

¿Cómo hacer para organizar las más de 800 millones de páginas web existentes cuando las tres cuartas partes pertenecen a empresas que ofrecen productos o servicios, como hacer para que puedan ser localizadas rápidamente en la World Wide Web por sus potenciales clientes? La respuesta está en los portales. Hoy en día, desde las grandes corporaciones hasta las "empresitas" (virtuales o reales) han decidido lanzar su portal. Y es que parece ser que el no tener portal se está convirtiendo, mas o menos, en lo que hasta hace unos años consistía en no tener web. Básicamente, un portal es nada menos que una estrategia de empresa impuesta por los veteranos del mercado estadounidense en Internet, Yahoo, Altavista y Netscape (comprada recientemente por AOL).

La raíz de este modelo la encontramos en el mercado inicial de cada uno de ellos: los buscadores de información. La idea fue crear productos paralelos para fidelizar a sus visitantes, aunque lo más importante fue retener los ingresos publicitarios de las empresas que "peleaban" por aparecer en primer termino. Esta es una característica propia del portal y significa una importante estrategia de marketing que complementa los medios tradicionales de una forma convergente, sin competición.

La definición de portal viene dada por la concentración de productos y servicios en una misma pagina web, de tal forma que el usuario tenga todos los servicios y haga innecesaria la navegación o búsqueda de información a la deriva por el ciberespacio (800 millones de paginas web, son demasiadas paginas). Estos servicios van desde la utilización de un potente buscador hasta la disponibilidad de resultados deportivos, el tiempo, horóscopo, noticias personalizables, información de bolsa, cuentas de correo electrónico gratis, etc.

Pero, y todo esto ¿para qué? La respuesta: generación de tráfico que se traduce inmediatamente en publicidad, teniendo en cuenta que la publicidad en Internet se paga por impacto que el usuario hace en un banner o link.

Desde los pioneros, Yahoo en su versión española, Ole (la que fuera adquirida este año por Telefónica) o Ozú, se vienen ofreciendo desde hace tiempo servicios como Chat ("hablar" por teclado), el tiempo, noticia (a raíz de una alianza con Europa Press), tiendas virtuales, correo electrónico gratis, etc.

La estrategia por la que parecen decantarse los portales apunta, sobretudo:

- Muchos de los portales se orientan a internautas principiantes, ofreciendo cantidad de servicios genéricos descritos anteriormente, y algunos hasta espacio web para insertar su pagina personal o de "proyecto empresarial
- Dada la proliferación de este modelo de negocio, hay tendencia que los servicios horizontales que existen en cada uno de ellos, se vuelquen a ofertar servicios verticales. Es decir especializándose en una área determinada.
- Los servicios estarán mas personalizables. Evidentemente, esto vendrá dado por la información que cada uno de los portales posee sobre sus usuarios. En esto, Yahoo es una buena muestra: todo lo que al usuario le gusta de cada uno de los servicios ofertado gratis. El resultado, mayor conocimiento del cliente y en consecuencia mayores ingresos publicitarios.
- Detrás de las estrategias que se plantean los portales, se esconde un nuevo modelo de marketing que se basa en el cliente-usuario y no en el producto, empleado en Internet como una herramienta de fidelización de dicho cliente.

En Internet, esto funciona de forma parecida. Primero fueron las comunidades virtuales, ahora lo son los portales. No basta con tener una gran pagina web y los mejores productos o servicios, sino hay que aliarse con los "sites" donde se encuentra la mayor cantidad de trafico. Si queremos atraer la mayor cantidad de usuarios (potenciales compradores) a nuestra tienda, debemos estar en un sitio visible y de fácil acceso por el internauta.

ANÁLISIS DE LOS PORTALES

Cada vez aparecen más portales, grandes, medios o "portalitos". Si bien es cierto que en Norteamérica ya dejó de ser una moda (o estrategia), en España, lejos aun de los modelos americanos, se viene acentuando su crecimiento por dos razones fundamentales: por un lado, se espera que a finales de año, los 2.5 millones de internautas aumente en un 30%, lo que supondría un potencial humano en las puertas de realizar una transacción electrónica, y por otro, teniendo en cuenta que en Internet no hay barreras ni fronteras, los 400 millones de hispanohablantes se convierten en un mercado a tener en cuenta gracias al uso común de la lengua.

Hemos analizado cinco portales que son: **Portal Entrepreneur, Msn, Altavista, Terra, Alo.**

• CONTENIDOS

Por un lado, los usuarios recién llegados se quejan de la falta desorganización reinante en la Web. No saben qué pueden encontrar, dónde encontrarlo ni cómo buscarlo. Los portales organizan la información de manera cómoda, atractiva y eficiente, consiguiendo que un usuario inexperto pueda navegar aunque a veces esa navegación no es del todo satisfactoria. Hemos escogido Portal Entrepreneur.com por ser un portal monotemático que ofrece información sobre un solo campo: **la economía en la PYME**. En él, encontramos la información que se presupone, es decir, que no hay información adicional sobre otros temas que no sean estrictamente, la economía. Su slogan es: PortalEntrepreneur.com, el sitio de los negocios PYME. Lo que sí podemos encontrar, por ejemplo son ofertas de empleo o anuncios de ferias, y noticias sobre empresas. Sus links dirigen al mundo de las pymes, de las franquicias, a la publicidad, e-business, oportunidades, empleos, capacitación, finanzas, shopping, novedades y tiempo libre.

No pareció interesante analizar un portal monotemático, ya que la mayoría de los demás, como hemos dicho antes, se dirigen a un público joven, que busca información de todo tipo, entretenimiento y su objetivo es de ganar dinero a toda costa sin pararse en una buena organización de los contenidos. Por poner un ejemplo, los portales serían como un quiosco con cientos de revistas con las portadas en blanco. Si un usuario quiere encontrar información, tiene que ojear las revistas una por una hasta encontrar aquella cuyos contenidos le interesan. La web de Entrepreneur sería un quiosco con una única revista de temática general. El usuario podrá encontrar rápidamente información (aunque no sea demasiado extensa) sobre el tema que le interesa. En Msn y Terra, los contenidos son tan amplios que llegan a tocarlo todo, es decir, Juegos, agendas, deportes, dinero-bolsa, noticias, viajar, tecnología,... Son portales donde no dejan ni un hueco vacío y la información llega a ser infra-información pues no es ni clara ni evidente. Los contenidos se distribuyen por links y los más atractivos (siempre según los gerentes de información de los propios portales) van acompañados de una foto del acontecimiento y suelen ser eventos de la actualidad tanto nacional como internacional. Asimismo, hay que destacar dos hechos significativos y son que algunos de estos Portales por un lado o se están especializando o bien que algunos están regionalizando sus contenidos para llegar a más Internautas.

En Altavista los contenidos se reducen a una mera búsqueda por parte del internauta que será el encargado dirigir en un principio la búsqueda que desee realizar. Por ejemplo, si se desea música tiene una pestaña llamada MP3/Audio, si se desean imágenes existe un buscador especial al que nos dirigiremos mediante una pestaña llamada imágenes, y otra con el nombre de Clips de video, y así sucesivamente. No existe información proporcionada por el portal el que sí que proporciona esa información es el buscador.

Alo.com nos sorprendió por su simpleza. Pequeña, colorista y con la información agrupada por grandes temas como son: Vida y sociedad, buen vivir y ecología, ciencia y cultura, música y espectáculos, y de esta manera nos encaminaremos por el itinerario que más nos plazca sin tener que decidimos por uno de los 2 millones de links de otras páginas que luego no conducen a nada que no sea la desinformación.

• DISEÑO Y CREATIVIDAD

Los portales son el resultado de una idea simple, agrupar en una página los servicios más utilizados por los usuarios: correo electrónico, buscadores, noticias de diversos temas e información meteorológica. Además, esa página tiene que ser la homepage o página de inicio, la que aparece cuando ponemos en marcha el navegador. De este modo, los portales consiguen rellenar dos lagunas que se presentan a los usuarios de Internet. De ahí que tengan ser muy atractivos y con un diseño que conjugue a la perfección la creatividad con la **UTILIDAD**. Un Portal es una **Estrategia de Marketing** Internet la cual tiene como objetivo conseguir que los Internautas, cuando accedan a Internet lo hagan siempre a través de una WEB determinada. Para conseguir fidelizar a dichos Internautas se deberá dotar a su Portal (WEB) de dos aspectos muy importantes, que son: **Servicios y Contenido**. Esta es una definición de portal muy precisa que encontramos en la red. En ellas se enfatiza la coordinación necesaria entre servicios y contenido.

Existen diseños simples y efectivos, simples e inservibles, complicados y nada útiles, y complicados y muy interesantes. En portalentrepreneur.com el diseño es simple, pero útil. No tiene grandes fogosidades, ni grandes efectos de Flash, pero el usuario no tendrá ningún problema para encontrar lo que busca. En él, prima la seriedad necesaria de un portal con estas características ya que se habla únicamente de economía, y los usuarios que deseen realizar consultas en el portal, sin duda, no buscarán, ningún gran efecto de luz no de color.

La mayoría de los portales ofrecen un diseño dinámico y especialmente diseñado para ellos, es decir con una premisa que es: aprovechar el sitio al máximo. Con ello además podremos conseguir que nuestro Portal se convierta en una vitrina o escaparate en el que podremos vender nuestros productos o los de terceras empresas. Los navegadores están repletos de pequeños links que te dirigen a la información que buscas, pero sucede que no la encuentras por la invasión de estos pequeños links. Así sucede con los portales de Msn, se pone muy de manifiesto en el portal de Terra (portal de Telefónica que a pesar de un fantástico inicio en Bolsa, fue luego una ruina para los que apostaron por el portal). En cambio, el portal de alo.com, es muy sencillo ya que ofrece solo ocho links, como dijimos antes, que agrupan los temas que nos interesan. Están alineados a la derecha y en el resto de la página vemos un diseño de colores con un HOY escrito en grande que sin duda nos ofrecerá la información más actual día a día.

Además existen distintas opciones para conseguir fidelizar al Internauta a aparte del Servicio y el Contenido. Una de ellas es la opción de que el Internauta pueda personalizar su Portal. El objetivo final de un Portal es que el Internauta pueda encontrar en él todo lo que necesita y busca en Internet, consiguiendo con ello que cuando acceda a Internet lo haga a través de ese Portal.

• FUNCIONALIDAD Y UTILIDAD

Según Microsoft, MSN, cubrirá el 90% de la población mundial que navega por Internet. Lo que está claro es que Microsoft al igual que otras empresas de Internet, está apostando decididamente por su Portal en Internet. Msn es un portal dirigido, sobretodo, a la población mundial de habla hispana y ofrece servicios muy útiles al usuario como correo gratuito, llamado Hotmail, el más usado del mundo, y además de los mismos servicios que ofrecen todos y cada uno de los navegadores ofrece uno muy goloso, el **MSN Messenger Service**, servicio que te informa **personalmente** del correo recibido, además de darte la posibilidad de conocer cuales de tus amigos están al mismo tiempo que tú enganchados a la red y permitirte el hablar con ellos en un chat absolutamente privado, aunque tienes la posibilidad de poder invitar a él a todo aquel que quieras. Dispone de la opción llamar con la que, con la ayuda de los cascos y un micrófono, podrás continuar tu buceando por Internet hablando a tu compañero sin necesidad de escribir y tener que interrumpir la navegación.

Como ya hemos dicho antes, nos parece que la funcionalidad del portalentrepreneur.com es total. Total porque es **útil**. Toda la ayuda que un pequeño o mediano empresario pueda necesitar de la red, o temas que le vinculan directamente pueden ser encontrados sin dificultad en el portal. El diseño ayuda a esta funcionalidad al tener link grandes que no se prestan a ninguna duda sobre el camino que el usuario debe llevar. Esto puede tener como consecuencia lograr un alto grado de fidelización por parte de los clientes que consiguen lo que

buscan con cada inmersión en la página.

Terra y Msn, dos portales muy generalistas lograrán la fidelización de sus clientes si detrás de cada enlace que ofrecen con información existe un buen esqueleto informativo, es decir si nos lleva a una información veraz y sobretodo, que responda a las expectativas. En el caso de Msn podemos afirmar que la información que ofrece está elaborada por profesionales y casi siempre coincide con lo que el espectador esperaba de ella. No siempre pasa esto con Terra, que esconde mucha paja detrás de sus expectativas de información veraz y seria. Los servicios que ofrece el portal no son siempre todo lo útiles que deberían ser. Si bien es cierto que este portal y a otros muchos, aun les falta incluir servicios o contenido, también lo es el echo de que para ello hacen falta unos recursos con los que no se cuenta siempre, es por ello que hay que darles un poco de tiempo. Y no cuentan siempre con estos recursos porque les dan mucha más importancia al diseño y a la apariencia exterior que al contenido y se abre el eterno debate: **¿Quién es más útil para un portal un web master o un gestor de información?**, o los dos, o una buena conjugación de ambos. Lo que es imperdonable es que los contenidos que nos ofrecen los portales se sujeten en profesionales de otras ramas de la comunicación y no periodistas como debería ser, si no periodistas, buenos gestores de información y no maravillosos creativos que crean auténticas obras de arte pero que luego te invitan a no volver por la mala información ofrecida.

Altavista.com es muy útil en su especialidad, las búsquedas. Es difícil determinar cada una de las características que debe tener un buscador para ser un buen buscador pero si hay una que diferencia Altavista de los demás es la especialización que ofrece para las búsquedas, poder diferenciar entre una y otra y así procurar resultados mucho más especializados y que se acerquen más a lo que el usuario exige o estaba buscando.

En Alo.com encontramos la utilidad, como mencionamos anteriormente, en el agrupamiento de los contenidos por temas más generales.

- **CONSOLIDACIÓN ECONÓMICA DE LA EMPRESA**

Lo importante es conseguir que nuestra web sea la puerta de acceso del usuario a Internet. Nuestra empresa, la mayoría de las veces solo tendrá una fuente de beneficios, la publicidad y será por impacto como recibamos el beneficio así que el principal interés de las páginas debe de ser fidelizar al usuario para que lo primero que vea al conectarse a Internet sea la publicidad incorporada en nuestro portal. Esto se ha convertido en **la guerra de los portales**.

Si tenemos en cuenta la evolución que ha habido en cuanto a Estrategias de Empresa y Marketing en Internet vemos que los Portales pueden llegar a significar un cambio muy profundo, todo ello debido por ejemplo a la gran cantidad de alianzas y compras que se están produciendo y se producirán entre las empresas de Servicios y Contenidos de Internet, con el objetivo de dar forma y fondo a los Portales. Según un famoso noticiario de la red para entender como han aparecido los portales debemos de analizar las estrategias que han existido en Internet. Para ello se divide las épocas que son:

- Lo importante era estar en Internet.
- La época del Valor Añadido.
- Comercio Electrónico y Tiendas Virtuales.
- Los Mall o Grupos de Tiendas Virtuales.
- Los Portales. Pero entre medio podríamos destacar sin lugar a dudas otras Etapas, como la de los Newsgroups (o Grupos de Noticias), con lo cual se conseguía notoriedad y dar a conocer a la Empresa que gestionaba dichas noticias.
- **CONCLUSIONES**

De los cinco navegadores que hemos escogido para realizar este análisis sobre los portales que hoy en día ocupan nuestra red hemos sonsacado su utilidad y sus contenidos.

Alo.com nos ha gustado sobretodo por la agrupación de los temas, y así el usuario no tendrá problemas para conseguir dirigirse a la información deseada en el mínimo tiempo posible. Su simpleza le provee de su calidad.

Altavista.com ofrece un buscador especializado con diferentes pestañas para aclarar cual es la búsqueda exactamente que quiere realizar y así poder ofrecer mejores resultados al usuario que no recibirá dos mil soluciones a su búsqueda de las que en realidad no le sirven más que tres o cuatro. Su especialidad, ofrecerte esas tres o cuatro.

Portalentrepeneur.com es un portal monotemático que nos ha gustado por el diseño formal y serio que esconde información al detalle sobre todos los temas que interesan a la pequeña y mediana economía. Es como entrar en el Instituto de Comercio pero desde el propio ordenador. Muy positivo.

Finalmente, Terra y Msn, dos portales muy generalistas. Ofrecen todo tipo de información al usuario pero no pueden ofrecer contenidos verdaderamente personalizados y especializados. Son tanto los campos que quiere abarcar que parece que tanto abarca, nada aprieta. Quizás debiera optar por temas más generales y por información con mas calidad.

COMUNICAR EN LA RED 3º A2 PERIODISMO

TRABAJO 1 TECNOLOGÍA 10

O