

Anàlisi de les webs de les pimes de les Illes Balears

< monografies >

09



FundacióBit

Fundació balear
d'innovació i
tecnologia

Anàlisi de les webs de les pimes de les Illes Balears

Autoria: Francina Mas Parera
Amb la col·laboració del Departament de Cibersocietat

Alguns drets reservats



Aquesta obra està sota una llicència

Reconeixement-No comercial-Compartir sota la mateixa llicència

3.0 Espanya de Creative Commons. Per veure una còpia d'aquesta llicència, visiteu

<http://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/3.0/es>

o envieu una carta a Creative Commons,

3.1 171 Second Street, Suite 300, San Francisco, Califòrnia 94105, USA.

Edita:


Govern de les Illes Balears
Vicepresidència Econòmica,
de Promoció Empresarial i d'Ocupació

 **iBit**
Illes Balears
innovació
tecnològica

OBSI
Observatori balear de
la societat de la informació
obsi.ibit.org

Fundació Balear d'Innovació i Tecnologia
Centre Empresarial Son Espanyol
C/ Laura Bassi s/n
07121 ParcBit. Palma, Illes Balears, Espanya.
Telèfon 971 784 730
www.ibit.org

1 Sumari

1 Sumari.....	3
2 Introducció.....	4
3 Descripció i metodologia.....	5
4 Una web de referència.....	7
5 Resultats descriptius.....	8
5.1 Informació:.....	8
5.1.1 Empreses amb menys de 10 treballadors:.....	9
5.1.2 Empreses amb més de 10 treballadors:.....	11
5.2 Tecnologia:.....	12
5.2.1 Empreses amb menys de 10 treballadors:.....	15
5.2.2 Empreses amb més de 10 treballadors:.....	17
5.3 Interacció:.....	19
5.3.1 Empreses amb menys de 10 treballadors:.....	21
5.3.2 Empreses amb 10 o més treballadors:.....	22
6 Resum d'indicadors i comparativa.....	24
7 Glossari de termes	26
8 Referències bibliogràfiques.....	32

2 Introducció

Durant el primer trimestre d'aquest any s'aprova l'Agenda Digital per a Espanya, que és l'estratègia del Govern en matèria de TIC (Tecnologies de la Informació i les Comunicacions) i que ha de servir com a marc de referència per aconseguir els objectius de l'Agenda Digital per a Europa. Aquesta tasca passa per maximitzar l'impacte de les polítiques públiques en TIC per així millorar la productivitat i la competitivitat i transformar i modernitzar l'economia i la societat mitjançant un ús intensiu de les TIC per part de ciutadans, empreses i Administracions.

Entre els objectius de l'Agenda, que ha estat liderada pel Ministerio de Industria, Energía y Turismo i el Ministerio de Hacienda y Administraciones Públicas, es destaca el Desenvolupament de l'economia digital i la internacionalització de l'empresa espanyola.

En un moment en el que la competitivitat de les pimes es basa en gran part en la seva presència a la Xarxa, no només a través dels seus llocs web (en el cas de que el tinguin), sinó també a través de les xarxes socials, esdevé necessari fer una anàlisi dels indicadors que estan disponibles als espais web de les empreses, que són la carta de presentació que tenen a Internet davant el client. I no només és precís mirar quins indicadors hi estan presents, sinó també, de quina manera ho estan.

Per exemple, és important tenir un apartat de *Contacte* a la pàgina web, on el client trobi la informació necessària per contactar amb l'empresa, però no és mateix que el client es trobi amb què a l'apartat de contacte hi ha: telèfon, adreça electrònica, adreça postal i xat en línia, o trobar-se només amb un formulari, que ha d'emplenar i que no sap quan serà atesa la seva petició. Què li generarà més confiança a l'usuari? El tema de la interacció amb l'usuari/client, i la facilitat o dificultat d'aquest per accedir o contactar amb l'empresa, es converteixen en temes clau a l'hora d'oferir un bon servei i de ser més competent. En aquest context, es considera oportú analitzar els llocs web de les petites i mitjanes empreses de les Illes, per detectar, a partir d'una selecció d'indicadors (requeriments legals, catàleg, informació de contacte, etc.), quines s'acosten al que hem denominat com una "web de referència".

A Balears, segons dades de l'INE, el 2012 hi havia un total de 81.970 empreses de menys de 10 treballadors, que representaven el 96% del total d'empreses a les Illes. D'aquestes, només el 32,2% disposa de pàgina web. Per tant, segons aquesta dada, a Balears hi ha hauria gairebé 55.600 empreses de menys de 10 treballadors sense web. La grandària de l'empresa sol ser directament proporcional al nivell d'implantació de TIC i les empreses més petites sovint presenten més mancances digitals que les empreses més grans, per això, aquesta anàlisi es centra en el seu estudi i posterior diagnòstic. Per veure si existeixen diferències notables entre els serveis que ofereixen les webs de les empreses més petites a les més grans, a més de les 100 webs d'empreses de menys de 10 treballadors, també s'analitzen 50 webs d'empreses de 10 o més treballadors.

3 Descripció i metodologia

L'objectiu d'aquesta anàlisi és determinar les mancances que es repeteixen a les webs de les empreses de les Illes Balears, analitzar-ne els indicadors de visibilitat o venda, les funcionalitats, els continguts disponibles, el idioma, la integració amb altres plataformes de difusió, entre d'altres.

Amb aquesta anàlisi es pretén mostrar com són les webs de les pimes balears, quines característiques tenen i què es podria millorar. La fotografia que es pretén obtenir amb aquesta anàlisi, servirà per posar a l'abast de les empreses un recull de serveis que trobem disponibles a determinades webs i a d'altres no, i una recomanació del que no hi hauria de faltar.

Alguns dels indicadors que s'han midat a l'anàlisi han estat comparats, durant la redacció, amb els resultats de la Encuesta de Uso de TIC y comercio electrónico en las empresas 2012- 2013 de l'INE. Tot i així, els resultats obtinguts amb la metodologia que s'ha seguit per aquest estudi no són representatius pel conjunt de pimes ja que la mostra escollida només pretén descriure la casuística de les webs d'empresa balears a mode exploratori. L'anàlisi que en fa l'Institut Nacional d'Estadística sí que representa el conjunt de webs d'empreses; per tant, només s'ha pretès fer una comparativa com a aproximació. Els indicadors que s'han analitzat, web a web, són els següents:

Indicadors:

- Gestor de continguts (CMS) amb que s'ha desenvolupat la web: s'ha fet servir l'eina <http://underthesite.com/>
- Perfil corporatiu (*qui som, empresa, about us*).
- Informació de contacte.
- Descripció o catàleg de productes i/o serveis.
- Requeriments legals.
- Tipus de domini.
- Mitjans socials vinculats.
- Idioma/es.
- Sindicació de contingut (RSS).
- Disseny web adaptatiu, *Responsive Design*: analitzat amb smartphone Android i amb tableta iOS.
- Accessibilitat (A, AA, AAA): s'ha fet servir l'eina <http://www.tawdis.net/>

S'ha considerat amb accessibilitat A, si l'error 1 era =0, o si ho eren l'1 i el 3, ja que si no passava el següent nivell (en aquest cas el 2) no se li ha concedit una segona AA. S'ha considerat accessibilitat AA si l'error 1=0 i l'error 2=0, però el 3 > 0. S'ha considerat AAA si els errors 1, 2, 3 han

estat =0.

- SEO (*Page Rank*, *Rànquing Alexa*, etc.): s'ha fet servir l'extensió *SEO StatusMeta* de Chrome.
- Navegabilitat.
- Reserves i pagament en línia.
- Registre d'usuaris.
- Cerques internes.

Univers. L'univers d'aquesta anàlisi són les pimes de menys de 10 treballadors de les Illes Balears que tenen pàgina web. Segons dades de l'INE, a Balears hi havia 85.372 empreses el 2012, de les quals 3.402 tenien 10 o més treballadors i 81.970 amb menys de 10 treballadors. D'aquestes darreres, només el 32,2% té pàgina web, per tant, l'univers és de **26.394** empreses.

Mostra. Per a la confecció de la mostra, s'ha agafat el directori de més de 1.500 pimes de les Illes Balears que van formar la mostra del projecte Les TIC a la pime balear. Del total d'empreses incloses a la base de dades, se'n trien un total de 100 amb menys de 10 treballadors i amb pàgina web i 50 que disposen de 10 treballadors o més i pàgina web, per poder veure les diferències segons la grandària de l'empresa. Les empreses són seleccionades a partir de si tenen pàgina web i per quota de nombre de treballadors.

Amb la selecció d'aquesta mostra no es pretén poder oferir percentatges per Balears sinó mostrar la casuística que es ve repetint a les webs de les empreses de les Illes Balears. S'han seleccionat un total de 150 empreses:

Illa	Menys de 10 treballadors	10 treballadors o més	TOTAL
Mallorca	53	24	77
Menorca	24	11	35
Eivissa	21	13	34
Formentera	2	2	4
Total	100	50	150

4 Una web de referència

Avui dia, la web d'un negoci és una de les principals eines de promoció, contacte i vendes que pot tenir una petita, mitjana o gran empresa. Aquest espai web ha d'estar preparat tant des d'un punt de vista tecnològic, com social i informatiu i poder mostrar adequadament el contingut de la companyia, posicionar marca i productes o serveis.

Una web es compon de textos, gràfics, elements multimèdia i aplicacions i es podria dir que cada secció de la web és una pàgina i que la totalitat d'elles formen un lloc web.

Davant la pregunta de com ha de ser la web perfecta d'una empresa, la resposta dependrà en gran mesura del projecte en sí. Si més no, a partir de l'article "*¿Cómo es tu página web ideal?*", del blog [Cleventy](#), s'ha considerat que, en general, es poden destacar una sèrie de bones pràctiques o requeriments i dir que una web d'empresa hauria de ser:

- **Informativa:** s'entén per web informativa aquella que presenta la informació de contacte de forma clara, el *qui som* de l'empresa, el catàleg de productes i/o serveis i que es troba disponible en dos o més idiomes.
- **Social:** s'entén per web social aquella que permet la participació i la interacció de l'usuari amb l'empresa, mitjançant valoracions, comentaris i amb opció de compartir el contingut a les diferents xarxes socials.
- **Legal:** s'entén per web legal aquella que s'adapta als requeriments legals corresponents al tipus de negoci en matèria de protecció de dades, prestadors de serveis o comerç electrònic, entre d'altres.
- **Accessible:** s'entén per web accessible aquella que s'adapta a les necessitats dels usuaris amb barreres o impediments físic-sensorials, amb el major nivell possible de pautes d'accessibilitat al contingut web.
- **Usable:** s'entén per web usable aquella que ofereix una experiència d'usuari confortable, ja que es visualitza correctament amb els diferents navegadors, inclou cerques internes, utilitza URL's semàntiques i s'adapta a dispositius mòbils de diferents mides, com tablets o smartphones.
- **Posicionada:** s'entén per web posicionada aquella que ofereix continguts de qualitat adequadament etiquetats i categoritzats, a través d'estratègies i tècniques de *Search Engine Optimization* o SEO.

5 Resultats descriptius

A continuació es detallen els resultats obtinguts de l'anàlisi; els indicadors analitzats s'agrupen entorn a 3 conceptes: Informació, Tecnologia i Interacció.

- **Informació:** descripció de l'empresa, informació de contacte, catàleg de productes/ serveis, idiomes disponibles i requeriments legals.
- **Tecnologia:** domini, sistema de gestió de continguts (CMS), accessibilitat, disseny web adaptatiu o *Responsive Design*, posicionament a cercadors (SEO), cerques internes i navegadors.
- **Interacció:** mitjans socials vinculats, comentaris, registre d'usuaris, sindicació de contingut, reserves en línia i pagament en línia.

5.1 Informació:

Aquest punt fa referència a la informació que trobem disponible als webs de les pimes. Aquesta, ha de ser clara i atractiva pel visitant i ha de contenir el missatge que se li vol transmetre al potencial client.

En aquest punt, és molt important descriure quins són els objectius de l'empresa, el **qui som**, la seva raó de ser i la seva història, per a que clients i visitants es sentin més a prop de la companyia en qüestió i aquesta els generi més confiança. L'empresa pot explicar quan es va constituir, la seva filosofia, la seva forma de treballar i a què es dedica. Exemple: http://www.quesosacanova.com/esp/quienes_somos.htm

Per a generar confiança a l'usuari, també caldrà tenir ben detallada la **informació de contacte** de l'empresa: telèfon, adreça electrònica i adreça física (és molt útil també disposar d'un mapa de la ubicació), també pot haver-hi un formulari de contacte, però les dades requerides a l'usuari dins el formulari han de ser les mínimes necessàries per poder atendre la petició. A Balears, hem trobat aquesta web, que té la informació de contacte ben detallada i que disposa d'adreça postal, mapa, adreça electrònica, formulari de contacte i xat en línia: <http://www.activaerp.com/es/contacto>

Ja hem dit que la web és sovint la carta de presentació de l'empresa, i com a tal, hauria de tenir una descripció clara dels serveis i/o dels productes que ofereix, ja sigui a través d'un **catàleg**, una descripció, o d'un document adjunt, per a que els visitants es puguin fer una idea del què l'empresa els pot oferir.

Exemple: <http://www.sastreroca.com/productos.php>

Els usuaris, d'altra banda, donen molta importància al fet de trobar la web disponible en la seva llengua i una web **multilingüe** té una sèrie d'avantatges,

en un mercat tan global com l'actual: millora la imatge de l'empresa i demostra interès i conscienciació per les necessitats de l'usuari; augmenta les oportunitats de venda, ja que les persones són més propenses a comprar a un lloc web que estigui en la seva llengua nativa; l'[estadística](#) diu que a més idiomes, més clients; ofereix millor difusió i abast de la informació, ja que l'augment d'idiomes es tradueix en un increment del nombre de potencials clients; millora el posicionament als cercadors, ja que es disposa de més contingut i, per tant, els cercadors assignen millors puntuacions a les webs multilingües ja que Google no considera les traduccions com a contingut duplicat. Aquesta web la trobem disponible en 5 idiomes: <http://www.tenisalayer.com/>



Els **requeriments legals** són essencials per transmetre confiança al visitant, a més de suposar un requisit mínim a complir, tot i que moltes webs no els donin la importància que mereixen. El nivell de privacitat i de requisits legals que s'exigirà al web dependrà del tipus de negoci i de les funcionalitats i opcions que s'hi ofereixin (emplenar un formulari, per exemple), en el cas del comerç electrònic, hi ha una normativa específica. De tota manera, sigui la web com sigui, sempre hauria de tenir un Avís Legal o un apartat amb la informació fiscal de l'empresa. Al següent enllaç trobem un exemple de web amb Avís legal i Política de privacitat adequats <http://cancaus-ibiza.com/ca/aviso-legal>

5.1.1 Empreses amb menys de 10 treballadors:

No totes les webs tenen una descripció de qui són ni de quina tasca desenvolupen, fet que desorienta a l'usuari nou, que desconeix l'empresa. En aquesta anàlisi es veu que 82 de les 100 webs analitzades tenen una descripció de l'empresa, per tant, n'hi ha 18 que no la tenen. Si a aquest fet li sumem les webs d'empresa que no disposen de catàleg, llavors ens trobem davant de webs que són poca cosa més que una targeta de visita. De l'anàlisi, resulten 21 webs sense catàleg ni descripció del què ofereixen. Segons dades de l'INE, la mitjana estatal de webs d'empresa amb el *qui som* publicat són el 89%, mentre el catàleg el tenen disponible el 46,2% de les empreses més petites.

La informació de contacte és present a pràcticament totes les webs, i en ella hi trobem el *telèfon de contacte* en la majoria dels casos i l'*adreça postal*. Aquest indicador ens revela que la majoria de webs d'empresa funcionen únicament com a targeta de visita. El *correu electrònic* el trobem a 73 de les 100 webs

que ofereixen les dades de contacte, i tenint en compte que, segons dades de l'INE del 2013, totes les empreses de Balears que disposen de connexió a Internet, tenen correu electrònic, són poques les que l'indiquen a la seva web. El *formulari* està present a 44 de les webs de les empreses i 2 de les 100 ofereixen un servei de *xat en línia* per respondre a les necessitats de l'usuari.

Informació disponible	
Corporativa (<i>qui som</i>)	82
Contacte	99
Telèfon	97
Adreça postal	95
Correu electrònic	73
Formulari	44
Xat	2

La majoria (68) de les webs analitzades (100) només estan disponibles en un idioma, sobretot en castellà. Trobem, per tant, 32 webs disponibles en més d'una llengua; el castellà és l'idioma amb més penetració a les webs de les petites empreses de Balears, seguit de l'anglès, del català i de l'alemany, en aquest ordre. Tot i així, i com a curiositat, en aquesta anàlisi s'han detectat també 4 webs en italià i 5 en francès.

Idiomes disponibles	
En més d'un idioma	32
Català	21
Castellà	93
Anglès	29
Alemanys	15
Altres	9

Els *requeriments legals*, fent referència a l'avís legal, les condicions de compra en el cas de les botigues, i la declaració de privacitat de dades, només estan coberts al 13% de les empreses analitzades, ja que la majoria d'empreses no proporcionen aquesta informació legal requerida, o bé per falta de

conscienciació o bé per desconeixement. La mitjana estatal es situa en el 46,4% d'empreses de menys de 10 de treballadors amb declaració de política d'intimitat o certificació relacionada amb la seguretat del lloc web.

5.1.2 Empreses amb més de 10 treballadors:

A les empreses més grans, el *qui som* es present al 90% de les webs analitzades, i les dades de contacte les trobem a totes les webs analitzades: 48 hi tenen el telèfon, 44 l'adreça postal, 41 l'adreça electrònica, 29 un formulari i 2 ofereixen xat en línia. El resultat pel total nacional d'empreses de 10 o més treballadors, que analitza l'INE i que com a servei disponible al seu web tenen la presentació de l'empresa, és del 93,6%.

Informació disponible	
Corporativa (<i>qui som</i>)	45
Contacte	50
Telèfon	48
Adreça postal	44
Correu electrònic	41
Formulari	29
Xat	2

La majoria dels webs de les empreses més grans disposen d'una descripció dels productes o dels serveis que ofereixen, normalment en forma de catàleg, estem parlant de que 45 de les 50 webs analitzades el tenen publicat al web. Si ens fixem en els resultats de l'INE, la mitjana estatal d'empreses de més de 10 treballadors amb catàleg de productes/serveis o llistes de preus publicades a la seva pàgina és del 56,4%.

Respecte els idiomes disponibles a les webs de 10 o més treballadors, trobem 26 webs multilingües: 26 de les 50 webs analitzades la tenen disponible en més d'una llengua. Així, 48 de les 50 estan en castellà, 26 en anglès, 15 en alemany i 6 en català.

Idiomes disponibles	
En més d'un idioma	26
Català	6
Castellà	48
Anglès	26
Alemanys	15
Altres	12

En parlar de legalitat, només 19 de les webs d'empresa compleixen amb els requeriments legals establerts; xifra que no representa ni la meitat de les pàgines analitzades. A l'enquesta que fa l'INE, on s'analitza el nombre de webs d'empresa que tenen declaració de política d'intimitat o certificació relacionada amb la seguretat del lloc web, el resultat és del 63,2%.

5.2 Tecnologia:

En aquest punt es fa referència a indicadors que tenen relació amb la tecnologia, com el domini, el CMS, el *Responsive Design*, l'accessibilitat web, el SEO i la navegabilitat.

Churruca i Rouhiainen a "La web de empresa 2.0" afirmen que, en parlar de **dominis**, la forma més adequada és la terminació .com, ja que és la més internacional, i la que es sol relacionar amb el món de l'empresa. El domini, segons el [termcat](#) és la part de l'adreça d'Internet que identifica una persona, una empresa o una organització connectada a aquesta xarxa i que expressa generalment la seva adscripció territorial, el tipus d'organització de què es tracta i el sector o empresa de què forma part. Els dominis genèrics (coordinats pel registre d'Internet dels Estats Units, ICANN) identifiquen tipus d'organismes o sectors d'activitat (per exemple, .com per a organitzacions comercials, .edu per a institucions educatives) i són fruit d'una necessitat d'especificació temàtica que permet identificar la gran quantitat d'ordinadors que hi ha connectats a Internet en alguns països.



Exemples de dominis

En relació a la tecnologia utilitzada a l'hora de desenvolupar les webs, els **gestors de contingut** (CMS) de codi obert tenen una sèrie d'avantatges: la possibilitat de consultar els dubtes als fòrums existents, no dependre d'un programari determinat, la possibilitat de manteniment i actualització immediata dels continguts, un cost de desenvolupament inferior o la possibilitat d'anar incorporant noves funcionalitats a mesura que creix el projecte. Aquesta web està desenvolupada amb el CMS de codi obert Joomla: <http://www.frutaslapalentina.com/es/?lang=es>

El CMS també té a veure amb l'**accessibilitat** web, que significa que tothom pugui fer ús de la web fent referència a un disseny que permeti percebre, entendre, navegar i interactuar amb la web aportant, a la vegada, contingut. Qualsevol persona ha de poder accedir al web independentment del tipus de hardware, software, infraestructura de xarxa, idioma, cultura, localització geogràfica i capacitats dels usuaris. La importància de l'accessibilitat d'un lloc web sovint no és tenguda en compte, i ho demostren els resultats d'aquesta anàlisi. L'accessibilitat millora l'accés de clients i de clients potencials, no només de les persones amb discapacitat. La manca d'accés a tota la informació i els problemes de visualització poden provocar la pèrdua de clients i que aquests cerquin alternatives. Una bona accessibilitat, també millora el posicionament en els cercadors i en parlar de responsabilitat social, concepte que està avui a l'ordre del dia, s'ha de dir que aquelles empreses que es preocupen de l'accessibilitat mostren una major responsabilitat social.

A la [Guía breve de accesibilidad web](#), s'explica que per fer el contingut web accessible, s'han desenvolupat les Pautes d'Accessibilitat al Contingut a la Web (WCAG), per reduir les barreres a la informació. WCAG consisteix en 14 pautes que proporcionen solucions de disseny i que utilitzen com a exemple situacions comunes on el disseny d'una pàgina pot produir problemes d'accés a la informació. Les pautes contenen, e més, una sèrie de punts de verificació que ajuden a detectar possibles errades.

Així, cada punt de verificació està assignat a un dels tres nivells de prioritat establerts per les pautes:

1. Prioritat 1: són aquells punts que un desenvolupador web ha de complir, ja que si no hi hauria certs grups d'usuaris que *no podrien accedir* a la informació del lloc web.
2. Prioritat 2: són aquells punts que un desenvolupador web ha de complir, ja que si no, *seria difícil accedir* a la informació per alguns usuaris.
3. Prioritat 3: són aquells punts que un desenvolupador web ha de complir ja que si no, alguns usuaris experimentarien certes *dificultats per a accedir* a la informació.



Símbol de les WCAG

En funció d'aquests punts de verificació s'estableixen els nivells de conformitat:

- Nivell A: tots els punts de verificació de prioritat 1 es satisfan.
- Nivell AA: tots els punts de verificació i de prioritat 1 i 2 es satisfan.
- Nivell AAA: tots els punts de verificació de prioritat 1, 2 i 3 es satisfan.

No moltes webs poden presumir de superar la triple A, aquesta ha superat la doble A: <http://www.puntadive.com/>

I molt relacionat amb l'accessibilitat d'un lloc web es troba el **Responsive Design** o disseny web adaptatiu. Atès a que no para d'augmentar l'ús d'Internet des de dispositius mòbils (telèfons, smartphones i tablettes), i que el 2013, a Balears, 7 de cada 10 persones van accedir a Internet des de dispositius mòbils, és molt important tenir la web adaptada a que aquests tipus de dispositius. El Responsive Design fa referència al disseny web adaptable, és a dir, adapta el disseny del web a l'entorn de l'usuari. Les dades revelen que el responsive design serà un element clau en el futur ja que, segons l'Informe Cisco VNI, es preveu que el 2017 hi haurà 5.200 milions d'usuaris mòbils i més de 10.000 milions de dispositius amb connectivitat mòbil. Aquesta és una web preparada tant per smartphone com per tablet <http://www.aico.es/>.

Un altre concepte molt important en parlar de tecnologia és el SEO, que significa *Search Engine Optimization* i que es refereix a l'optimització per a motors de cerca. El posicionament a cercadors o optimització és el procés per millorar la visibilitat del lloc web dins els resultats dels diferents cercadors, com puguin ser Google o Bing, entre d'altres. En aquesta anàlisi s'ha midat el Page Rank de Google, el rànquing Alexa, i si tenen Meta keywords i Meta description, l'anàlisi s'ha fet amb l'extensió PageRank Status. El *rànquing Alexa*, que va des d'1 fins a 40.000.000, mida la importància d'un lloc pel nombre de visites que reb, sobretot, i li assigna un número. Els primers números solen provenir de llocs molt populars com Google o Youtube. I el Page Rank, mida la importància del lloc en funció de la popularitat d'aquest, entenent per popularitat els

continguts i els enllaços provinents d'altres llocs. El *Page Rank* va de 0 a 10, essent 10 la màxima puntuació que es pot obtenir.

Pel que fa la **navegabilitat** del lloc, i que no és res més que la facilitat amb que un usuari es pot desplaçar per les pàgines que conformen el lloc web, s'ha de tenir la informació ben estructurada. Una opció que trobem algunes webs són les **cerques internes**, fet que millora la navegabilitat del lloc si l'usuari no és capaç de trobar allò que cerca o per anar directament a un lloc concret. Exemple de web amb cerques internes: <http://www.taylorwimpey.es/es/index>

La **URL semàntica**, que també és important pels cercadors, perquè inclouen paraules claus dins la url, és també un indicador de navegabilitat i que permet a l'usuari situar-se dins el web. També anomenada url amigable perquè és entenable per a l'usuari, ja que està formada amb paraules relacionades amb el contingut de la pàgina, com per exemple aquesta: <http://www.escucons.com/habitaciones>. També s'ha provat d'accedir a les webs amb 3 dels **navegadors** més comuns, Explorer, Firefox i Chrome, per comprovar si es visualitzaven adequadament.



Imatge de logos de navegadors

5.2.1 Empreses amb menys de 10 treballadors:

El .com és el domini més emprat per les pimes de les Illes Balears, amb molta diferència respecte del .es, que és el segon que més s'utilitza. El .com, com afirmen Churruca i Rouhiainen és la terminació més adequada en parlar d'empreses, ja que és la més internacional, i la que es sol relacionar amb el món de l'empresa.

Domini	
.com	82
.es	15
.net	3
.cat	1
.info	1

Per analitzar la tecnologia amb la qual s'han desenvolupat les webs d'empresa, i saber si el **CMS** utilitzat, en cas d'haver-ne fet servir, ha estat un CMS *open source* o privatiu, s'ha fet servir l'eina *underthesite*. I trobem que del 85% no es pot saber amb quina tecnologia s'han desenvolupat, o bé perquè estan fetes a mida, o bé perquè no s'ha volgut mostrar, mentre que 9 estan desenvolupades en CMS de codi obert o *open source* i 6 amb *codi privatiu*. Per completar aquesta informació hauria estat interessant comprovar l'any de creació del lloc web de les empreses.

Tecnologia utilitzada en el desenvolupament	
Es desconeix/ a mida	85
Joomla	5
Jimdo	3
Drupal	2
Wordpress	2
Website x5	1
Xara web design	1
Ms word	1

Pel que fa a l'**accessibilitat**, els resultats mostren que només 1 de les 100 webs passa la triple A (AAA), mentre n'hi ha 30 que només passen la primera. És a dir, 69 de les empreses de menys de 10 treballadors, no superen ni la primera A. Aquest és un altre punt on moltes empreses no hi posen atenció, tot i ser un punt clau en l'estratègia *online* del negoci.

En relació a l'optimització per a dispositius mòbils, tenint en compte el **Responsive Design**, trobem 9 webs optimitzades per *smartphones* i 6 per tableta; en total, només 15 webs permeten que el seu disseny s'adapti al dispositiu de l'usuari. Aquest fet mereix atenció especial, ja que s'incrementa l'ús d'Internet des de dispositius mòbils i el *Responsive Design* serà un element clau en el futur.

També s'ha anat web a web comprovant si disposaven de la **URL semàntica** o amigable, la que permet a l'usuari, en tot moment, saber on es troba situat dins el web, i el resultat és que la trobem al 56% de les webs analitzades.

Fent referència al **SEO** i a les estratègies per a posicionar les webs als motors de cerca, s'han llegit els rànquings *Alexa* i el *Page Rank*. Un bon *Alexa* rànquing per una web d'empresa seria un valor entre 500.000 i 2.000.000, segons trobem a "La web de empresa 2.0", i un valor de menys de 500.000 es podria considerar excel·lent. En aquest sentit, entre les webs balears de menys de 10 treballadors, en trobem només una que entri dins aquest rang, i que està a la

posició número 670.148. El *Page Rank*, en canvi, va del 0 al 10 i per una pime, un page rank d'entre el 3 i el 5 és un èxit; el resultat d'aquesta anàlisi indica que també només 1 web (però no la mateixa) es troba inclosa en el rang, amb 5 punts.

El *title*, les *keywords* i la *description*, són 3 ítems bàsics a incloure en parlar de posicionament web. A través de l'extensió *Page Rank Status*, també s'ha pogut analitzar, quantes webs tenen aquests camps emplenats i, per tant, estan més preparades pel SEO.

SEO	
Title	95
Keywords	53
Description	56

La **navegabilitat** es pot analitzar partint de diferents indicadors, en aquest cas s'han registrat les webs amb URL semàntica, que són 56, les que permeten les cerques internes, que són 11 de les 100 i la correcta visualització des de diferents navegadors. 99 de les 100 empreses es veuen correctament tant amb Firefox, com amb Explorer, com amb Chrome.

5.2.2 Empreses amb més de 10 treballadors:

El domini més utilitzat per les empreses més grans és també el .com, seguit del .es. El .es, correspon al domini territorial que identifica l'estat espanyol i que correspon al codi establert per l'Organització Internacional per a la Normalització (ISO).

Domini	
.com	37
.es	9
.net	2
.info	1

De les 50 webs d'empreses de 10 o més treballadors, en trobem 7 de desenvolupades en *open source*, 3 en codi privatiu i la resta, o bé estan fetes a mida o bé no es vol mostrar la informació a través de l'eina que s'ha fet servir. Destaca l'ús de Wordpress per sobre de la resta de CMS's utilitzats.

Tecnologia utilitzada en el desenvolupament	
Es desconeix/ a mida	40
Wordpress	5
Jimdo	1
Drupal	1
Joomla	1
Website x5	1
Google sites	1

En referència a les pautes d'accessibilitat, el fet de que les empreses siguin més grans, no varia gaire el resultat, ja que no trobem cap de les webs analitzades que passi la triple A (AAA) i la meitat no passen ni la primera A. Així, 24 webs passen la A, 1 la AA, i cap d'elles passa la AAA.

I tot i la importància de tenir el disseny web adaptat a l'entorn de l'usuari, només 6 de les 50 webs estan optimitzades (*Responsive Design*) per a smartphones i cap d'elles ho està per tableta. Per altra banda, 33 de les 50 webs més grans, tenen una url semàntica, que són més de la meitat, però que no són moltes si tenim en compte que aquest és un indicador de navegabilitat de la pàgina.

En referència al SEO, es presenten ara els resultats dels rànquings *Alexa* i *Page Rank* i del *title*, *keywords* i *description*. Tal i com s'ha comentat, un bon *Alexa* rànquing per una web d'empresa seria un valor situat entre 500.000 i 2.000.000 i un valor de menys de 500.000 es podria considerar excel·lent. En aquest sentit, entre les webs balears de 10 o més treballadors, en trobem 7 dins el rang, i d'aquestes, 2 estan per davall dels 30.000. A les webs de les empreses més grans s'hi troben empreses relacionades amb el turisme, amb molts de treballadors i molt populars arreu del món. Amb un *Page Rank* de 3 punts o superior, s'hi situen 10 empreses de les 50 que s'han analitzat. En aquest punt es manifesten diferències importants que no s'havien vist fins ara entre les empreses més petites i les més grans. La popularitat i la preparació per SEO d'ambdós grups d'empreses es fàcilment detectable amb l'extensió *Page Rank Status*, que s'ha utilitzat per fer l'anàlisi. En matèria de posicionament, el nombre de pàgines amb els criteris *title*, *keywords* i *description* emplenats són aquestes:

SEO	
Title	50
Keywords	33
Description	30

El nombre de pàgines amb les *keywords* i la descripció emplenades és inferior al que seria desitjable, ja que com a estratègia de posicionament als cercadors, tenir les dades completes és crucial per facilitar la localització del lloc.

Respecte les web que tenen URL semàntica i que permeten fer cerques internes, trobem 33 webs amb URL amigable i 2 on s'hi poden fer cerques. Quant a la visualització amb els diferents navegadors, totes les webs es veuen correctament tant amb Firefox, com en Chrome, com en Explorer.

5.3 Interacció:



Avui dia, la definició de comportament social passa per Internet, la Xarxa és un espai de relació on les persones conversen i comparteixen contingut. En aquest context, la comunicació entre empresa i audiència ja no és unidireccional, sinó que el client també té moltes coses a dir. Els nous paradigmes de comunicació personal, per tant, passen per les xarxes i demés **mitjans socials** a Internet i, les empreses comencen a entendre la necessitat d'adaptar-se a la nova realitat

si desitgen no quedar enrere i estar aprop dels seus clients en aquesta era global, on la comunicació és oberta, bireccional (converses) i, fins i tot, multidireccional, els usuaris poden parlar entre ells de les empreses i les marques. Aquest és un exemple de webs amb mitjans socials vinculats: <http://www.gduran.com/gxportal/hgxpp001.aspx?1>.

També s'ha analitzat el nombre de webs que disposen d'agregador de contingut; és a dir, **RSS** o *Really Simple Syndication*, que s'utilitza per a difondre informació actualitzada, des de la web, a usuaris que s'han subscrit per a rebre-la, com per exemple <http://www.inturotel.com/>. Aquests tipus d'agregadors són molt útils per a les persones que volen estar informades de les novetats que van publicant una o més webs.



Logo de l'RSS

En aquesta anàlisi, per tant, s'han repassat el nombre i la tipologia de mitjans socials que les empreses tenen adherits a les seves webs, ja siguin xarxes socials més centrades en la informació o bé mitjans que posen més èmfasi en les imatges i el vídeo. El **registre d'usuaris** és un altre ítem inclòs en aquest apartat, ja que algunes webs permeten que l'usuari s'hi registri i, a canvi, pot rebre algun descompte, pot fer el seguiment de les comandes, es pot subscriure a la newsletter, entre d'altres. El registre també pot permetre a l'usuari fer **comentaris** al web sobre els seus productes i/o serveis, i així augmentar la bireccionalitat de la que parlàvem, com a forma de rebre'n el *feedback* i de que els altres usuaris es puguin guiar per les notes dels consumidors. En aquesta anàlisi s'han tengut en compte aquells webs que tenen incorporades les opcions de compartir el seu contingut a les xarxes socials o que hi tenen un perfil, així com també aquelles que permeten fer-hi comentaris. En aquest exemple tenim una web on es poden registrar els usuaris i fer comentaris: <http://encisciudadella.com/>.

Una altra forma d'interacció que s'ha considerat d'entre els indicadors seleccionats, ha estat la possibilitat de fer **reserves en línia**. Ja sigui de productes o de serveis, el fet de permetre la reserva en línia és un avantatge molt important pel consumidor i, per tant, s'ha de tenir en compte a l'hora de voler oferir un bon servei al client. Si des de qualsevol lloc, 24 hores al dia i 365 dies a l'any aquell que visiti el web té l'oportunitat de reservar i **pagar en línia** el producte o servei ofert, les possibilitats de venda es multipliquen. També es cert que oferir aquest servei obliga a l'empresari a modificar la gestió de l'empresa, ja que en tot moment l'estoc haurà d'estar actualitzat. En aquest moment, és molt important generar confiança i donar seguretat en el

pagament i també en el tractament de les dades del client per a que aquest es senti còmode a l'hora de d'entregar les seves dades personals i segur a l'hora de realitzar el pagament. Exemple: <http://www.charoruiiz.com/>.

5.3.1 Empreses amb menys de 10 treballadors:

El tema de la interacció és molt important, ja que avui dia la comunicació entre empresa i client ha de ser fluïda i bidireccional, si més no, de l'anàlisi resulta que el registre d'usuaris només és possible a 8 de les 100 webs analitzades i que només 1 de les 100 webs permet deixar-hi comentaris i 3 permeten puntuar les entrades o productes.

Pel que fa a les xarxes socials, 22 de les 100 empreses analitzades disposen de mitjans socials vinculats a les seves webs, sobretot les xarxes socials Facebook i Twitter, que són dues de les xarxes més populars. Cada una de les xarxes té les seves particularitats i cal analitzar quina ens pot anar millor dependent del tipus de negoci i del tipus de contingut que s'hi vol compartir. És un bon recurs per donar a conèixer l'empresa i un lloc més on tenir converses amb els clients. El nombre d'empreses que utilitza les xarxes socials com a mitjà de comunicació tal vegada sigui superior, en aquesta anàlisi però, només s'ha midat si tenien la xarxa social associada a la seva pàgina web.

Mitjans socials	
Facebook	20
Twitter	10
Google +	5
Youtube	2
Pinterest	2
Picassa	2
Altres	3
RSS	9

L'RSS o agregador de contingut, del que ja hem parlat anteriorment només el trobem a 9 de les 100 webs. Les xarxes socials sovint compleixen la funció d'informar en temps real de les novetats de l'empresa; per tant, l'RSS, que és menys conegut, té una menor implantació i ús. Segons dades de l'INE, durant el 2012, el 26,5% d'empreses espanyoles de menys de 10 treballadors va utilitzar les xarxes socials Facebook, LinkedIn, Google + i Tuenti, entre algunes altres, el 13,1% va fer ús de Picassa, Youtube, Flickr, Instagram, i d'altres mitjans socials centrats en la imatge i el video i el 9% blogs d'empresa o eines

de microblogging com Twitter, Blogger, entre d'altres.

Un altre ítem que s'ha considerat en parlar d'interacció amb l'usuari, és el de les webs que permeten la reserva del producte o servei en línia, que en aquest cas representen al 12% de les webs analitzades i, d'aquestes, 6 en permeten fer el pagament. A la vegada, d'aquestes 6, 3 garanteixen la seguretat en el pagament. De les formes de pagament, val a dir que 2 accepten el pagament a través de TPV, 2 a través de Paypal i 3 per transferència bancària. També és important remarcar que només 3 de les webs que en permeten fer el pagament, tenen publicades les condicions de compra. Si anem als resultats de l'enquesta que fa l'INE al conjunt d'empreses de menys de 10 treballadors a tot Espanya, el 10,6% permet fer reserves en línia i el 7,3% permet també realitzar el pagament. El percentatge d'empreses de menys de 10 treballadors que venen a través d'Internet és, segons dades de l'INE del 2013, del 12,4%.

5.3.2 Empreses amb 10 o més treballadors:

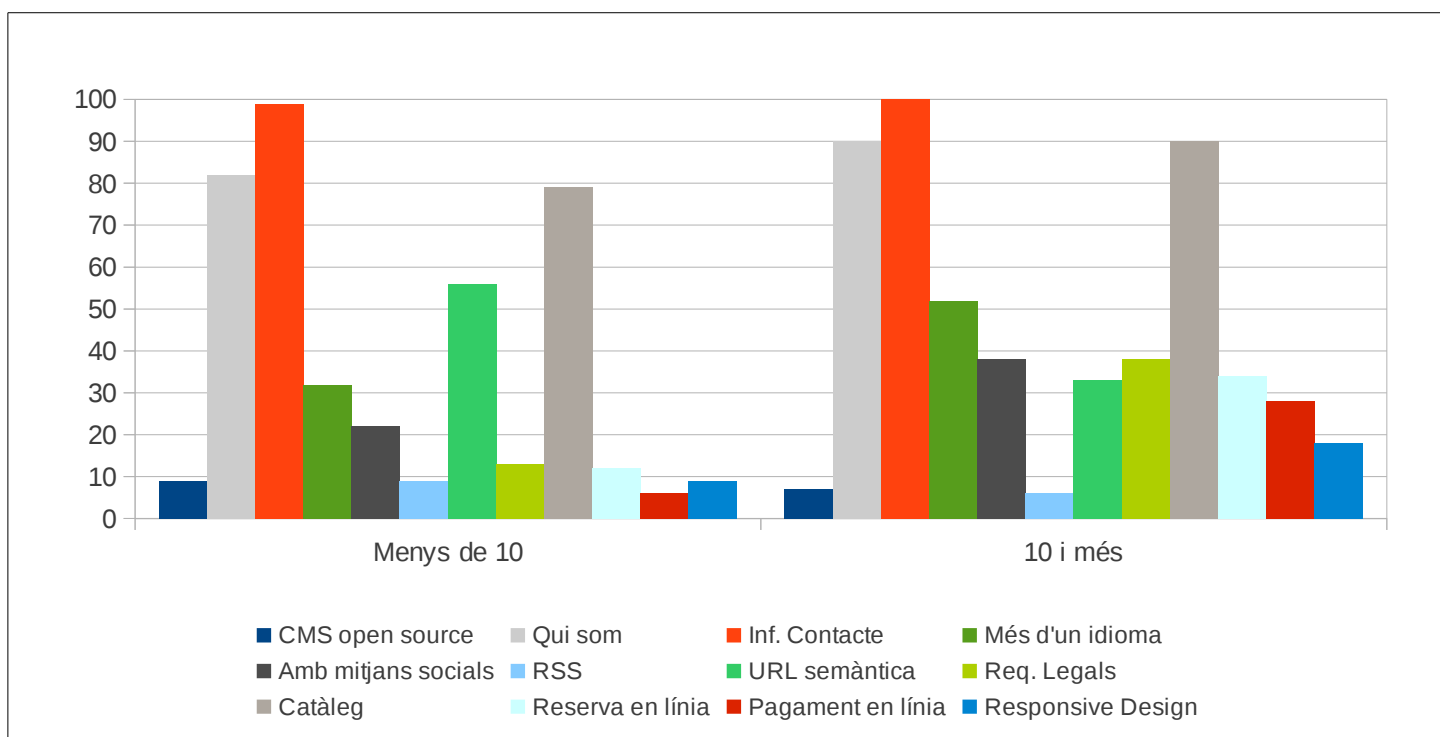
A les empreses més grans es segueix una dinàmica similar, només a 9 de les webs analitzades s'hi poden registrar usuaris i a 5 de les 50 webs està permès fer-hi comentaris, 2 permeten puntuar o bé les publicacions o bé el productes i serveis, i només a una de les webs hi trobem testimonials publicats.

En l'anàlisi de l'ús de les xarxes socials a les webs de les empreses, en trobem 19 que hi tenen alguna xarxa social integrada. Les dades de l'INE indiquen que durant el 2012, un 29,1% del total d'empreses va utilitzar xarxes socials com Facebook, LinkedIn, Google + i Tuenti, el 15,3% va fer servir llocs web per compartir contingut multimèdia, com Youtube, Picassa, Flickr, Slideshare i Instagram i el 13,9% blogs d'empresa o microblogs, com Twitter o Blogger, entre d'altres. L'RSS en canvi, només l'hem trobat a 3 de les 50 webs de les empreses més grans.

Mitjans socials	
Facebook	17
Twitter	16
Google +	9
Youtube	9
Pinterest	6
Flickr	6
Tripadvisor	2
Altres	4
RSS	3

En 17 de les webs analitzades s'ha trobat la possibilitat de fer la reserva dels seus productes i/o serveis en línia; en aquest indicador, les xifres de l'INE pel total nacional és del 15,2% de webs d'empreses que permet fer-hi reserves en línia i del 9,1% on s'hi pot realitzar el pagament. En aquesta anàlisi, de les 17 que en permeten fer la reserva, a 14 també s'hi pot finalitzar la compra i, d'aquestes, a 13 hi trobem la seguretat garantida en el mètode de pagament. Mentre l'opció del TPV el trobem a 13 de les webs i l'opció de fer transferència bancària la té 1, no n'hi ha cap de les 14 que ofereixi el PayPal com a opció. Una altra dada important és que a 10 de les webs hi trobem una explicació de les condicions de compra, informació molt important per generar confiança al client abans, durant i després del procés.

6 Resum d'indicadors i comparativa



Si s'agafa com a punt de partida la web de referència que es troba a l'inici del document, es destaquen 5 punts a l'hora de parlar de com hauria de ser una web d'empresa.

Informativa: la realitat, una vegada analitzats els resultats, és que gairebé un 20% de les empreses analitzades amb menys de 10 treballadors, no disposa d'informació corporativa a la seva web on aniria la descripció de a què es dedica l'empresa, i un 10% de les empreses més grans, tampoc. La informació de contacte, en canvi, es troba a la pràctica totalitat de les pàgines analitzades. El catàleg de productes o serveis està disponible al 80% de les empreses de menys de 10 treballadors i al 90% de les empreses més grans. Les webs multilingües arriben al 32% en el cas de les microempreses i al 52% en el cas de les empreses de 10 o més treballadors.

Social: fent referència a la possibilitat d'interacció que ofereix la pàgina a l'usuari, el gràfic resum mostra que en el cas de les empreses més petites, el percentatge de webs amb mitjans socials vinculats no arriba al 25%, mentre a les empreses més grans la xifra frega el 40%. La possibilitat de fer comentaris només es troba a 1 de les empreses petites i a 5 de les empreses més grans. L'RSS el trobem al 9% i al 6% respectivament, amb poca implantació, com ja s'ha comentat, sovint substituït per les xarxes socials.

Legal: els requeriments legals de les webs analitzades no arriben ni al 15% a les empreses més petites. A les més grans, la xifra només arriba al 38%. En total, només 32 webs adequadament preparades en termes legals.

Accessible: tenint en compte les pautes d'accessibilitat que s'avaluen amb la A, la AA i la AAA, val a dir que de les 150 webs d'empresa analitzades, estem davant de 96 webs que no passen la primera A. Aquest és un fet bastant greu, ja que estem parlant de moltes webs que no permeten l'accés a determinats grups d'usuaris.

Usable: un dels ítems que s'han analitzat en termes d'usabilitat, ha estat la URL semàntica, que la trobem al 56% i al 33% de les webs analitzades. Un altre indicador del que s'ha parlat i que, ben segur, cobrarà encara més importància en el futur, és el *Responsive Design* o disseny web adaptatiu, que el trobem al 9% de les empreses més petites i al doble (18%) de les més grans.

Posicionada: si ens referim al títol, la descripció, i les paraules clau, les webs de les empreses balears tenen, gairebé totes, el camp Títol emplenat, i més de la meitat tenen descripció i paraules clau. En els rànquins *Alexa* i *Page Rank* trobem una mica de tot, però destaquen 10 de les empreses més grans amb una puntuació igual o superior a 3 en el *Page Rank* i 7 situades en el rang d'entre 500.000 i 2.000.000 del rànquing *Alexa*. En el cas de les microempreses, destaca una web amb un *Page Rank* superior a 3 i una altra amb que es troba dins el rang *Alexa* que s'ha considerat aquí.

7 Glossari de termes

- **Accessibilitat:** Té com a objectiu aconseguir que les webs siguin utilitzades pel major nombre de persones, independentment dels seus coneixements o capacitats personals i independentment de les característiques tècniques de l'equip utilitzat per accedir al Web. La necessitat de que la Web sigui universal i accessible per a qualsevol persona està present des del principi de la Web, ja que era un requisit contemplat en el seu disseny pel seu creador Tim Berners-Lee.

Font: Accessibilitat. A Universitat d'Alacant. [Data de consulta: 20-11-2013] <http://accesibilidadweb.dlsi.ua.es/>

- **CMS - Content Management System:** Un sistema de gestió de continguts és un programa que permet crear una estructura de suport per a la creació i administració de continguts, sobretot a pàgines web, per part dels administradors, editors, etc. Consisteix en una interfície que controla una o vàries bases de dades on s'allotja el contingut i el disseny. Ex. Wordpress, Joomla, etc.

Font: CMS. A Wikipedia. [Data de consulta: 20-09-2013] http://es.wikipedia.org/wiki/Sistema_de_gesti%C3%B3n_de_contenidos

- **Codi obert:** és el terme amb el qual es coneix al programari distribuït i desenvolupat lliurement. La idea sota el concepte de codi obert és senzilla: quan els programadors (a Internet) poden llegir, modificar i redistribuir el codi font d'un programa, aquest evoluciona, es desenvolupa i millora. Els usuaris ho adapten a les seves necessitats, corregeixen els seus errors a una velocitat major a l'aplicada en el desenvolupament de programari convencional o tancat, donant com a resultat la producció d'un millor programari.

Font: Codi obert. A Viquipèdia. [Data de consulta : 10-06-2013] http://ca.wikipedia.org/wiki/Codi_obert

- **Codi privatiu:** El programari no lliure (anomenat també propietari, privatiu, privat, amb propietari o de propietat) fa referència a qualsevol programa informàtic on els usuaris tenen limitades les possibilitats d'ús, de modificació o de redistribució o el codi font del qual no està disponible o l'accés està restringit.

Per a la Fundació pel Programari Lliure (FSF) aquest concepte s'aplica a qualsevol programari que no és lliure o que només ho és parcialment. En el programari no lliure, una persona física o jurídica té els drets d'autor d'un programari negant el dret d'utilitzar-lo, ni d'estudiar-lo ni adaptar-lo a les seves pròpies necessitats, ni de distribuir còpies, millorar el programa, etc.

D'aquesta manera, un programari segueix essent no lliure tot i que el codi font es faci públic, ja que es manté la reserva dels drets d'autor sobre l'ús, la modificació o la distribució.

Font: KARLOSPG1 (2007, novembre) [Data de consulta: 10-06-2013]
<http://karlospg1.blogspot.es/>

- **Domini:** Part d'una adreça d'Internet que identifica una persona, una empresa o una organització connectada a aquesta xarxa i que expressa generalment la seva adscripció territorial, el tipus d'organització de què es tracta i el sector o empresa de què forma part. Per exemple, el domini termcat.cat identifica un ordinador que pertany al Centre de Terminologia TERMCAT i que està integrat en una xarxa informàtica autònoma. D'una banda, es parla de dominis de primer nivell quan s'identifiquen estats, països o sectors d'activitat que estan connectats a Internet. Segons la seva naturalesa, es divideixen en dominis territorials i dominis genèrics.

Els dominis territorials identifiquen els estats i països i consten de dues lletres, que corresponen al codi establert per l'Organització Internacional per a la Normalització (ISO) (per exemple, .ch per a Suïssa, .ca per a Canadà i .ph per a Filipines). Alguns països atorguen l'ús del seu domini territorial sense requerir que el servei real del demandant es produeixi dins les seves fronteres i només mantenen la relació de titularitat sobre el domini.

Els dominis genèrics (coordinats pel registre d'Internet dels Estats Units, ICANN) identifiquen tipus d'organismes o sectors d'activitat (per exemple, .com per a organitzacions comercials, .edu per a institucions educatives i .cat per a la comunitat lingüística i cultural catalana) i són fruit d'una necessitat d'especificació temàtica que permet identificar la gran quantitat d'ordinadors que hi ha connectats a Internet en alguns països. En llenguatge col·loquial, de vegades, per designar el domini de primer nivell, també s'utilitza la forma sufix de domini.

Font: Terminologia del comerç electrònic. Diccionaris en Línia. Centre de Terminologia TERMCAT, (2007, Abril). [Data de consulta: 10-06-2013]
<http://www.termcat.cat/ca/Cercaterm/>

- **Navegabilitat:** La navegabilitat és la facilitat amb la qual un usuari es pot desplaçar per totes les pàgines que componen un lloc web. Per a aconseguir aquest objectiu, un lloc web ha de proporcionar un conjunt de

recursos i estratègies de navegació dissenyats per aconseguir un resultat òptim en la localització de la informació i en l'orientació per l'usuari. Les interfícies de navegació han d'ajudar als usuaris a respondre a tres de les preguntes fonamentals relacionades amb la navegació: On som?, On he estat?, On puc anar?

Font: Navegabilidad. A Wikipedia. [Data de consulta : 09-12-2013]
http://es.wikipedia.org/wiki/Navegabilidad_web

- **Navegador:** Conegut internacionalment com browser, és un *software* que permet l'accés a Internet, interpretant la informació d'arxius i llocs web per a aquests puguin ser llegits. La funcionalitat bàsica d'un navegador web és permetre la visualització de documents de text, possiblement amb recursos multimèdia incrustats. A més, permet visitar pàgines web i fer activitats en elles, és a dir, podem enllaçar un lloc amb un altre, imprimir, enviar i rebre correu, entre altres funcionalitats.

Font: Navegador. A Wikipedia. [Data de consulta : 09-12-2013]
http://es.wikipedia.org/wiki/Navegador_web

- **Page Rank:** PageRank és l'algorisme que utilitza Google per determinar la posició d'una pàgina web a l'hora de fer una consulta mitjançant el seu motor de cerca. Aquest mètode mesura el seu grau d'importància de forma numèrica i permet situar els resultats més fiables en primer lloc. Alhora, reflecteix la probabilitat que hi ha de que un usuari que navega a través d'enllaços de forma aleatòria arribi a una pàgina web concreta. Font: Page Rank. A Wikipedia. [Data de consulta: 20-09-2013]
<http://ca.wikipedia.org/wiki/PageRank>

Mida la importància d'un lloc web de 0 a 10 punts en funció de la popularitat d'una determinada web a la xarxa. Aquesta popularitat s'estableix en funció de multitud de variables, entre d'altres els continguts i els enllaços provinents d'altres llocs; quants més enllaços provinents a la vegada de webs més populars major serà el rànquing. Per a una pime, una web amb un Page Rank d'entre 3 i 5 es pot considerar un èxit.

Font: Nieto Churruca, Ana; Rouhiainen, Lasse. La web de empresa 2.0. Guía para atraer visitas y conseguir clientes. [Data de consulta: 05-12-2013] <http://www.webempresa20.com/capitulos-gratis/Cap1-Como-crear-web-empresa-paso-a-paso-Gratis.pdf>

- **PayPal:** És una empresa d'Estats Units, propietat d'eBay, pertanyent al sector del comerç electrònic per Internet que permet la transferència de doblers entre usuaris que tinguin correu electrònic, una alternativa al

mètode tradicional en paper com els xecs o girs postals. PayPal també processa peticions de pagament en comerç electrònic i altres serveis web, pels quals cobra un percentatge al venedor.

Font: PayPal. A Wikipedia [Data de consulta : 10-06-2013]
<http://es.wikipedia.org/wiki/Paypal>

- **Rànquing Alexa:** Mida la importància d'un lloc, fonamentalment, per la quantitat de visites que rep. Alexa assigna un número a cada web des d'1 fins aproximadament 40 milions. Aquest darrer coincideix amb el número de llocs que tenen en consideració per a realitzar el rànquing. Els primers números solen provenir de llocs molt populars com Google, Youtube o Microsoft. Un bon rànquing per a una web d'empresa seria un valor entre 500.000 i 2.000.000. Menys de 500.000 es podria considerar excel·lent.

Font: Nieto Churruca, Ana; Rouhiainen, Lasse. La web de empresa 2.0. Guía para atraer visitas y conseguir clientes. [Data de consulta: 05-12-2013] <http://www.webempresa20.com/capitulos-gratis/Cap1-Como-crear-web-empresa-paso-a-paso-Gratis.pdf>

- **Responsive Design:** És el disseny web adaptatiu o adaptable, i és una tècnica de disseny i desenvolupament web que, mitjançant l'ús d'estructures i imatges fluïdes, així com de media-queries en el full d'estil CSS, aconseguix adaptar el lloc web a l'entorn de l'usuari. El dissenyador i autor nord-americà Ethan Marcotte, va crear i difondre aquesta tècnica a partir d'una sèrie d'articles a A List Apart, una publicació en línia especialitzada en disseny i desenvolupament web, idea que després s'extendria en el seu llibre Responsive Web Design.

Font: Diseño web adaptativo. A Wikipedia. [Data de consulta: 05-12-2013] http://es.wikipedia.org/wiki/Dise%C3%B1o_web_adaptativo

- **RSS:** RSS són les sigles de Really Simple Syndication, un format XML per a syndicar o compartir contingut a la web. S'utilitza per a difondre informació actualitzada a usuaris que s'han subscrit a la font de continguts. El format permet distribuir continguts sense necessitat d'un navegador, utilitzant un software dissenyat per a llegir aquests continguts RSS (agregador). Tot i això, és possible utilitzar el mateix navegador per veure els continguts RSS. RSS és part de la família dels formats XML. Desenvolupat específicament per a tot tipus de llocs que s'actualitzin amb freqüència i per mitjà del qual es pot compartir la informació i utilitzar-la en altres llocs web o programes. Això és coneix com a redifusió web o sindicació web (una traducció incorrecte, però d'ús molt comú).

Font: RSS. A Wikipedia. [Data de consulta: 05-12-2013].
<http://es.wikipedia.org/wiki/Rss>

- **SEO:** Les sigles, en anglès, signifiquen Search Engine Optimization, és a dir, optimització de motors de cerca. El posicionament a cercadors o optimització de motors de cerca és el procés per a millorar la visibilitat d'un lloc web en els resultats orgànics dels diferents cercadors. També és comú anomenar-lo posicionament web, tot i que aquest terme no resulta tan precís, ja que engloba altres fonts de tràfic fora dels motors de cerca. En els darrers anys, la generalització de les estratègies de posicionament a cercadors i la seva implementació en un major nombre de websites, ha aconseguit generar la consciència de que ocupar els primers llocs a les pàgines de resultats pot ser crucial per a un lloc web.

Font: Posicionamiento en buscadores. A Wikipedia. [Data de consulta: 05-12-2013]. http://es.wikipedia.org/wiki/Posicionamiento_en_motores_de_buscadores

- **Software:** Terme genèric que s'aplica als components no físics d'un sistema informàtic, com per exemple, els programes, sistemes operatius, etc, que permeten a aquest executar les seves tasques.

Font: Software. A Wordreference. [Data de consulta: 09-12-2013]
<http://www.wordreference.com/definicion/software>

- **URL semàntica:** També anomenades URL amigables, són aquelles que, dins el que cap, són entenibles per a l'usuari. Estan formades amb paraules relacionades amb el contingut de la pàgina i fàcils de recordar. S'utilitzen en llocs webs dinàmics (no estàtics).

Font: URL semántica. A Wikipedia [Data de consulta: 9-12-2013]
http://es.wikipedia.org/wiki/URL_semántica

- **Xarxa social:** les xarxes socials són els serveis prestats a través d'Internet que permeten als usuaris generar un perfil públic on plasmar dades personals, informació d'un mateix, disposant d'eines que permeten interactuar amb la resta d'usuaris afins o no al perfil publicat.

Font: Instituto Nacional de Tecnologías de la Comunicación (INTECO) (2009). Estudio sobre la privacidad de los datos y la seguridad de la información en las redes sociales online".
https://www.ontsi.red.es/ontsi/sites/default/files/redes_sociales-

[documento_0.pdf](#)

8 Referències bibliogràfiques

- Automatic Trans (2010): Ventajas de la Web multilingüe, Automatic Trans. Octubre 2010. [Data de consulta: 30-10-2013] <http://www.automatictrans.es/index.php/2010/10/ventajas-de-la-web-multilingue/>
- Baldomar, Juan Pablo (2012): Uso de las redes sociales en la empresa: actualidad y tendencias. Cámara Argentina de Comercio. Julio 2012. [Data de consulta 12-11-2013] http://www.capacitacion.cac.com.ar/noticias/Uso_de_las_redes_sociales_en_la_empresa:_actualidad_y_tendencias_18
- Cleventy (2012). ¿Cómo es tu página web ideal? [Data de consulta: 20-08-2013] <http://cleventy.com/como-es-tu-pagina-web-ideal>
- Depymeapyme (2013). ¿Qué significa Responsive Design? Febrer 2013. [Data de consulta: 25-10-2013] <http://depymeapyme.es/que-significa-responsive-design/>
- Guía breve de accesibilidad web. [Data de consulta 20-11-2013] <http://www.w3c.es/Divulgacion/GuiasBreves/Accesibilidad>
- Nieto Churruca, Ana; Rouhiainen, Lasse. La web de empresa 2.0. Guía para atraer visitas y conseguir clientes. [Data de consulta: 22-08-2013] <http://www.webempresa20.com/capitulos-gratis/Cap1-Como-crear-web-empresa-paso-a-paso-Gratis.pdf>
- La página web ideal de un hotel (2013). Wong, el blog en español de Wubook. Maig 2013. [Data de consulta: 20-08-2013] <http://es.wubook.net/blog/la-pagina-web-ideal-de-un-hotel/>

Agraïments:

- Ibestat. Institut d'Estadística de les Illes Balears <http://ibestat.caib.es>
- GsBit. Asociación Balear de Empresas de Software, Internet y Nuevas Tecnologías <http://www.gsbit.org>
- Binary Menorca. Programación informática para empresas. <http://www.activaerp.com>