

Fiestas del Pilar Zaragoza

Observatorio de
posicionamiento **en**
Google para **Aragón**



o10media
MARKETING Y DESARROLLO WEB

Índice

4

Introducción

6

Las fiestas del Pilar 2014

Análisis de cómo fueron las tendencias de búsqueda en Google en lo que respecta a las fiestas del Pilar en 2014

9

Expectativas de las fiestas en 2015

Previsión y expectativas que están generando en Google las consultas sobre las fiestas del Pilar con respecto al año pasado.

11

Análisis de portales de información

Estudio SEO sobre los portales de información que aparecen en los primeros resultados en la primera página de Google.

14

Influencia en el turismo de Zaragoza

Análisis de las consultas en Google de negocios de alojamiento y hostelería y su relación con las fiestas del Pilar

16

Conclusiones del estudio



Introducción

Las Fiestas de El Pilar es el mayor evento festivo de la ciudad de Zaragoza. Durante unos días, y coincidiendo con el puente de la Hispanidad, Zaragoza se convierte en actualidad en toda España.

Por eso, desde o10media hemos querido realizar un estudio específico sobre las Fiestas de El Pilar y su incidencia en las búsquedas que realiza la gente con respecto a estas fiestas. Para ello, vamos a ver cómo fueron estas búsquedas en Google a lo largo de 2014 para conocer las dimensiones de este acontecimiento, así como las previsiones para este año.

A lo largo de este estudio de posicionamiento responderemos a las siguientes cuestiones:

- Las Fiestas de El Pilar de 2014: ¿Cuál es el volumen de búsquedas que se realiza para las fiestas de El Pilar? ¿De dónde proceden estas búsquedas? ¿Qué dispositivos utilizan?
- Previsión de este año. En función de los meses previos a las fiestas de El Pilar 2015: ¿los usuarios buscan más o menos con respecto al año pasado?
- Informe de posicionamiento SEO de los portales mejor posicionados para las búsquedas de información con respecto a este año, comprobado a mes de septiembre de 2015.
- ¿Influyen las fiestas de El Pilar en el turismo de la ciudad si nos ceñimos exclusivamente a las búsquedas en Google?

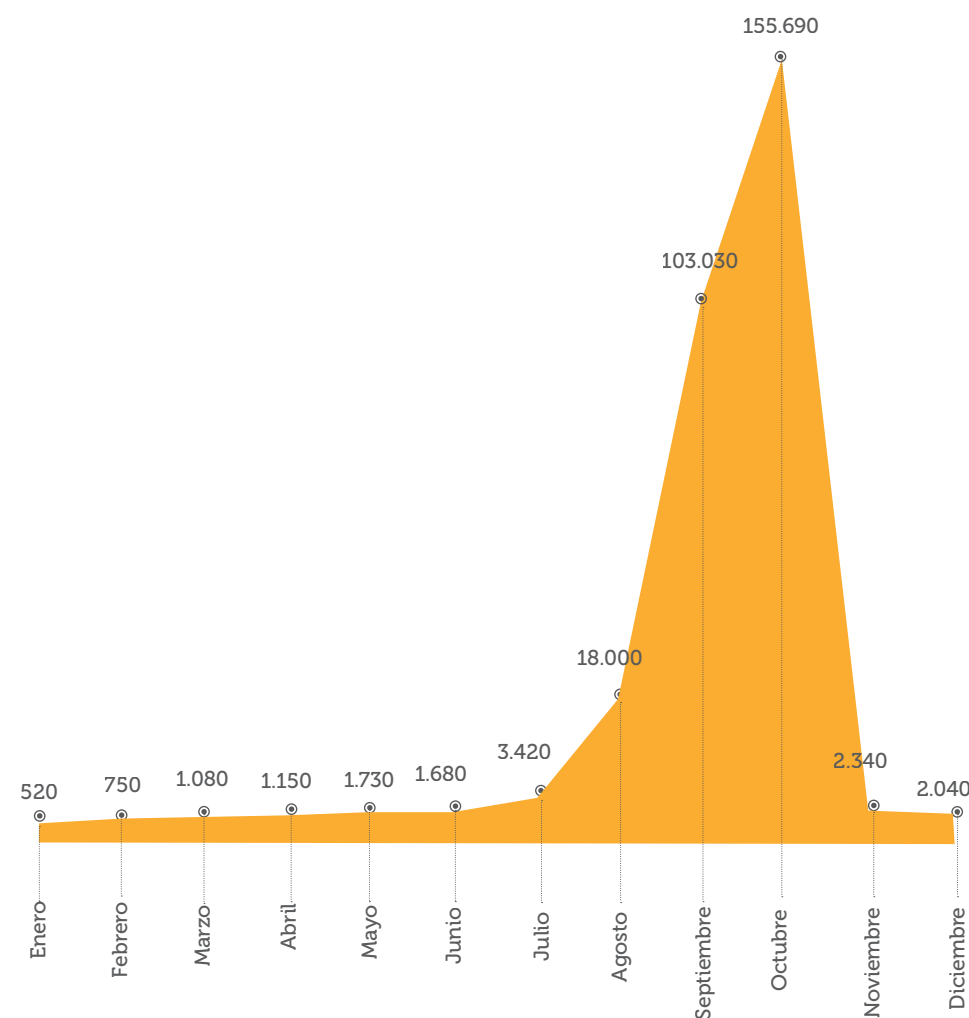
Así fueron las Fiestas del Pilar en 2014

Para conocer mejor las dimensiones de las fiestas de El Pilar en Google necesitamos ver los datos de 2014. Así, las herramientas disponibles en Google ofrecen datos hasta pasados dos meses de que se realizarán dichas búsquedas.

En este sentido, hemos aglutinado hasta 51 búsquedas distintas referentes a las fiestas de El Pilar durante 2014. Estas búsquedas hacen referencia exclusiva a la festividad, no a otros eventos vinculados. Por ejemplo, no se incluyen las búsquedas de sitios donde se organizan eventos durante estos días como "espacio z", "interpeñas" o "parking norte".

Estas búsquedas están vinculadas con consultas generales ("fiestas del pilar 2014"), programa de las fiestas ("programa de las fiestas del pilar 2014"), la ofrenda, el pregón o los conciertos.

Como vemos a continuación, a lo largo de 2014 el volumen de estas búsquedas fue espectacular.



Así, se produjeron en todo el año más de 290.000 búsquedas sobre las fiestas de El Pilar. Como es normal, los meses de mayor número de estas consultas se produjeron en septiembre y octubre, con casi 260.000.

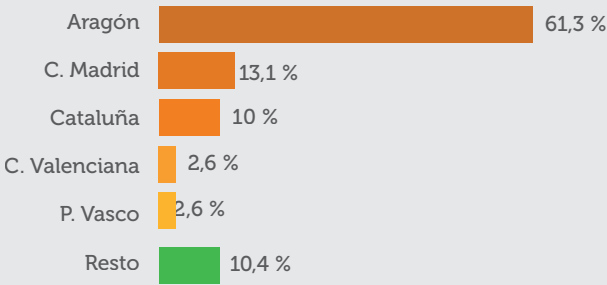
Veamos ahora el volumen de búsquedas según el tipo de consulta que es.

	Total	Porcentaje
General	180.000	61,8%
Programa	60.660	20,8%
Conciertos	39.180	13,4%
Ferias	4.610	1,6%
Pregón	4.280	1,5%
Ofrenda	2.630	0,9%

Como podemos comprobar, más del 60% son búsquedas genéricas, mientras que aquellas que buscan información algo más específica como el programa o los conciertos de las fiestas suponen el 20% y el 13% de todas las consultas, respectivamente.

Procedencia de los usuarios

Gracias a los datos que nos ofrecen las herramientas de Google, podemos conocer también la procedencia desde donde se realizan estas búsquedas, como podemos ver en la siguiente gráfica.



Como cabía esperar, Aragón es la comunidad donde se realizan un mayor número de consultas. En total, acumula un 61% de todas las búsquedas. En segundo lugar encontramos la Comunidad de Madrid, con más de un 13% y, en posterior lugar; Cataluña, con un 10%.

¿Qué dispositivos se utilizan?

Ahora vamos a ver los dispositivos que utilizan los usuarios para buscar los términos estudiados.



43,2%



48,9%



7,9%

Tal y como se puede ver, los dispositivos móviles ya han dejado atrás a las consultas desde PC a un ritmo increíble.



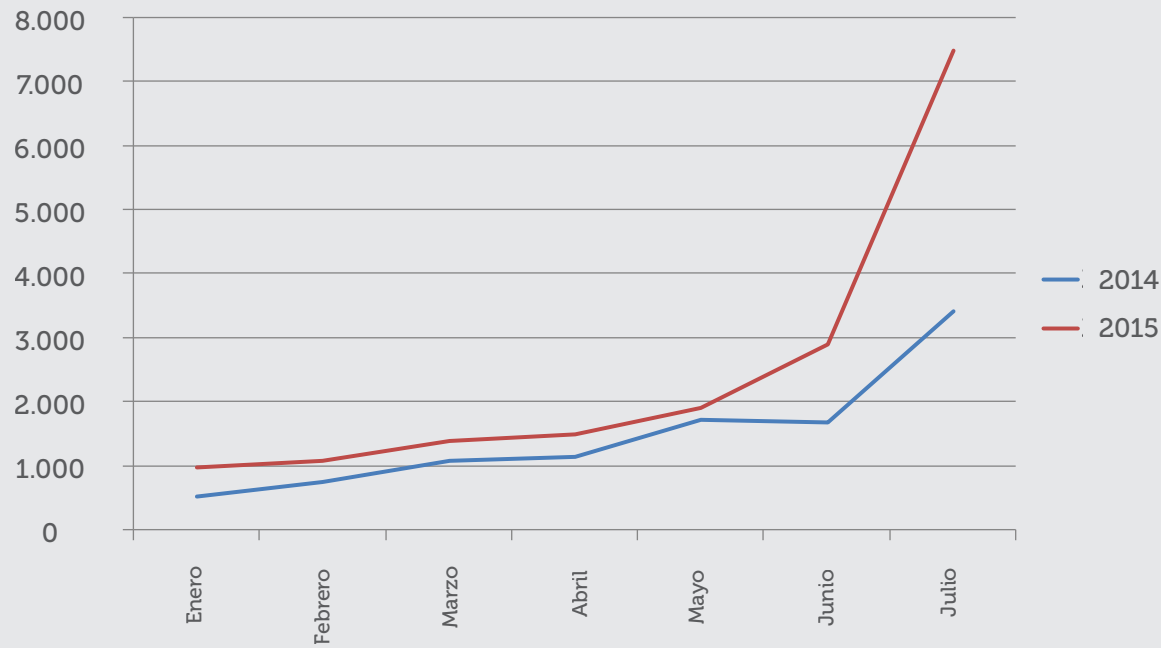
Autor: Tino Gil para Zaragoza Turismo

Previsión de 2015

La pregunta que nos hacemos en este apartado es el siguiente: ¿los usuarios realizarán más consultas que el año anterior para las Fiestas de 2015 o no?

Evidentemente, todavía es pronto para saberlo, pues actualmente los datos de búsqueda reflejados en las herramientas de Google datan hasta julio de 2015 y ya hemos visto que son los meses de septiembre y octubre cuando se incrementan, de forma abismal, el número de consultas. Algo normal, debido a que el programa de fiestas se publica por completo en el mes de septiembre.

Sin embargo, con estos datos, comparados con los del año pasado, nos puede dar una idea de si hay o no una mayor expectativa de las fiestas. Veamos pues los datos mes a mes desde enero a julio en ambos años.



Como podemos observar, el año pasado y hasta el mes de julio se habían producido 10.300 consultas. Este año, se han realizado 17.250 búsquedas. Es decir, un 67% más.



Informe SEO de las Fiestas del Pilar 2015

Como ya hemos visto, las Fiestas de El Pilar constituyen un gran volumen de búsquedas. Así, el tráfico desde los buscadores es fundamental para portales de información. ¿Qué portales serán los mejor posicionados?

Para ello, vamos a ver qué páginas están mejor posicionadas. Ahora bien, hay que tener en cuenta que los mayores picos de consultas se producen en octubre y que las posiciones pueden variar.

De entre las 51 búsquedas destacamos diferentes portales. Algunos son medios, otros son instituciones y otros son portales genéricos de información, directorios o redes sociales. Según los datos, los portales con más visibilidad SEO para estas consultas son los siguientes:

- Heraldo de Aragón.
- Red Aragón (El Periódico de Aragón).
- Aragón Digital.
- Ayuntamiento de Zaragoza.
- Turismo de Aragón.
- Wikipedia.
- Facebook.
- SoydeZaragoza.es.
- PilaresZaragoza.com.
- Aragón Musical.
- Interpeñas.
- Zaragozala.com.

Estimación de Tráfico Orgánico

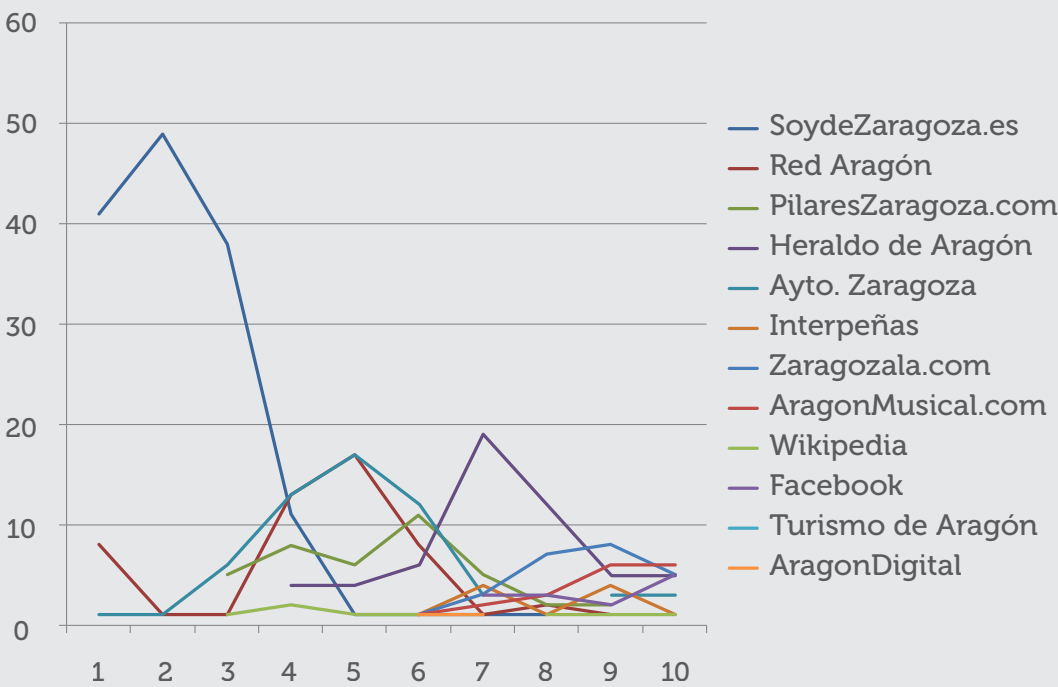
En primer lugar, vamos a ver el número total de veces que aparecen estos portales entre las diez primeras posiciones del buscador.

Portal	Resultados	Portal	Resultados
SoydeZaragoza.es	143	Zaragozala.com	24
Red Aragón	52	AragonMusical.com	18
PilaresZaragoza.com	39	Wikipedia	9
Heraldo de Aragón	55	Facebook	15
Ayto. Zaragoza	59	Turismo de Aragón	2
Interpeñas	11	Aragón Digital	2

Como se puede observar, es el portal SoydeZaragoza.es el que más resultados tiene entre las primeras 10 posiciones, con un total de 143 resultados. Dicho de otra manera, tiene una media de casi 3 resultados en primera página por cada una de las consultas que se realizan. Un resultado increíble.

En segundo lugar se encuentra la página web del consistorio (zaragoza.es) con 59 resultados, seguido del Heraldo de Aragón; con 55, y Red Aragón; con 52.

A continuación, veamos el número de resultados en función de cada posición de la primera página de Google.



Como vemos, el dominio de SoydeZaragoza.es parece incontestable. Este portal tiene más del 80% de los primeros resultados de búsqueda, el 96% de los segundos y casi el 75% de los terceros. Red Aragón, por su parte, cuenta con el 15% de primeros resultados. Con estas premisas, parece claro que Soy de Zaragoza es el portal mejor posicionado.

Ahora bien, estas posiciones por sí mismas no tienen ninguna validez sin situarlas en un contexto. Así pues, no es lo mismo aparecer en la primera posición para una consulta con un gran volumen de búsquedas a aparecer primero en búsquedas con mucho menor volumen. Por eso, en este análisis hemos tenido en cuenta el tráfico estimado en función de cada búsqueda y del CTR de cada posición.

El CTR es el porcentaje de click que se hace en cada resultado de búsqueda. Pero ¿Cómo determinar este tráfico estimado? Hay numerosos estudios que hablan sobre la media de clicks en cada una de las posiciones.

En este caso, hemos escogido el estudio que ofrece Chitika por dar un mayor peso al posicionamiento orgánico debido a los siguientes motivos:

- No hay posicionamiento local al ser búsquedas de información y no de negocios locales.
- En el momento de la búsqueda no había anuncios, por lo que todos los clicks se centran en el posicionamiento orgánico.

Este análisis considera que el 91,5% de los clicks en búsquedas se producen en la primera página de Google. En cuanto a los datos de consultas, debido a que no conocemos todavía los datos de 2015, la mejor opción es recurrir a los del año pasado. Como ya hemos comentado, se trata únicamente de tráfico estimado, pues las posiciones pueden variar o el tráfico de búsquedas puede ser distinto. Sin embargo, nos sirve para saber qué portal está mejor preparado para recibir más visitas a través de las consultas informativas sobre las fiestas del Pilar.

Portal	Tráfico estimado	%	Portal	Tráfico estimado	%
SoydeZaragoza.es	142.598	49,2%	Wikipedia	3.007	1%
PilaresZaragoza.com	25.198	8,7%	Turismo de Aragón	2.114	0,7%
Ayto. Zaragoza	21.677	7,5%	Facebook	2.041	0,7%
Red Aragón	18.064	6,2%	Interpeñas	2.039	0,7%
Heraldo de Aragón	12.308	4,3%	AragonMusical.com	1.856	0,6%
Zaragozala.com	5.345	1,8%	Aragón Digital	1.590	0,5%

Como vemos, SoydeZaragoza.es corrobora la tesis principal y es el portal que, con gran diferencia, va a obtener un mayor tráfico estimado de estas consultas. Así, de no variar las posiciones, se calcula que obtendría algo más de 140.000 visitas a través de Google. En segundo lugar se encuentra PilaresZaragoza.com, con más de 17.000 y, en tercer lugar, la página web del Ayuntamiento, con más de 16.000.

En términos porcentuales, SoydeZaragoza.es acumularía casi el 50% de todos los clicks provenientes de estas búsquedas, mientras que PilaresZaragoza.com obtendría cerca del 9% y el ayuntamiento un 7,5%. Red Aragón conseguiría un poco más de un 6% y el Heraldo de Aragón, algo más del 4%.

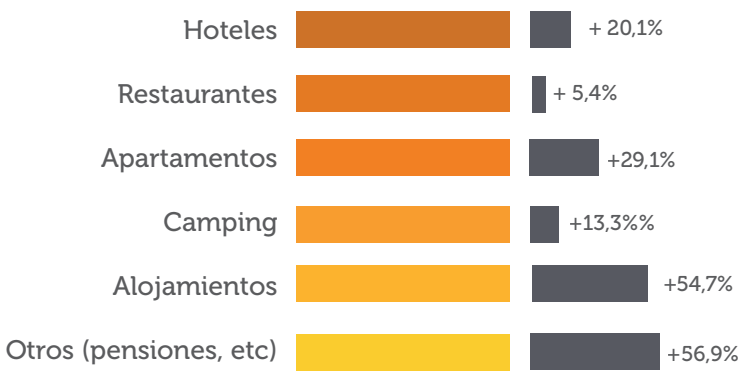
La influencia de las fiestas del Pilar en el turismo y Google

Está claro que las fiestas del Pilar suponen un incremento en el número de reservas hoteleros y suponen un buen empujón al turismo de la ciudad. Ahora bien, ¿este cambio se muestra también en las consultas de Google?

Para ello, hemos querido tomar cerca de 600 consultas que se realizan en Google sobre alojamientos y restaurantes de Zaragoza, a lo largo de 2014 (último año entero del que tenemos datos). Así, hemos comprobado las consultas de estos negocios en los meses de septiembre (hay que reservar unas semanas antes de las fiestas) y octubre, comparándolos con los demás meses del año.

En 2014 se produjeron 1,58 millones de búsquedas en torno a estos negocios. Pues bien, durante los meses de septiembre y octubre se acumularon 310.000 consultas. Es decir, en términos generales, el incremento de todas actividades durante estos meses fue de un 17,9 con respecto al resto de meses.

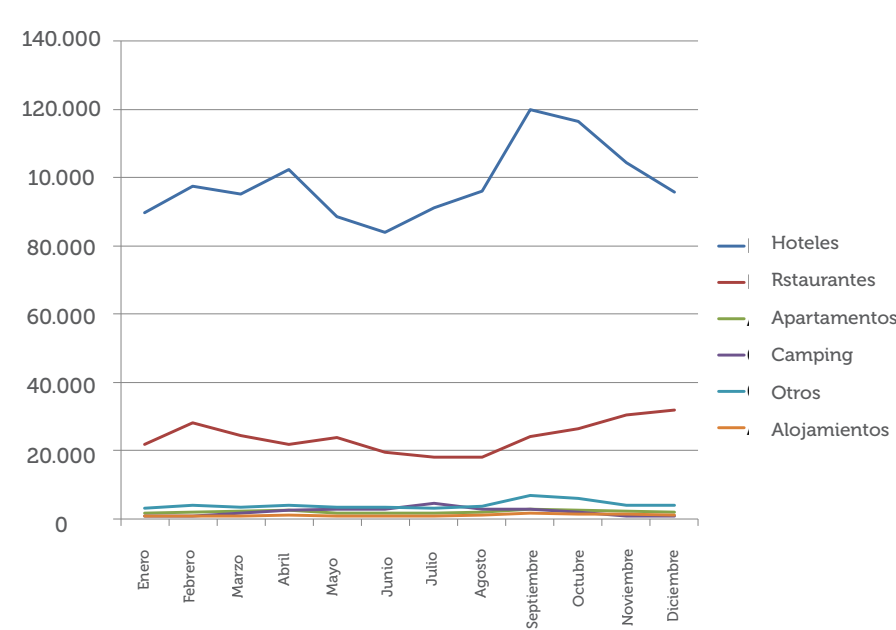
En la siguiente gráfica mostramos la variación de consultas según cada área de negocio.



Como se puede ver, en todos los casos hay un incremento de las consultas. Así, vemos que las búsquedas de alojamientos y negocios como pensiones y hostales se incrementan en más de un 50%.

Las consultas de apartamentos en Zaragoza también tienen un importante aumento, con casi un 30%. Y los hoteles, con más de un 20% con respecto a otros meses. Por otro lado, el menor incremento se produce en los restaurantes, con un pequeño aumento del 5% y con mucha menor incidencia que en otros meses del año como es, por ejemplo, el mes de febrero.

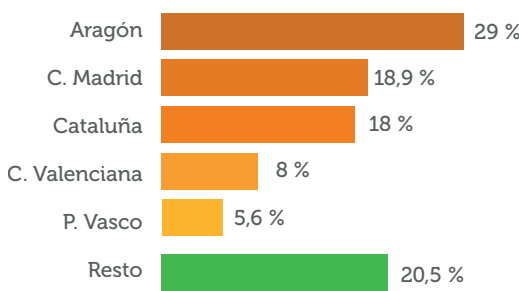
En la siguiente gráfica podemos ver la evolución de estas consultas mes a mes y las fechas señaladas para reservar o buscar para las fiestas del Pilar.



Como se puede ver, los meses de septiembre y octubre son los meses donde más consultas hay sobre búsquedas de alojamiento, pensiones y hoteles. Sin embargo, no sucede lo mismo en otras consultas, como es el caso de los campings y de restaurantes, aunque superen el volumen medio de búsquedas.

Procedencia de los usuarios

Ahora, veamos la procedencia de estas consultas durante los meses de septiembre y octubre únicamente, ya que son los meses directamente relacionados con las fiestas del Pilar.



Se puede observar que Aragón es la Comunidad con mayor procedencia de búsquedas, con un 29%, seguido de la Comunidad de Madrid; con un 18,9%, y de Cataluña; con un 18%.



CONCLUSIONES



Conclusiones sobre el estudio de las fiestas del Pilar en Google

Tal y como hemos podido ver sobre estas líneas, las fiestas del Pilar constituyen un gran evento para la promoción de la ciudad de Zaragoza. Sí, también en Google. A lo largo de un año entero se producen cerca de 300.000 consultas que tratan únicamente sobre el eje principal de las fiestas del Pilar.

Es decir, ni siquiera tenemos en cuenta búsquedas relacionadas, pero que no mencionan especialmente el evento, como la compra de entradas de un concierto en concreto, por ejemplo.

Como es normal, la mayoría de estas consultas se producen una vez la agenda de eventos está completa o durante los días previos. Es decir, en los meses de septiembre y octubre. Quitando a Aragón, la mayor parte de estas consultas se producen en la Comunidad de Madrid y en Cataluña.

Aunque todavía es pronto para saber el volumen total de consultas de estas fiestas del Pilar, si podemos ver que la expectación generada durante los meses previos al evento es mayor que el año pasado. Así lo demuestra la comparación de consultas hasta el mes de julio entre este año y el año pasado. En 2015, se han producido hasta ese momento un 67% más de búsquedas sobre las fiestas.

Otro aspecto importante que hemos podido comprobar es el papel de los nuevos medios y blogs. Este estudio es un ejemplo práctico de cómo este tipo de portales pueden superar con creces a otros portales de información más tradicionales y con muchos más años de experiencia.

Así, y por norma general, son las instituciones y los medios más tradicionales los que dominan la agenda de eventos. Sin embargo, ya hemos visto que en Google ya no sucede esto. El mejor ejemplo es Soyde-Zaragoza.es. El portal, tal y como está posicionado actualmente, se llevaría casi la mitad del tráfico orgánico de estas consultas, lo que es sorprendente y meritorio, a partes iguales. El segundo portal con más visibilidad SEO también es un nuevo medio digital o blog: PilaresZaragoza.com.

En cuanto a la incidencia de las búsquedas de alojamientos y restaurantes, también hemos visto que los meses para buscar alojamiento para las fiestas del Pilar son clave para el aumento de consultas. Tanto en hoteles, pensiones, apartamentos y búsquedas genéricas de alojamiento, estos meses son los que más búsquedas reciben a través de Google demostrando, también en la red, de la importancia de estas fiestas para la ciudad.





o10media
MARKETING Y DESARROLLO WEB

www.o10media.es

info@o10media.es

976 096 515