan de gran reconocimiento, el número de páginas es insuficiente ya que los buscadores posicionan mejor las páginas que hablan más de ellas y que tienen contenido relevante, tal como se conocen los “extrasite” o enlaces fuera del sitio web.**
- **Hoy en día los principales y más relevantes motores de búsqueda son en su orden Google, Yahoo y MSN. En Colombia se estima que casi el 90% de los usuarios de los buscadores en Internet prefieren Google, por ello es relevante que los enlaces vinculados a este motor sean de calidad tanto en cantidad como en su contenido.**



E-marketing:

Posicionamiento web

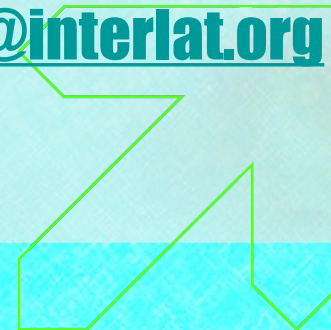
y marketing en buscadores

➔ Equipo - Contacto

Este estudio fue realizado por el equipo de Interlat Group y su marca www.emercadeo.net, Luis Carlos Chaquea, Camilo Ahumedo, Juan Camilo Chaquea.

Con el apoyo académico de la Universidad Pontificia Bolivariana.

Para cualquier información adicional pueden contactarnos en el correo electrónico info@interlat.org



emercadeo.net

Organizador • Gestor:


inter!at
g r o u p
www.interlat.org

Interlat Group
Luis Carlos Chaquea B.
Director General

www.interlat.org/lcchaquea@interlat.org

Gtalk: lcchaquea@interlat.org

Tel.: 57(1) 658 2959

Directo: 57(1) 804 8120

Móvil: 57(320) 304 5552

Carrera 47 No. 106 A 88

Bogotá • Colombia

E-marketing:
Posicionamiento web
y marketing en buscadores