

Benchmark de presencia en Internet

de los principales **partidos políticos y candidatos**
de las elecciones al **Parlament de Catalunya**
del 1 de **Noviembre de 2006.**

AUTORES

D. Alex de Anta Puig
Director del DNTi y Profesor Titular IAD

Dña. Montserrat Peñarroya Farell
Profesora Titular IAD

D. Jordi Molas I Verdaguer
Profesor Titular IAD

Introducción

El Instituto de Alta Dirección (IAD) desde su Departamento de Nuevas Tecnologías e Internet ha realizado un *Benchmark* comparativo de presencia en Internet de los principales partidos políticos y candidatos que se presentan a las elecciones al *Parlament de Catalunya* de este próximo 1 de Noviembre de 2006.

El objeto de estudio se centra única y exclusivamente en las páginas web de partidos y candidatos que se han dado a conocer desde los mismos partidos políticos al público, como webs de referencia¹.

La intención que se ha perseguido es la de fomentar la concienciación de la sociedad en la importancia que tienen las nuevas tecnologías en el desarrollo de cualquier campaña orientada a generar tráfico, interés, ventas, etc. E ilustrarlo con una aplicación real y práctica como puede ser la pugna por unas elecciones en el ámbito político y social.

Internet es un canal que requiere conocimientos avanzados y habilidad, donde el más débil aparentemente puede ser el más fuerte y viceversa. Sólo es cuestión de dominar el canal y aprovechar sus oportunidades.

Desde el IAD siempre se ha procurado fomentar el estudio de Internet como canal de oportunidad dentro del mundo empresarial pero en esta ocasión se ha realizado para verificar que también es aplicable en el plano político.

Sujetos de estudio

Las webs objeto de este estudio han sido:

Webs de Partidos Políticos

- www.ciu.cat
- www.ciudadansdecatalunya.com
- www.esquerra.org
- www.iniciativa.cat
- www.ppcatalunya.com
- www.socialistes.org

Webs de Candidatos²

- www.carod.cat
- www.joansaura.cat
- www.montillapresident.cat

¹ En el caso de CIU, por ejemplo se ha optado por el estudio de www.ciu.cat pues es la web propiamente de la coalición, dejando de lado el estudio de las webs respectivas de CDC y UDC.

² Curiosamente sólo existen estas 3 páginas web con URLs exclusivas y dedicadas únicamente al candidato. CIU tiene una dedicada a Artur Mas, pero es un microsite dentro del de CIU, por lo que se ha desestimado al no tener un dominio exclusivo.

Aspectos del estudio

Se han estudiado para cada una de las webs anteriormente citadas los siguientes:

Aspectos objetivos:

URL

Dirección con dominio propio existente, única, pública y fácilmente localizable.

Google Page Rank

PageRank™ (PR) es un valor numérico que representa la importancia que una página web tiene en Internet. PageRank™ (desarrollado por los fundadores Larry Page y Sergey Brin) es la manera que tiene Google de decidir la importancia de una página. Es un dato valioso, porque es uno de los factores que determinan la posición que va a tener una página dentro de los resultados de la búsqueda. No es el único factor que Google utiliza para clasificar las páginas, pero sí es importante. El PR se ha calculado para las URL primarias y exactas de cada website.

Páginas indexadas en Google.com

Número total de páginas únicas con URL única que Google.com tiene indexadas y categorizadas, accesibles desde su buscador. Se ha calculado para todas las páginas incluidas dentro del dominio raíz, incluyendo a todos los subdominios que pudiese tener la web.

Páginas indexadas en Yahoo.com

Número total de páginas únicas con URL única que Yahoo.com tiene indexadas y categorizadas, accesibles desde su buscador. Se ha calculado para todas las páginas incluidas dentro del dominio raíz, incluyendo a todos los subdominios que pudiese tener la web.

Páginas indexadas en Msn.com

Número total de páginas únicas con URL única que Msn.com tiene indexadas y categorizadas, accesibles desde su buscador. Se ha calculado para todas las páginas incluidas dentro del dominio raíz, incluyendo a todos los subdominios que pudiese tener la web.

Ranking según Alexa.com

Alexa.com realiza una estimación de tráfico para las webs a partir de una medición estadística de valores recogidos por los usuarios que navegan por Internet utilizando su barra de información. Esta barra instalada en el navegador del usuario recoge las URL's de los sites que se van visitando y las envía junto con otros datos de análisis a Alexa.com para que sean procesados.

Links apuntando al site según Google

Google.com recoge para cada web que indexa, los enlaces que apuntan desde la misma a otras webs. De este modo puede determinar el número de links únicos y válidos que cada web recibe desde las que constan en sus índices. Es un dato muy importante para medir la importancia de una web. Cuantos más enlaces únicos reciba una web desde otras, más importante deberá ser en el índice.

Idiomas disponibles

Enumeramos los diferentes idiomas en los que cada web ofrece sus contenidos.

Test de accesibilidad W3C

Hablar de *Accesibilidad Web* es hablar de un acceso universal a la Web, independientemente del tipo de hardware, software, infraestructura de red, idioma, cultura, localización geográfica y capacidades de los usuarios.

Con esta idea de accesibilidad nace la [Iniciativa de Accesibilidad Web](#), conocida como WAI (Web Accessibility Initiative)³. Se trata de una actividad desarrollada por el W3C, cuyo objetivo es facilitar el acceso de las personas con discapacidad, desarrollando pautas de accesibilidad, mejorando las herramientas para la evaluación y reparación de accesibilidad Web, llevando a cabo una labor educativa y de concienciación en relación a la importancia del diseño accesible de páginas Web, y abriendo nuevos campos en accesibilidad a través de la investigación en este área.

La idea principal radica en hacer la Web más accesible para todos los usuarios independientemente de las circunstancias y los dispositivos involucrados a la hora de acceder a la información. Partiendo de esta idea, una página accesible lo será tanto para una persona con discapacidad, como para cualquier otra persona que se encuentre bajo circunstancias externas que dificulten su acceso a la información (en caso de ruidos externos, en situaciones donde nuestra atención visual y auditiva no estén disponibles, etc.).

Respuesta a solicitud antes de 24h

Se ha enviado un email con una misma solicitud concreta para cada web, a través de la información y canal de contacto que se haya indica en cada una de las webs. Se ha esperado a

³ Vid.: <http://www.w3c.es/divulgacion/guiasbreves/Accesibilidad>

Para hacer el contenido Web accesible, se han desarrollado las denominadas [Pautas de Accesibilidad al Contenido en la Web](#) (WCAG), cuya función principal es guiar el diseño de páginas Web hacia un diseño accesible, reduciendo de esta forma barreras a la información. WCAG consiste en 14 pautas que proporcionan soluciones de diseño y que utilizan como ejemplo situaciones comunes en las que el diseño de una página puede producir problemas de acceso a la información. Las Pautas contienen además una serie de puntos de verificación que ayudan a detectar posibles errores.

Cada punto de verificación está asignado a uno de los tres niveles de prioridad establecidos por las pautas.

- **Prioridad 1:** son aquellos puntos que un desarrollador Web tiene que cumplir ya que, de otra manera, ciertos grupos de usuarios **no podrían acceder** a la información del sitio Web.
- **Prioridad 2:** son aquellos puntos que un desarrollador Web debería cumplir ya que, si no fuese así, sería **muy difícil acceder** a la información para ciertos grupos de usuarios.
- **Prioridad 3:** son aquellos puntos que un desarrollador Web debería cumplir ya que, de otra forma, algunos usuarios experimentarían **ciertas dificultades para acceder** a la información.

En función a estos puntos de verificación se establecen los niveles de conformidad:

- **Nivel de Conformidad "A":** todos los puntos de verificación de prioridad 1 se satisfacen.
- **Nivel de Conformidad "Doble A":** todos los puntos de verificación de prioridad 1 y 2 se satisfacen.
- **Nivel de Conformidad "Triple A":** todos los puntos de verificación de prioridad 1,2 y 3 se satisfacen.

Las pautas describen cómo hacer páginas Web accesibles sin sacrificar el diseño, ofreciendo esa flexibilidad que es necesaria para que la información sea accesible bajo diferentes situaciones y proporcionando métodos que permiten su transformación en páginas útiles e inteligibles.

Igualmente, se han desarrollado [Pautas de Accesibilidad para Herramientas de Autor](#), cuyo objetivo es ayudar a los desarrolladores de software a la hora de crear herramientas de autor para producir contenido Web accesible. También se han desarrollado [Pautas de Accesibilidad para XML](#), donde se explica cómo asegurar la accesibilidad de aplicaciones basadas en XML. Y por último, [Pautas de Accesibilidad para Agentes de Usuario 1.0](#), donde se explica cómo hacer accesible los navegadores, reproductores multimedia y otras tecnologías asistivas.

Por otro lado, se han desarrollado otro tipo de documentos como las [Técnicas para Pautas de Accesibilidad al Contenido en la Web](#), que ofrecen una serie de ejemplos de etiquetado y explicaciones muy detalladas de cómo implementar las Pautas de Accesibilidad al contenido en la Web. Entre ellas se pueden destacar [Técnicas esenciales para Pautas de Accesibilidad al Contenido en la Web 1.0](#), las [Técnicas HTML para Pautas de Accesibilidad al Contenido a la Web 1.0](#) y las [Técnicas CSS para Pautas de Accesibilidad al Contenido en la Web 1.0](#).

tener una respuesta dentro de las 24 horas siguientes. Si se ha recibido respuesta se indica el tiempo transcurrido hasta la misma. Todos los mensajes han sido enviados al mismo tiempo.

Tiempo hasta respuesta

Si se ha recibido respuesta, se indica el tiempo transcurrido desde que se envió. Todos los mensajes han sido cursados al mismo tiempo.

Aspectos subjetivos:

Usabilidad Web

Se enuncian importantes elementos a destacar o criticar referentes al capítulo de usabilidad, para cada una de las webs. “La usabilidad (del inglés usability) es la medida de la facilidad de uso de un producto o servicio, típicamente una aplicación software o un aparato (hardware). Generalmente se define en términos de las necesidades de los usuarios de dicho producto o servicios, necesidades que frecuentemente entran en conflicto directo con las intenciones de los diseñadores. Así pues, la usabilidad se encarga de todo lo que influya en el éxito y la satisfacción del usuario.”⁴

Técnica Web

Se enuncian importantes elementos a destacar o criticar referentes al capítulo de técnica, para cada una de las webs.

Empatía Web

Se enuncian importantes elementos a destacar o criticar referentes al capítulo de empatía, para cada una de las webs

⁴ <http://es.wikipedia.org/wiki/Usabilidad>

Análisis Unitario

Webs de principales partidos Políticos:

El análisis unitario muestra los siguientes resultados de para cada uno de los sites estudiados:

Convergencia i Unió CIU



	CIU
URL	www.ciu.cat
Google Page Rank 0-10	0 ⁵
Páginas indexadas en Google.com	3.870
Páginas indexadas en Yahoo.com	124
Páginas indexadas en Msn.com	952
Ranking según Alexa.com	255.286
Links apuntando al site según Google	49
Idiomas disponibles	Catalán
Test W3C	Fallido por 45 errores
Respuesta a solicitud antes de 24h?	Sí
Tiempo hasta respuesta	12 horas

Usabilidad

8

Técnica

8

Empatía

8

⁵ Por ser 0 o bien por ser demasiado nuevo el site y Google no ha otorgado PR todavía.

Ciutadans de Catalunya

CC



	CC
URL	www.ciutadansdecatalunya.com ⁶
Google Page Rank 0-10	6
Páginas indexadas en Google.com	48.600
Páginas indexadas en Yahoo.com	4.765
Páginas indexadas en Msn.com	56
Ranking según Alexa.com	189.005
Links apuntando al site según Google	666
Idiomas disponibles	Catalán i Castellano
Test W3C	Validación OK
Respuesta a solicitud antes de 24h?	
Tiempo hasta respuesta	

Usabilidad

7

Técnica

7

Empatía

6

⁶ Existe un redirect a www.ciutadans-ciudadanos.com con Fallo de 186 errores

Esquerra Republicana de Catalunya ERC



	ERC
URL	www.esquerra.org
Google Page Rank 0-10	6
Páginas indexadas en Google.com	9.430
Páginas indexadas en Yahoo.com	12.242
Páginas indexadas en Msn.com	2.369
Ranking según Alexa.com	662.140
Links apuntando al site según Google	626
Idiomas disponibles	Catalán
Test W3C	Fallido por 1 error
Respuesta a solicitud antes de 24h?	No
Tiempo hasta respuesta	-

Usabilidad

6

Técnica

6

Empatía

7

Iniciativa per Catalunya els Verds

ICV



	ICV
URL	www.iniciativa.cat
Google Page Rank 0-10	3
Páginas indexadas en Google.com	1.380
Páginas indexadas en Yahoo.com	1.401
Páginas indexadas en Msn.com	194
Ranking según Alexa.com	729.705
Links apuntando al site según Google	263
Idiomas disponibles	Catalán
Test W3C	Fallido por 15 errores
Respuesta a solicitud antes de 24h?	Sí
Tiempo hasta respuesta	13

Usabilidad
7

Técnica
7

Empatía
8

Partit Popular de Catalunya PPC



	PPC
URL	www.ppcatalunya.com
Google Page Rank 0-10	4
Páginas indexadas en Google.com	2.410
Páginas indexadas en Yahoo.com	264
Páginas indexadas en Msn.com	862
Ranking según Alexa.com	481.057
Links apuntando al site según Google	109
Idiomas disponibles	Catalán i Castellano
Test W3C	Fallido por 81 errores
Respuesta a solicitud antes de 24h?	Sí
Tiempo hasta respuesta	7 horas

Usabilidad
8

Técnica
7

Empatía
8

Partit Socialista de Catalunya PSC



	PSC
URL	www.socialistes.org
Google Page Rank 0-10	5
Páginas indexadas en Google.com	24.000
Páginas indexadas en Yahoo.com	80.110
Páginas indexadas en Msn.com	3.104
Ranking según Alexa.com	93.474
Links apuntando al site según Google	325
Idiomas disponibles	Catalán i Castellano
Test W3C	Fallido por 161 errores
Respuesta a solicitud antes de 24h?	No
Tiempo hasta respuesta	-

Usabilidad
6

Técnica
8

Empatía
6

Webs de principales candidatos:

El análisis unitario muestra los siguientes resultados de para cada uno de los sites estudiados:

Carod Rovira ERC



	Carod Rovira
URL	www.carod.cat
Google Page Rank	0
Páginas indexadas en Google.com	78
Ranking según Alexa.com	952.000
Links apuntando al site según Google	6
Idiomas disponibles	Catalán

Usabilidad

6

Técnica

7

Empatía

8

Joan Saura
 ICV


Joan Saura	
URL	www.joansaura.cat
Google Page Rank	0
Páginas indexadas en Google.com	2
Ranking según Alexa.com	2.200.000
Links apuntando al site según Google	0
Idiomas disponibles	Catalán

Usabilidad

7

Técnica

7

Empatía

8

Josep Montilla
PSC



	José Montilla
URL	www.montillapresident.cat
Google Page Rank	0
Páginas indexadas en Google.com	325
Ranking según Alexa.com	345.800
Links apuntando al site según Google	168
Idiomas disponibles	Catalán y Castellano

Usabilidad

7

Técnica

7

Empatía

7

Benchmark por partidos

	CIU	CC	ERC	ICV	PP	PSC
Page Rank	0	6	6	3	4	5
Págs. en Google	3.870	48.600	9.430	1.380	2.410	224.000
Págs. en Yahoo	124	4.765	12.242	1.401	264	80.110
Págs. en Msn	952	56	2.369	194	862	3.104
Alexa.com Rank	255.286	189.005	662.140	729.705	481.057	93.474
Nº Links	49	666	626	263	109	325
Idiomas	Cat	Cat + Cas	Cat	Cat	Cat + Cas	Cat + Cas
Test W3C	Fallido	Ok	Fallido	Fallido	Fallido	Fallido
Errores test W3C	45	0	1	15	81	161
Respuesta 24h?	Sí	No	No	Sí	Sí	No
Tiempo respuesta	12 hs.	-	-	13 hs.	7 hs.	-

Mejor- Bueno – Mediocre – Malo – Peor

Google Page Rank	
CC	6
ERC	6
PSC	5
PP	4
ICV	3
CIU	0

Pags. en Msn	
PSC	3.104
ERC	2.369
CIU	952
PP	862
ICV	194
CC	56

Pags. en Google	
PSC	224.000
CC	48.600
ERC	9.430
CIU	3.870
PP	2.410
ICV	1.380

Alexa Rank	
PSC	93.474
CC	189.005
CIU	255.286
PP	481.057
ERC	662.140
ICV	729.705

Pags. en Yahoo	
PSC	80.110
ERC	12.242
CC	4.765
ICV	1.401
PP	264
CIU	124

Links	
CC	666
ERC	626
PSC	325
ICV	263
PP	109
CIU	49

Mejor- Bueno – Mediocre – Malo – Peor

Mejor- Bueno – Mediocre – Malo – Peor

Benchmark por candidatos

	Josep Montilla	Carod Rovira	Joan Saura
URL	www.montillapresident.cat	www.carod.cat	www.joansaura.cat
Google Page Rank	0	0	0
Págs. en Google.com	325	78	2
Alexa.com Rank	345.800	952.000	2.200.000
Nº Links	168	6	-
Idiomas	 català i castellà 	Català	Català

Mejor- Bueno – Mediocre – Malo - Peor

	Google Page Rank
Josep Montilla	0
Carod Rovira	0
Joan Saura	0

	Alexa Rank
Josep Montilla	345.800
Carod Rovira	952.000
Joan Saura	2.200.000

	Pags. en Google
Josep Montilla	325
Carod Rovira	78
Joan Saura	2

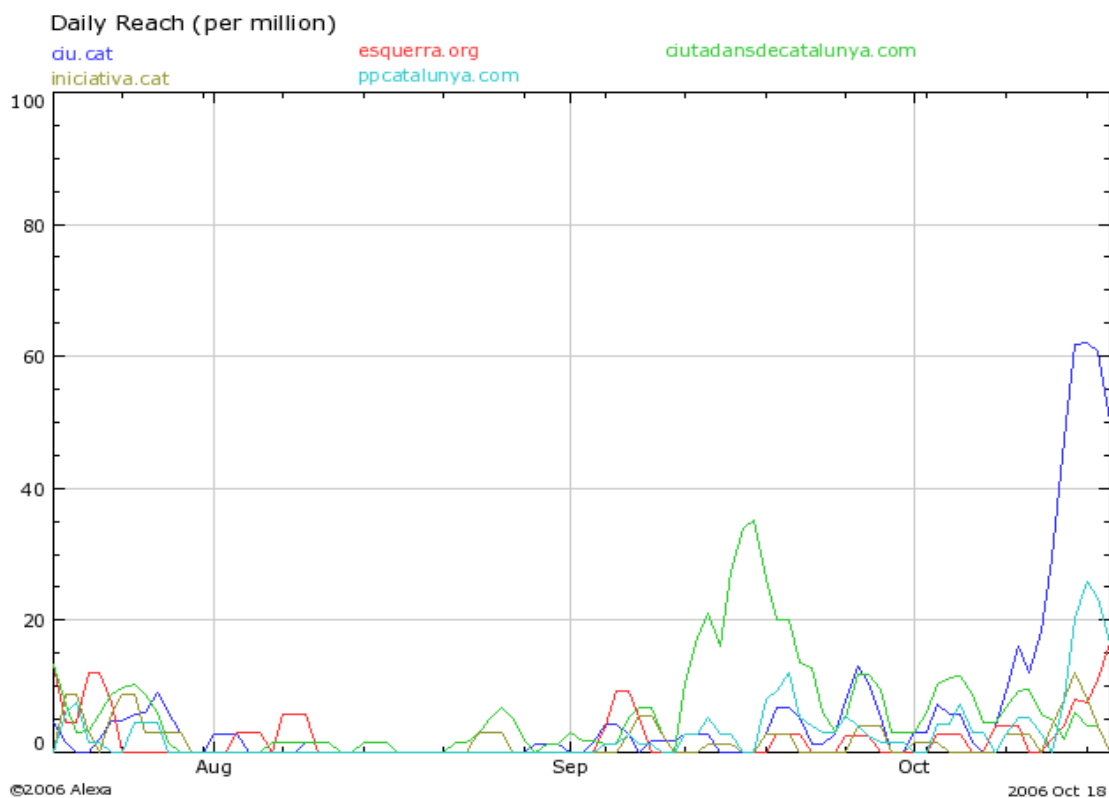
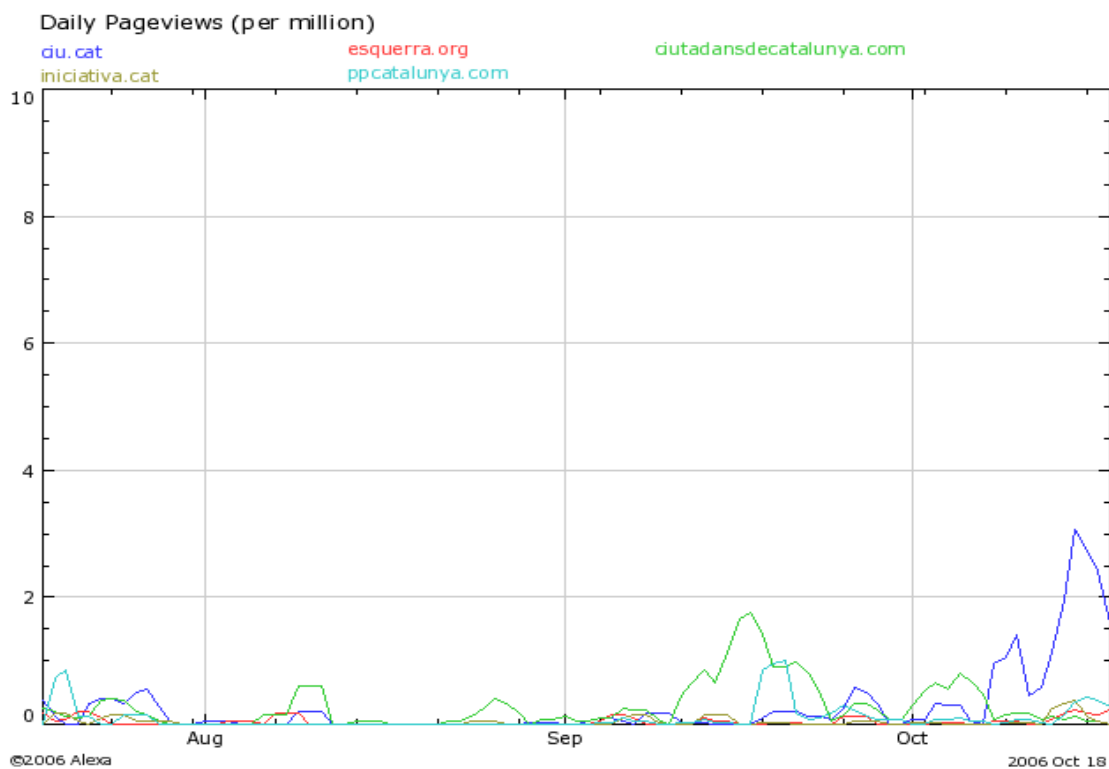
	Links
Josep Montilla	168
Carod Rovira	6
Joan Saura	-

Mejor- Bueno – Mediocre – Malo - Peor

Mejor- Bueno – Mediocre – Malo - Peor

Estimaciones de tráfico

Según Alexa.com



Conclusiones

Estamos ante un gran reto que supone ir incorporando a nuestras actividades socio-económicas las herramientas que Internet pone a nuestra disposición. Vemos como estar bien posicionados en el canal no es sinónimo de tener grandes recursos. Más bien es cuestión de conocimientos, habilidad y sentido común.

A pesar de los resultados expuestos en este estudio en los que puede apreciarse un cierto *ranking* de posiciones mejores y peores desde distintos puntos de estudio, no podemos dejar de decir desde el IAD, que estas cifras conseguidas son muy mediocres por no decir tremendamente decepcionantes. Más aún si tenemos en cuenta los medios y los recursos, económicos y de personal, de que disponen estos partidos políticos para poder llevar a cabo ésta y cuantas acciones hagan falta.

El único partido político que consigue acercarse un poco al nivel que debieran tener estas webs es el PSC. Y no debe sorprender que detrás y cerca venga el partido de Ciutadans de Catalunya, ya que sus enfoques de presencia en Internet orientan mejor que nadie la estrategia online, aunque todo hay que decirlo, no lo suficientemente bien.

Es sorprendente y lamentable al mismo tiempo el bajísimo nivel conseguido por el resto de formaciones políticas en presencia en Internet, como si consistiera solo en tener una página web. Esquerra Republicana de Catalunya salva un poco la situación en algunos puntos incluso en el hecho de haber conseguido un PR 6.

Otro factor que nos ha llamado enormemente la atención es la facilidad con que se redireccionan dominios y se cambian estructuras y contenidos, cosa muy negativa para el posicionamiento y la indexación en los buscadores, llevando a casos como la pérdida del page rank. Estas actuaciones ponen de manifiesto el tremendo desconocimiento del canal, de sus posibilidades y de su gestión.

Vamos a repetir y a presentar de nuevo este mismo estudio en cada una de las siguientes elecciones (nacionales de España y autonómicas de Catalunya) para intentar trazar una línea evolutiva del canal y de su presencia en la vida política de nuestro país.

Barcelona a 20 de octubre de 2006

Sobre el IAD

El IAD (www.fiad.org) es una fundación privada dedicada al desarrollo de las competencias directivas, poniendo el énfasis en los niveles de alta dirección.

OBJETIVOS

El IAD tiene por objeto la organización y realización de actividades formativas para directivos y ejecutivos de las empresas, así como la realización, fomento y promoción de estudios sociales, económicos y empresariales, destinados a directivos de entidades públicas y privadas.

ACTIVIDADES

A través de sus actividades formativas —seminarios, masters, cursos, jornadas de estudio, conferencias, debates, charlas, estudios, publicaciones—, pretende ampliar los conocimientos, desarrollar las capacidades y renovar las actitudes de quienes tienen en sus manos la responsabilidad de dirigir.

GOBIERNO DE LA FUNDACIÓN

PATRONATO DE LA FUNDACIÓN

Presidente: JUAN FARRÁN NADAL
Profesor Emérito del IESE.

Vicepresidente: JESÚS PALAU VALLVERDÚ
Socio-Director de Bufet Palau.

Secretario: VÍCTOR MANI RIBERA
Director General del IAD.

Vocal: MIQUEL-ÀNGEL PUIG TÀRREC
Director General de Reddis Unión Mutual.

Vocal: JOSÉ-LUIS MARTÍNEZ VALLÉS
Presidente de MV Promociones.

MIEMBROS DE HONOR DEL IAD

Lluís Badia Chanco, Senador.

Anton Borràs Cros, Presidente Honorario de la Agrupación de Exportadores de Almendra y Avellana de España "ALMENDRAVE".

Francesc Cabré Masdeu, Presidente de la Cambra Oficial de Comerç, Indústria i Navegació de Reus.

Luis Carbonell Figueras, Consejero Delegado de Carbonell Figueras, S.A.

Lluís Coll i Braut, Vocal del Comité Ejecutivo de Fira de Reus, por la Cambra de C. I. i N. de Reus.

Juan M^a de Menchaca Zuazo, Presidente de la Asociación Empresa&Humanidades.

Josep Gomis i Martí, Presidente de Gestió i Promoció Aeroportuària.

Jaume Llopis Caselles, Profesor de Dirección General del IESE.

José Julio Moya García, Presidente del Comité Ejecutivo de Fira de Reus. Director General de ASM, S.A.

Manel Niñerola Cornado, Presidente de la Federació de Gremis de Constructors d'Obra de Catalunya. Presidente de la FEGCO y de la APPCE.

Josep Torné i Badia, Presidente de Urbanizaciones Toba, S.L.

COMITÉ DIRECTIVO

Víctor Mani Ribera, Director General.

Miguel Godoy Ortiz, Administrador y Secretario de Organización.

Joan Romance Ullod, Examinador Jefe.

Joan Moliner Barceló, Director de Promoción.

Albert Brú Magarolas, Director de Comunicación.

DIRECTORES DE DEPARTAMENTO

Felipe Botaya García, DEPARTAMENTO DE MARKETING

Alejandro de Anta Puig, DEPARTAMENTO DE NUEVAS TECNOLOGÍAS

Jaume Llopis Casellas, DEPARTAMENTO DE SECTOR INMOBILIARIO

Víctor Mani Ribera, DEPARTAMENTO DE ACTIVOS HUMANOS

Joan Romance Ullod, DEPARTAMENTO DE FINANZAS

Con motivo del nacimiento del IAD, Rafael Termes escribió:

Cuanta más formación se tiene, más se aprecia la necesidad de mejorarla. Pero la formación que los empresarios, al igual que otros profesionales, necesitan es una formación de calidad. Y una formación de calidad no se improvisa. Requiere, en primer lugar, el propósito de dedicar tiempo y esfuerzo a lograrla. Requiere también un programa formativo para la excelencia. Aunque este programa puede desarrollarse en el puesto de trabajo, la conveniencia de ganar tiempo para hacer frente al entorno competitivo, rápidamente cambiante, aconseja buscar la manera de realizarlo alejándose momentáneamente del día a día, para centrarse, durante un determinado período, en el estudio, la reflexión y el intercambio de conocimientos y habilidades con otros colegas empeñados en el mismo propósito.