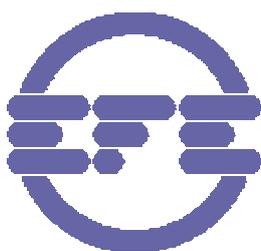


Instituciones españolas en la WWW:
posicionamiento y flujos de
información



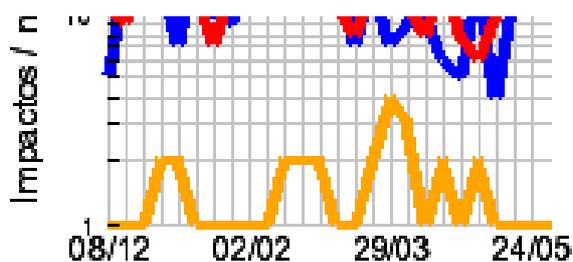
Ignacio Muro Benayas

Director de Desarrollo de Productos

Agencia EFE



I.- El posicionamiento de las instituciones españolas en la WWW



- ¿Potenciar nuestra web es potenciar nuestra presencia en la WWW?

- ¿Cómo valorar el impacto real de esa presencia?



II.- Conocer los canales que definen el posicionamiento en la WWW

- *Lo que cada institución dice de si misma:*

1. Su sitio web

- *Lo que otros dicen de nosotros:*

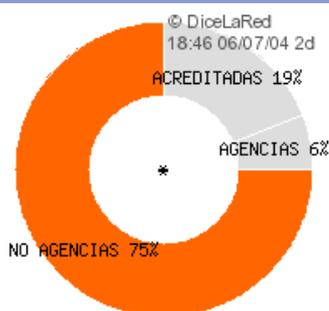
2. Noticias publicadas en los medios de comunicación de todo el mundo.

3. Comentarios en Blogs y foros de opinión



III.- Conocer como se produce el flujo de información en Internet

Agencias en Google News



- El 14 % de las noticias están acreditadas a las Agencias.
- Los medios acreditan, en promedio, solo una de cada cinco utilizadas.

Entre el 60 y el 70% de la información publicada procede de las agencias



[Un eclipse de luna y mucho más](#)

La Vanguardia (Suscripción) - Hace 8 minutos Madrid. (EFE).-

[La mayoría de las fábricas ocupadas en Argentina están en...](#)

OberaOnline - Hace 8 minutos (EFE).-

[Trujillo advierte que el Gobierno podría paralizar obras ...](#)

Libertad Digital - Hace 13 minutos LD (EFE)

[El BOE publicará hoy los nombramientos de los delegados de Ceuta ...](#)

Melilla Hoy - Hace 14 minutos

[El Barcelona, a un punto del Madrid: se impone 4 a 1](#)

El Diario de Yucatán - Hace 21 minutos

MADRID (EFE).— El Valencia dio un importante golpe a la Liga

[Felix Solis mantiene negociaciones de compra de bodegas checas](#)

Invertia Chile - Hace 22 minutos

[Nuevo motor de 100 caballos para el Clio de la marca](#)

Renault

El Diario de Yucatán - Hace 23 minutos MADRID (Por Juan Carlos Zamora (EFE)

[Visión de](#)

El Diario de Yucatán - Hace 23 minutos

IV.- **EFE** en la
WWW:
la reproducción
instantánea de sus
contenidos





V.- El espacio de publicación - cultura e instituciones - es finito en cada medio

Comparativa Grandes Medios / EFE	Promedio Noticias Publicadas	%	Promedio Noticias EFE	%	Ratio EFE/ Medios
TOTAL CULTURA	7,0	7,3%	60,1	8,4%	8,6
TOTAL DIARIO	95,7	100,0%	715,3	100,0%	7,5

- **Para poder abastecer la selección desde diferentes perspectivas EFE tiene que ofrecer a los medios casi 10 veces más contenidos que los que publican**

(*) Entre el 29 de Marzo y 4.de Abril de 2004.

(**) ABC, El País, El Mundo, El Periódico, La Vanguardia, La Razón, El Correo, El Norte de Castilla, Las Provincias



VI.- EFE anticipa el perfil de lo publicado

Comparativa		
Grandes Medios /	%	%
EFE		
Cine	27,7%	19,2%
Literatura-libros	19,7%	20,0%
Música	20,3%	22,2%
Arte	18,1%	23,1%
Actos - Exposiciones	10,1%	16,7%
Lenguaje	4,1%	5,1%
TOTAL CULTURA	7,3%	8,4%
TOTAL DIARIO	100,0%	100,0%

El liderazgo se manifiesta en la capacidad de condicionar la visión de la actualidad

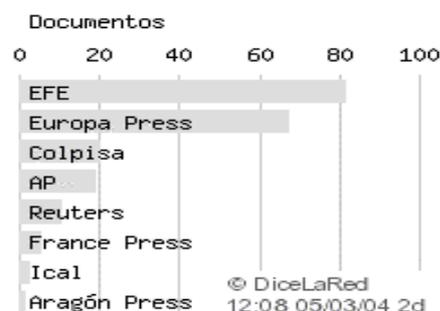
(*) Entre el 29 de Marzo y 4.de Abril de 2004.

(**) ABC, El País, El Mundo, El Periódico, La Vanguardia, La Razón, El Correo, El Norte de Castilla, Las Provincias



VII.- No basta con conocer nuestra presencia absoluta, también la relativa

Agencias: competencia en la prensa nacional

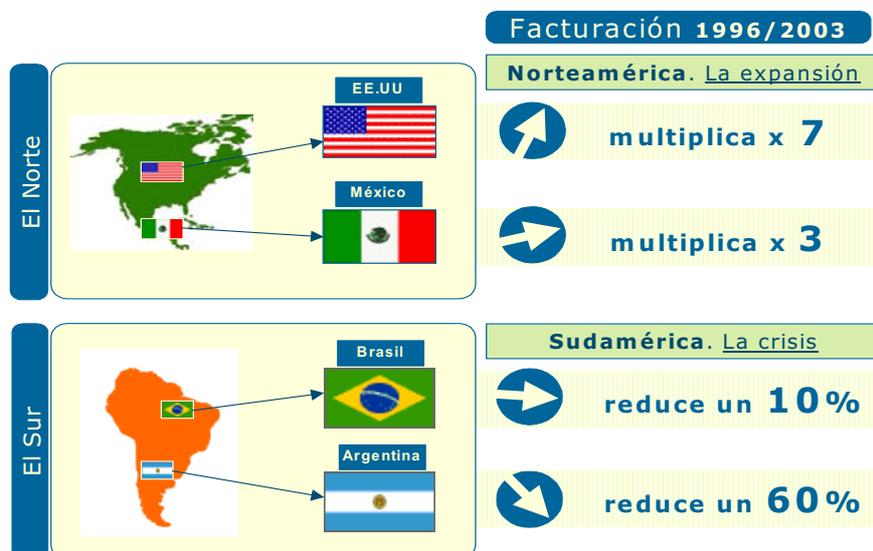


Conocer y seguir la presencia comparada con la de la competencia: una obligación



VIII.- El crecimiento del mercado americano condiciona el futuro.

Los grandes Mercados Americanos



El mercado de Norteamérica (USA más México) crece a una tasa del 20% anual acumulada



IX.- EFE multiplica la efectividad del buen trabajo en la web

Diarios	134
Revistas	205
Internet	58
Radios	31
Televisiones	19

Casi 500 medios
solo en
Norteamérica

Pocos pueden manifestar una capacidad tan grande de multiplicar los impactos de una comunicación



X.- Algunas conclusiones para multiplicar el impacto de un buen trabajo

1. Convertir en actualidad nuestro trabajo.
2. Transformarlo en una sucesión de mensajes noticiables
3. Identificar el formato – foto, reportaje, video, noticia- que le aporta más valor
4. Utilizar los canales mediáticos – agencias, medios- que multiplican los impactos
5. Medir el efecto que producen nuestras actuaciones
6. Especializarse en el seguimiento de la competencia.