

# Renovación Estudio Google Instant: las búsquedas como medidoras de tendencias

Mayo 2011

# Índice

<b><u>1. LAS BÚSQUEDAS COMO MEDIDORAS DE TENDENCIAS .....</u></b>	<b><u>3</u></b>
<b><u>2. NATURALEZA DEL ESTUDIO E INFORMACIÓN DE LA MUESTRA .....</u></b>	<b><u>3</u></b>
FECHA DE REALIZACIÓN .....	3
TIPO DE ESTUDIO .....	3
OBJETIVO GENERAL Y MUESTRA OBTENIDA .....	4
<b><u>3. CONCLUSIONES.....</u></b>	<b><u>14</u></b>
INFORMACIÓN Y SERVICIOS, EL TIPO DE BÚSQUEDA MÁS REPETIDA .....	14
BÚSQUEDAS SOBRE WEBS DE INSTITUCIONES .....	17
CADENAS DE DISTRIBUCIÓN Y REDES SOCIALES, LAS NOVEDADES DEL NUEVO LISTADO.....	17
VIAJES, UNO DE LOS DESCENSOS MÁS SIGNIFICATIVOS ENTRE LAS BÚSQUEDAS FAVORITAS DE LOS ESPAÑOLES	18
LAS BÚSQUEDAS RELACIONADAS CON MARCAS SIGUEN AUMENTANDO .....	19
SUGERENCIAS PARA BÚSQUEDA EN TIEMPO REAL .....	20
LA REPUTACIÓN ONLINE EN BUSCADORES.....	21

## 1. Las búsquedas como medidoras de tendencias

Los buscadores siguen siendo uno de los recursos más utilizados por los usuarios de internet en España. Según un estudio de [Nielsen Online](#), hasta un 4 % del tiempo total de navegación se dedica a la consulta desde buscadores.

La finalidad de este estudio desarrollado por el equipo de I+D de Kanvas Media es la de analizar la tipología de aquellas búsquedas que el buscador más usado por los españoles (Google.es) propone como sugerencia, a través del servicio Google Instant.

### Las búsquedas que Google sugiere a través de Instant

Google Instant es una función de búsqueda que muestra resultados mientras escribes. A través de Instant se puede acceder a la información buscada más rápidamente, ya que no hace falta escribir la consulta de búsqueda completa ni pulsar la tecla Intro, viendo los resultados al momento.

Instant se basa en otro servicio, conocido como Google Suggest, que propone al usuario sugerencias de búsqueda según escribe. A través de estas sugerencias se han sacado 270 palabras de búsqueda, también conocidas como palabras clave: aquellas que los usuarios utilizan para realizar sus búsquedas en Google.

Este estudio sobre el servicio Google Instant es una renovación del realizado el 10 de septiembre de 2010 y revela interesantes tendencias de búsqueda de los españoles, así como la evolución de su comportamiento ante los buscadores mediante el análisis de las búsquedas o **palabras clave Instant**.

## 2. Naturaleza del estudio e información de la muestra

### Fecha de realización

La investigación se realizó el 28 de abril de 2011.

### Tipo de estudio

El informe es cualitativo y cuantitativo. Analiza e interpreta datos sobre palabras de búsqueda utilizadas por los usuarios, clasificándolas por tipo y agregándolas de manera cuantitativa.

## Objetivo general y muestra obtenida

El objetivo del informe es analizar las tendencias de búsqueda que se realizan a través del buscador Google en España de una forma evolutiva, comparando los datos con el estudio realizado en 2010.

Para detectar aquellas palabras de búsqueda sugeridas, se ha comenzado a realizar una búsqueda por cada letra del abecedario castellano. Instantáneamente aparecen 10 palabras que empiezan por esa letra, tal y como se muestra en la siguiente imagen:



Así es como se ha podido sacar la muestra de 10 palabras de búsqueda por letra. **Las 10 palabras de búsqueda sugeridas por cada letra del abecedario son:**

LETRA **A**

---

as

aemet

atrapalo

abc

alsa

antena 3

aeat

aena

alcampo

ares

LETRA **B**

---

bbva

badoo

boe

banesto

bankinter

banco santander

blanco

banco popular

bancaja

bmw

LETRA **C**

---

cinetube

caja madrid

comunio

carrefour

cuatro

correos

cope

callejero

caixa

cinesa

chat

chistes

chat terra

chevrolet

chistes cortos

chicco

chrome

chelsea

chonizador

china

## LETRA **D**

---

dgt

decathlon

diccionario

desmotivaciones

dropbox

dilandau

dhl

drae

dni

dia

## LETRA **E**

---

el tiempo

el pais

el mundo

ebay

el corte ingles

emt

euromillones

expansion

edreams

euromillon

LETRA **F**

---

facebook

facebook.es

face

firefox

fnac

ford

fotocasa

fa

faceboo

f

LETRA **G**

---

gmail

guia campsa

google

guia repsol

google maps

google traductor

game

gas natural

gran hermano

google earth

LETRA **H**

---

hotmail

hot

hotmail.es

hipercor

hola

hp

habbo

htc

hi5

horoscopo

LETRA

---

idealista

inm

infojobs

inem

iberia

interviu

ikea

ine

ing

iberdrola

LETRA

---

juegos

java

juegos gratis

jazztel

juegos de vestir

juegos de bob esponja

juegos online

juegos de motos

juegosjuegos

jccm

LETRA

---

kinepolis

km77



kiabi

karlos arguiñano

kia

klm

kiss fm

kate middleton

kutxa

ktuin

LETRA **L**

---

la caixa

los 40

la sexta

la razon

lidl

la gaceta

loteria nacional

linkedin

leroy merlin

libertad digital

LETRA **M**

---

marca

milanuncios

msn

mercadona

movistar

metro madrid

minijuegos

maxima fm

maps

metro

LETRA **N**

---

nokia

nba

noticias

norauto

nike

niumba

nespresso

nissan

no mas 900

nokia c7

LETRA **O**

---

orange

orkut

once

onda cero

onlae

orange.es

ono

openbank

ot

ocu

LETRA **P**

---

paginas amarillas

paypal

programacion tv

pixmania

paginas blancas

primitiva

peliculas yonkis

privalia

publico

picnik

LETRA **Q**

---

quiniela

qmd

qdq

quedelibros

que

que.es

quiniela de futbol

queen

quora

quepasa

## LETRA R

---

renfe

rumbo

rae

real madrid

ryanair

redtrabaja

rojadirecta

renfe.es

rtve

rne

## LETRA S

---

segundamano

segundamano.es

series yonkis

seguridad social

sport

skype

softonic

spotify

santander

sanitas

## LETRA T

---

tuenti

terra

traductor

traductor google

telecinco

tve

taringa

trivago

twitter

tiempo

LETRA **U**

---

uned

upm

ucm

uah

urjc

ugt

uam

uc3m

uenti

uem

LETRA **V**

---

vodafone

veocine

vagos

vida laboral

vuelos baratos

vlc

vueling

valdesqui

via michelin

viajes el corte ingles

LETRA **W**

---

wikipedia

www.hotmail.com

wordreference

www.tuenti.com

worten

wiki

winrar

weather

www.facebook.com

wwe

LETRA **X**

---

xanadu

xti

xataka

xbmc

xbox

xtec

xe

xhekpon

xing

xbox 360

LETRA **Y**

---

youtube

youtub

yahoo

youtube.es

yahoo.es

yahoo correo

you

ya.com

yoigo

youkioske

LETRA **Z**

---

zara	zoo de madrid
zara home	zoomumba
zara online	zapjuegos
zouk	zylom
zara.es	zoo madrid

### 3. Conclusiones

#### Información y servicios, el tipo de búsqueda más repetida

Sobre las 270 palabras de búsqueda analizadas, las más importantes son búsquedas relacionadas con:

- El 23 % corresponden a **Información y Servicios** (“chat”, “skype”, “traductor” o “el tiempo”),
- el 10,4 % hacen referencia a **Instituciones** (“dgt”, “inem”, o “ocu”),
- Cadenas de distribución** (“alcampo”, “el corte ingles” o “mercadona”) suman el 10 % sobre el total de búsquedas,
- el 8,5 % son palabras de búsqueda relacionadas con **redes sociales** (“linkedin”, “facebook”, “tuenti” o “twitter”).

Para las 4 tipologías más populares (Información, Instituciones, Cadenas de distribución y Redes Sociales) se producen más de la mitad de las búsquedas. En comparación con el estudio anterior se caen Viajes y Prensa/Revistas como 3ª y 4ª tipología de búsqueda más popular, entrando con fuerza las Cadenas de Distribución y las Redes Sociales.

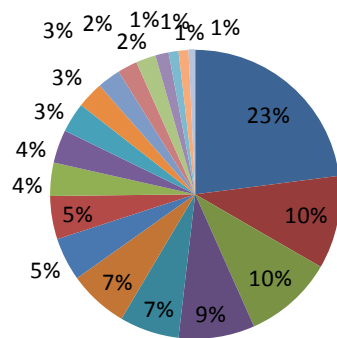
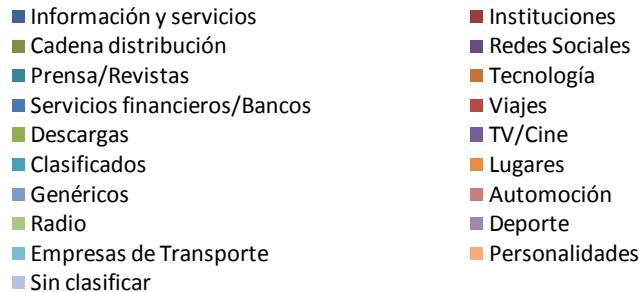
Recordar los porcentajes del estudio anterior (septiembre 2010) para comparar datos:

- el 25 % correspondían a **Información y Servicios** (“callejero”, “chat”, “diccionario” o “el tiempo”),
- casi el 11 % hacían referencia a **Instituciones** (“aena”, “agencia tributaria”, “boe” o “dgt”),
- el 7 % eran palabras de búsqueda relacionadas con **Viajes** (“atrapalo”, “booking”, “iberia” o “renfe”)
- Prensa y Revistas** (“as”, “el país”, “marca” o “interviú”) sumaban el 7 % sobre el total de búsquedas.

La relación completa de tipos de búsqueda para los 270 términos analizados es la siguiente:

Tipo de búsqueda	%	Ejemplos búsquedas
Información y servicios	22,96%	guia repsol, wordreference, chat
Instituciones	10,37%	ucm, ugt, aeat
Cadena distribución	10,00%	chicco, decathlon, dia
Redes Sociales	8,52%	badoo, comunio, facebook
Prensa/Revistas	6,67%	marca, publico, hola
Tecnología	6,67%	vodafone, xataka, xbox
Servicios financieros/Bancos	4,81%	caja madrid, ibercaja, ing
Viajes	4,81%	easyjet, edreams, iberia
Descargas	3,70%	cinetube, dilandau, itunes
TV/Cine	3,70%	cuatro, gran hermano, gol tv
Clasificados	3,33%	fotocasa, idealista, infojobs
Lugares	2,96%	santander, xanadu, zaragoza
Genéricos	2,59%	juegos, noticias, vagos
Automoción	2,22%	bmw, ford, kawasaki
Radio	2,22%	cope, kiss fm, los 40
Deporte	1,48%	nba, nike, real madrid
Empresas de Transporte	1,11%	dhl, metro madrid
Personalidades	1,11%	kate middleton
Sin clasificar	0,74%	f, fa

## Tipología de las 270 búsquedas



Esto denota, como es lógico, un uso del buscador como un referente a la hora de buscar información de cualquier tipo, especialmente aquellas búsquedas que terminan en una web que ofrece servicios.

Dentro de las búsquedas relacionadas con Información y Servicios, cabe destacar las búsquedas sobre **juegos online, mapas y servicios de traducción**, seguido de palabras relacionadas con juegos de azar, software, páginas amarillas o e-mail.

Por lo tanto, el entretenimiento está bastante presente en las ideas de búsqueda de los españoles, siendo el juego online la actividad más buscada, seguido de la consulta de servicios como mapas o “ayudas” para la traducción de textos desde otros idiomas.

Cabe destacar que los servicios de chat caen desde un 12 % a un 5 %, descendiendo de la 2ª al 8ª servicio más buscado.



Búsqueda específica sobre información y servicios	%	Ejemplos búsquedas
Juegos online	14,52%	juegos de motos
Mapas	11,29%	google earth
Traducción	11,29%	traductor google
Otros	11,29%	no mas 900
Juegos azar	9,68%	euromillon
Software	8,06%	vlc
E-mail	8,06%	hotmail
Chat	4,84%	chat terra
El tiempo	4,84%	weather
Buscador	4,84%	google
Portales	4,84%	msn
Servicios del estado	1,61%	dni
Horoscopo	1,61%	horoscopo
Editor de fotos online	1,61%	picnik
Convertor de divisas	1,61%	xe

### Búsquedas sobre webs de instituciones

Cabe destacar que el 10 % de las búsquedas analizadas corresponden a palabras de búsqueda relacionadas con Instituciones y Organismos.

28 términos hacen referencia a organismos oficiales públicos o privados, gobiernos o universidades. Muchas de estas búsquedas tienen una intención claramente navegacional, es decir, son búsquedas formuladas a través de siglas y con la intención de llegar directamente a un sitio web específico (aeat, inem, once). La tendencia es prácticamente igual al estudio anterior, cuando 29 términos (un 11 %) correspondían a palabras relacionadas con Instituciones y Organismos.

### Cadenas de distribución y redes sociales, las novedades del nuevo listado

Grandes cadenas de distribución y retailers, entendidas como empresas y enseñas de gran consumo, aparecen con fuerza en este nuevo informe. Hasta 52 palabras relacionadas con el

retail aparecen en el estudio, alcanzando el 10 % del total de términos e incrementándose un 4 % desde el estudio anterior.

Está claro que una de las actividades favoritas de los internautas españoles es adentrarse en redes sociales, siendo uno de sus principales entretenimientos en internet. El estudio arroja datos significativos en éste área, ya que las búsquedas de este tipo se incrementan desde un 6,27 % hasta un 8,52 %

En el listado se cuelan hasta 16 redes sociales de reconocido prestigio:

Búsquedas de redes sociales
badoo
comunio
facebook
facebook.es
habbo
hi5
linkedin
orkut
quepasa
quora
twitter
tuenti
www.tuenti.com
xing
youtube
zoomumba

### Viajes, uno de los descensos más significativos entre las búsquedas favoritas de los españoles

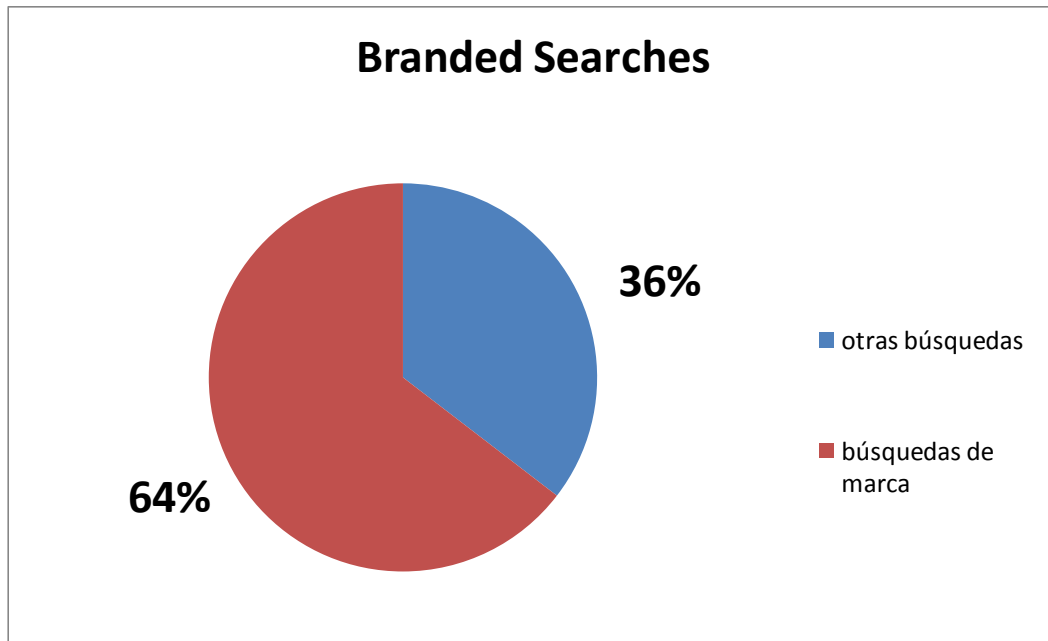
Después del análisis realizado, el 4,81 % de los términos estudiados corresponden a vocablos relacionados con el sector viajes. Este sector es el rey de las búsquedas transaccionales, aquellas que conllevan una acción posterior de reserva o compra online. Pero para el análisis que se presenta, las búsquedas sobre viajes han descendido dos puntos porcentuales desde el estudio anterior, lo que nos hace pensar que la crisis ha hecho mella en una menor tasa de reserva online.

“Booking”, “destinia”, “logitravel”, “que hoteles”, “spanair”, “viajes iberia” y “vuelos baratos” son las búsquedas que se caen de este estudio respecto al anterior análisis. Solamente 11 términos del listado de búsquedas estudiadas se corresponden con búsquedas relacionadas con viajes:

Búsquedas de viajes
alsa
atrapalo
edreams
iberia
klm
renfe
rumbo
ryanair
trivago
viajes el corte ingles
vueling

### Las búsquedas relacionadas con marcas siguen aumentando

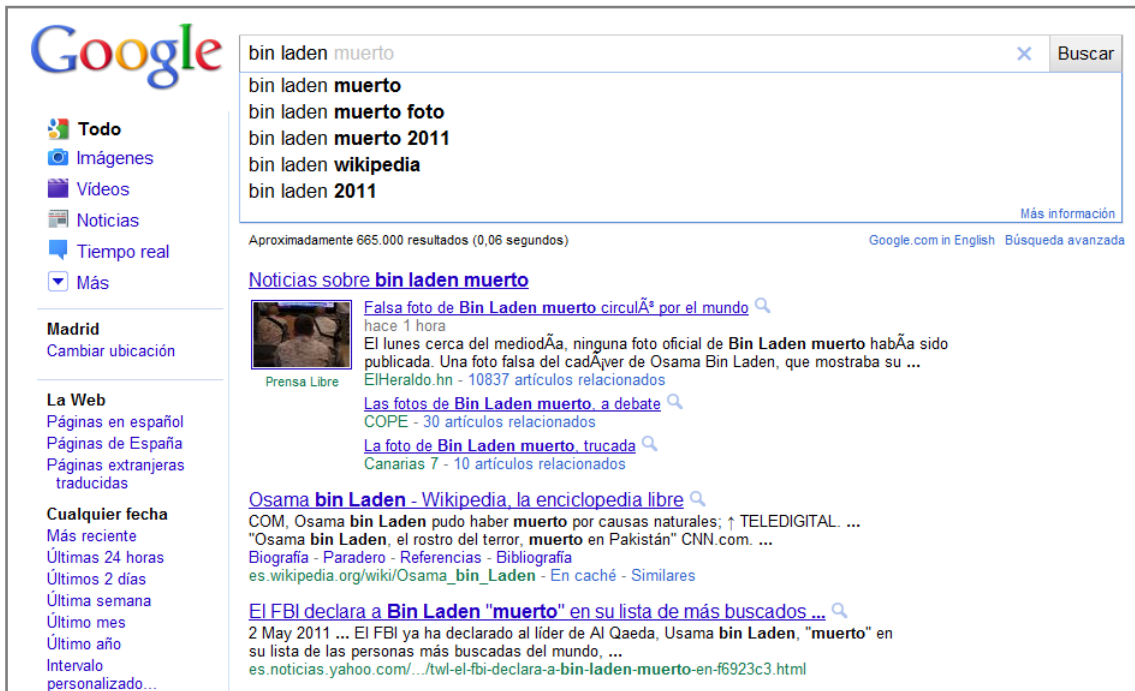
De las palabras de búsqueda analizadas, un 64 % corresponden a búsquedas de marca. Una búsqueda de marca (branded search) es aquella que contiene el nombre de una marca comercial reconocida en el mercado, sin incluir como tales los nombres de instituciones.



Como tendencia de búsqueda, la inclinación hacia las marcas más reconocidas es claro, y los datos comparativos denotan este giro del usuario hacia las marcas: se ha pasado del 61 % de branded searches del estudio anterior al 64 % del actual análisis. El internauta español se suele apoyar en las marcas más representativas del mercado en sus labores de búsqueda cotidianas. Claro ejemplo es la inclusión de enseñas como BMW, Alcampo, Día, Ford, Gas Natural, Iberdrola, HTC o Nespresso en detrimento de otras como Opel, Repsol, Spanair, Kawasaki o Yamaha. También cabe reseñar el descenso de secuencias de búsqueda de marca más transaccionales, relacionadas por ejemplo, con viajes.

### Sugerencias para búsqueda en tiempo real

Google Instant supone un paso más para los especialistas en posicionamiento y marketing en buscadores. Plantear estrategias de posicionamiento sobre palabras que reciben muchas búsquedas en tiempo real es ahora posible a través de las sugerencias de Google. Últimas noticias o eventos inminentes pueden ser ejemplos de ello.



Tan sólo con escribir “bin laden” ya aparecen búsquedas relacionadas que probablemente estén recibiendo gran cantidad de tráfico, y para las cuales se podrían abordar estrategias de posicionamiento SEO.

Google Instant ayuda mucho a que los usuarios busquen directamente resultados actuales, populares y frecuentes, en cierta manera alienando y dirigiendo a estos usuarios hacia las mismas búsquedas. La captación de tráfico será mucho más sencilla para todas aquellas empresas que entiendan estos conceptos.

## La reputación online en buscadores

Uno de los trabajos más demandados hoy en día es la reputación online en buscadores, o lo que es lo mismo, analizar y seguir que resultados aparecen en los primeros puestos cuando se busca por mi marca, actuando llegado el caso.

Este estudio no hace más que afirmar, con más de un 60% de branded searches como tendencia, que las marcas se buscan y mucho. Aunque Google ha cambiado recientemente su política suavizando para las grandes marcas los problemas de reputación online en sus resultados de búsqueda, tener menciones positivas hacia tu marca se vuelve importantísimo. No solo las marcas gozarán de mejor reputación si en los primeros resultados hablan bien de ellas, si no que también habrá que tener muy en cuenta que las sugerencias que Google proporciona para la búsqueda de marca en cuestión sean también positivas. El ejemplo para la búsqueda “privalia” es bastante representativo en este sentido:

