

Google Analytics: Bueno, bonito y barato

mercados

Jaume Gené

Profesor de Marketing de la URV

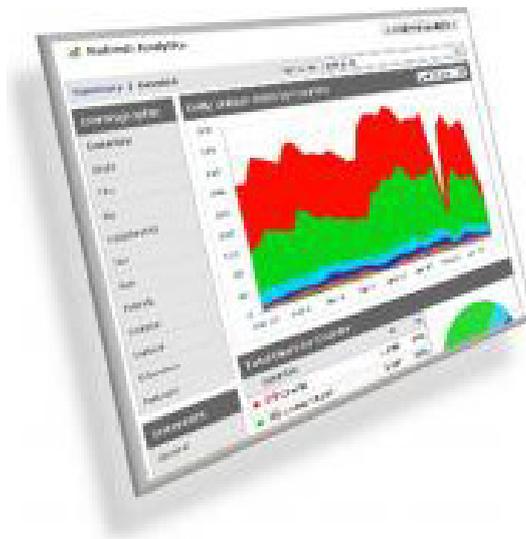


Los que toman decisiones en una empresa, por pequeñas que sean, saben que disponer de información relevante es fundamental, en otro caso la decisión se apoya en conjeturas o especulaciones y el resultado es fruto de la suerte.

Ya sea en el día a día, como en las decisiones más a largo plazo, se puede aplicar el principio de gestión que afirma: «Las mediciones son la clave: Si no puedes medir, no puedes controlar. Si no puedes controlar, no puedes gestionar. Si no puedes gestionar, no puedes mejorar».

En el mundo de la web 1.0 (la web clásica) que, dicho sea de paso, hay que tener afinado antes de meterse en la web 2.0 (las conversaciones con y entre los internautas), se dispone de Google Analytics que es un servicio que ofrece Google para poder controlar todo lo que sucede en un sitio web, se trata de una herramienta que no tiene precio, en ambos sentidos literal y figurado, no tiene precio porque es gratuito (en un 99 % de sus opciones) y tampoco tiene precio pues da una cantidad de información sobre la web que permite hacer una gestión casi científica de la misma.

Los de Google saben que su elemento más importante es el capital humano, así para gestionar el desarrollo de



este producto ficharon al 'gurú' mundial del tema, se trata de Avinash Kaushik, cuyos libros son la biblia de los que se dedican a la Analítica Web, incluso uno de los mejores blogs españoles sobre el tema lleva el nombre «dondeestaavinashcuandoseleneceita.blogspot.com», de los libros de Avinash me quedo con la frase: «La vida se basa en realizar acciones, y si tu trabajo no está impulsando la realización de acciones, es necesario detenerse y reiniciar el sistema», en la que puede apreciarse como se pone el énfasis en la acción, nada de lo que se haga tiene sentido si no viene seguido de la toma de decisiones y la co-

respondiente acción, hay que luchar contra la parálisis debida al (exceso de) análisis.

No disponer de un elemento de Analítica Web significa que no se puede responder de forma correcta a la pregunta: ¿Cómo va la web? Si la respuesta es no lo sé, es que vamos mal, muy mal, tal como decíamos hace un momento, es necesario hacer mediciones. El simple uso del Google Analytics nos va a dar montañas de

datos, en particular va a poderse responder a lo que son las 5 preguntas básicas que, además de saber cuantos visitantes tenemos, debe poder responder el responsable de la web:

1 - ¿De donde vienen mis visitantes? ¿Google me envía gente o no? ¿Cuáles son los principales lugares desde donde entran los internautas a mi web? Si pago por estar presente o destacado en algún sitio web ¿es rentable?

2 - ¿Qué palabras clave se utilizan para encontrarme? Y, por tanto, cuales no se utilizan, a lo mejor estaría interesado en que fueran otras las utilizadas.

3 - ¿Cuáles de mis páginas son las más vistas? Y por tanto, cuales lo son menos y en caso de estar interesados en que alguna sea la más vista, tener claro que hay que hacer modificaciones.

4 - ¿En dónde clican más los visitantes? ¿Qué links pasan desapercibidos? A lo mejor la palabra utilizada no llama la atención o no incita a la acción, en cualquier caso deben realizarse cambios.

5 - ¿En que páginas se entretienen más los usuarios del sitio web? ¿Es dónde queremos que se fijen? ¿Tendremos que mover contenido a esa página para que sea visto?

El grado de análisis de Google Analytics es enorme, puede realizar los informes por grupos de usuarios, así pueden descubrirse los diferentes patrones de comportamiento de clientes nuevos o de los repetidores, también puede apreciarse que hace el tráfico de pago o el que nos envían los diferentes sitios de referencia, además se pueden comparar periodos de tiempo para ver las tendencias de las diferentes variables que se registran. En fin, una ingente cantidad de información sobre el sitio web.

En definitiva, Google Analytics nos da mucha información sobre algo que cada vez es más importante en cualquier empresa, de forma que hace que sea imprescindible su utilización. Se trata de una herramienta muy buena, muy barata (gratuita) y, sobre si es bonita, eso va a depender del gusto de cada uno, a mi me lo parece, aunque, ya se sabe que las cosas que funcionan muy bien es fácil que nos lleguen a gustar.

El delicado equilibrio tipos-inflación

financiero

Carles Adam

Socio director de A&G Banca Privada
en Tarragona

Hasta la fecha, ni la inestabilidad en el mundo árabe, ni el consecuente encarecimiento de los precios del petróleo han afectado al euro que en febrero aguantó el tipo frente a las principales divisas mundiales.

Independientemente de la debilidad del dólar, lo cierto es que el euro, a pesar de que la crisis de deuda soberana europea siga dando que hablar (se ha reavivado la incertidumbre respecto a Portugal e Irlanda), ha preferido moverse al son de los últimos síntomas de recuperación de la economía europea y, sobre todo, de las expectativas de que los tipos de interés a corto suban antes en Europa que en EEUU. La Reserva Federal Americana prefiere esperar a que la recuperación económica se consolide hasta lograr una mejoría real del mercado laboral para proceder a una subida de tipos oficiales (actualmente cerca del 0%). En cambio, en Europa las tensiones inflacionistas se han reavivado hasta resultar preocupantes para ciertos miembros

del Banco Central Europeo (BCE) que, para enfriarlas y evitar un posible recalentamiento económico, se muestran partidarios ya de subir los tipos oficiales en la eurozona (actualmente en el 1%, nivel en el que permanecen desde junio de 2009). El pasado jueves, en la reunión del BCE, su presidente dio el primer paso, abandonando el criterio de seguir considerando los tipos de interés actuales como adecuados, advirtiendo de la necesidad de mantener una fuerte vigilancia sobre los mismos. Confirmándose de esta manera que, aunque no sea un incremento rápido ni brusco, la autoridad monetaria está preparando el terreno a posibles subidas de tipo. Cabe matizar que este discurso fue acompañado de una prórroga en algunas medidas no estándar de liquidez para los mercados, quedando patente la importancia que se da todavía a la estabilidad del mercado y su liquidez.

En los últimos días se habla sobre si la subida del precio del crudo puede echar por los suelos la recuperación de la economía mundial, ¿pero se trata de subida de los precios del crudo o de una reducción de la oferta de crudo? Quizá de esto último. En definitiva, el miedo que existe más allá de la puntual escalada de precios a corto, es el hecho de que se establezca, en nive-

les de precios altos durante un largo periodo de tiempo. Nuestra opinión es que en el corto, tendrá más peso el hecho de que exista (o no) un deterioro de las condiciones de los mercados, ya que no sólo tendría un impacto en términos de menor efecto riqueza en las familias sino también en una mayor restricción (en términos de precio y cantidad) de las condiciones de acceso a la financiación en el mercado de empresas y entidades financieras.

Creemos por tanto que la inflación es una amenaza real, pero que no parece inminente dados los actuales niveles de desempleo y capacidad de producción. Algo de inflación puede resultar sano y de momento, estamos en niveles históricos muy razonables, aunque no hay que quitar el ojo a la cantidad de liquidez introducida en el sistema y a los riesgos geopolíticos...

En cuanto a los mercados de renta variable, y empezando por Europa, parece que muchos de los riesgos presentes durante la mayor parte de 2010 han disminuido: el escenario de doble caída (vuelta a la recesión) ya no ocupa un lugar preponderante, y el espectro de la deflación parece disipado en gran parte. No hay que olvidar que los ataques a la deuda soberana de la zona del euro seguirán siendo una amenaza y es probable que se repitan en

los próximos meses. Cada vez el mercado está pidiendo reformas más rápidas y contundentes que despejen la desconfianza definitivamente. En este sentido, las autoridades europeas han estado insistiendo repetidamente en mensajes dirigidos a dejar claro al mercado que la zona del euro no va al colapso. Actualmente estamos en un punto en el que, con una situación macroeconómica de avance lento y abandonado el peor escenario, parece que los inversores ahora empezarán a poder ser capaces de concentrarse cada vez más en los fundamentos de las empresas europeas y su ciclo de ganancias.

A nivel global, ya hemos hablado otras veces del cambio de paradigma que está teniendo lugar, la tradicional división entre países desarrollados y países subdesarrollados está viéndose sustituida por otra en la que prima la solidez de las cifras públicas, la solidez financiera y el ritmo de crecimiento. Con estos parámetros, el pelotón de cabeza lo componen tanto economías consolidadas como algunas emergentes. Mientras, existen países desarrollados que ahora se ven en la tesitura de adoptar medidas políticas difíciles, que en muchos casos pueden condicionar los objetivos de inversión durante el año.