



LANZAROTE EN INTERNET



**CABILDO DE
LANZAROTE**

Marzo 2005

ÍNDICE

	Página
INTRODUCCIÓN	3
METODOLOGÍA	4
EVOLUCIÓN DEL USO DE INTERNET EN ESPAÑA Y EN EL MUNDO	6
INFORME DE LOS RESULTADOS	
1.- PRESENCIA DE LANZAROTE EN INTERNET	9
1.1.- Presencia en la web principal	9
1.2.- Presencia en el dominio	9
1.3.- Procedencia del dominio	10
2.- ACTIVIDAD DE LAS WEBS	11
2.1.- Procedencia de la actividad	12
2.2.- Virtualidad de la actividad	13
3.- SERVICIOS QUE OFRECEN LAS WEBS	14
4.- IDIOMAS	15
5.- ANTIGÜEDAD	15
6.- ACCESIBILIDAD	16
CONCLUSIONES	17
ANEXO: LAS DIEZ PRIMERAS REFERENCIAS DE LANZAROTE EN INTERNET	19

INTRODUCCIÓN

El presente informe ha sido elaborado por el Centro de Datos (Área de Ciencia y Tecnología) del Cabildo de Lanzarote y en él se recoge una descripción de los resultados del análisis de la presencia de Lanzarote en Internet.

Para ello se han analizado las 400 primeras referencias que aparecían en el buscador *Google* durante el período de diciembre de 2004 y enero de 2005¹.

Antes de exponer el análisis de la presencia de Lanzarote en la *Red*, se ha estimado oportuno describir brevemente y de forma genérica el grado de penetración y uso de internet en España y en el resto del mundo. Cuyas conclusiones refuerzan la idea de la importancia indiscutible de Internet como herramienta en las formas de comunicación actuales.

En cuanto a los resultados del análisis sobre Lanzarote, objeto principal de este trabajo, se ha estructurado el documento en los siguientes apartados:

- Forma de presencia de Lanzarote en Internet: teniendo en cuenta el lugar que ocupa en los portales analizados, la referencia del concepto “lanzarote” en los dominios o URL, así como la procedencia geográfica de éstos.
- Actividad de las *webs* que contienen referencias de Lanzarote: esto es, sector, procedencia de dicha actividad (sea empresarial o no) y si dicha actividad es virtual (sólo opera en Internet) o si, además, tiene presencia física.
- Servicios que ofrecen las distintas *webs* analizadas.
- Idiomas en que se presentan y antigüedad.
- Y, por último, se analiza la accesibilidad de dichas páginas para personas con discapacidad, básicamente de tipo visual.

¹ El número de referencias sobre Lanzarote en *Google* es aproximadamente 2.150.000.

METODOLOGÍA

La metodología utilizada para la obtención de la información fue mediante un análisis durante los meses de diciembre de 2004 y enero de 2005 de las 400 primeras referencias encontradas sobre la palabra Lanzarote en el buscador *Google* (opción búsqueda en la *web*), el segundo de mayor uso a nivel mundial y el primero utilizado en España.

En términos estadísticos, y teniendo en cuenta que el número de referencias sobre Lanzarote en *Google* es aproximadamente 2.150.000, el error de los resultados es de $\pm 5\%$ (según el nivel de confianza del 95% y de probabilidades $p=q=50$).

Para la informatización de cada una de las variables se ha confeccionado una base de datos cuyos campos vienen definidos de la siguiente forma:

- URL: dirección de la página principal.
- URL LANZAROTE: dirección donde aparece Lanzarote (puede coincidir o no con la principal).
- DESTACADO: si se refleja o se destaca Lanzarote en la página principal o, en su caso, si se refleja algún elemento claramente relacionado con la isla. (Ej. *Museo TANIT*).
- NOMBRE: nombre de empresa, organismo o razón social.
- PROCEDENCIA ACTIVIDAD: procedencia de la actividad (distinto a procedencia del dominio) de la *web*. Ej. *RIU* procede de Baleares pero el dominio puede estar registrado en EE.UU.
- VIRTUAL: si la actividad se realiza sólo en Internet.
- ACTIVIDAD (1-4): análisis de contenido de las actividades de la página, con entrada múltiple de hasta cuatro opciones.
- SERVICIOS (1-6): análisis de contenido de los servicios que ofrece la página. Por ejemplo comercio electrónico, reservas, etc. Con entrada múltiple de hasta seis opciones.
- IDIOMAS (1-7): idiomas distintos en que aparece la página. Con entrada múltiple hasta siete opciones.
-

- Nº IDIOMAS: número de idiomas distintos en que aparece la página.
- GOOGLE: posición en el buscador *Google*, por intervalos de 20 referencias.
- ACCESIBI: accesibilidad según el *Test de Accesibilidad Web (TAW)*, elaborado por el Ministerio de Empleo y Asuntos Sociales. Para la clasificación ordinal de las *webs* según accesibilidad (alta, media, baja) se ha elaborado un índice numérico.
- ANTIGÜEDAD: nº de años de existencia de la páginas, tomando como fecha de referencia el 1-1-2005.
- ANTIGÜEDAD2: año de alta del dominio, cuya información ha sido obtenida del buscador de dominios *WHOIS*.
- PROCEDOMIN: procedencia geográfica del dominio, cuya información ha sido obtenida del buscador de dominios *WHOIS*.
- DOMIDIRECTO: si aparece la palabra Lanzarote en URL principal o, en su defecto, algún elemento claramente relacionado con Lanzarote (Ej. *Club La Santa, Golf Costa Teguisse*).

Para la elaboración del epígrafe introductorio sobre la situación de Internet en España y en el resto del mundo se han utilizado diversas fuentes, entre las que cabe señalar el informe "*La Sociedad de la Información en España (2004)*" realizado por Telefónica, la "*Encuesta a Usuarios de Internet (Febrero 2005)*" de la Asociación para la Investigación de Medios de Comunicación (AMIC), la "*Encuesta sobre Equipamiento y Uso de Tecnologías de la Información y Comunicación en los Hogares (2004)*" del Instituto Nacional de Estadística (INE) y el estudio de "*Consumo de Medios en Europa (2004)*" elaborado por la Asociación Europea de Comunicación Interactiva (EIAA).

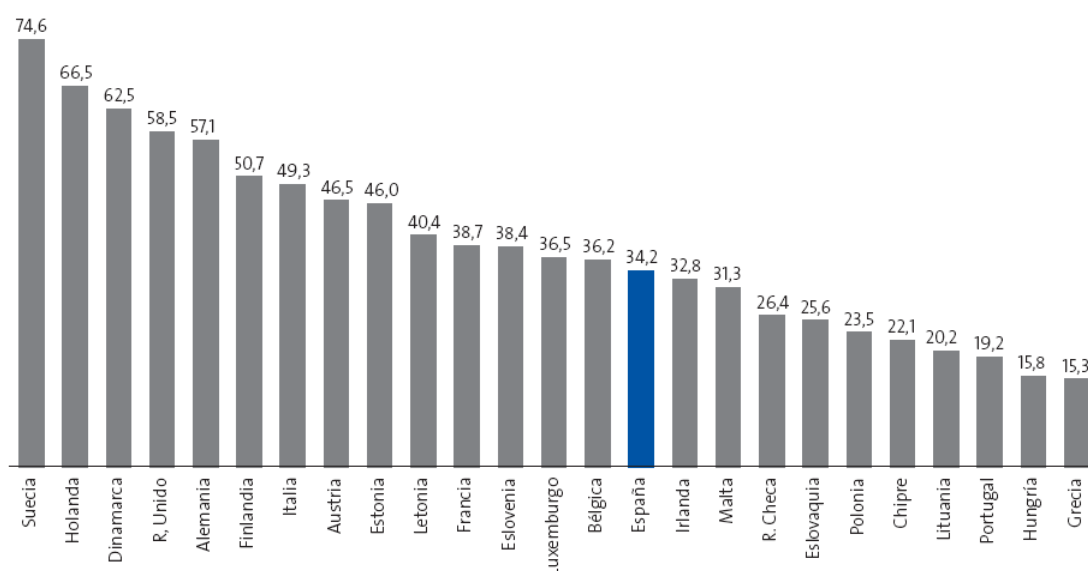
EVOLUCIÓN DEL USO DE INTERNET EN ESPAÑA Y EN EL MUNDO

En este epígrafe se realiza una descripción de la situación actual en España y en el resto del mundo a través del seguimiento de una serie de indicadores básicos² analizados bajo el modelo de la *Sociedad de la Información*.

Durante el año 2004 ha continuado el ritmo de crecimiento de los usuarios de Internet en el mundo. En términos porcentuales el mayor incremento se ha producido en los países asiáticos.

La penetración de usuarios de Internet en la Unión Europea se sitúa en un 44.7%, es decir 204 millones de usuarios frente a una población de 457 millones de habitantes.

Figura 1-1: USUARIOS DE INTERNET (UE-25)
(% de usuarios de Internet)



Fuente: Internet World Stats. Septiembre de 2004.

² «Índice de acceso digital» de la Unión Internacional de Telecomunicaciones, «Network Readiness Index» del World Economic Forum, «eReadiness Index» de la Economist Intelligence Unit y «Information Society Index», elaborado por IDC – World Times.

Según estos indicadores son los países nórdicos quienes lideran el desarrollo de la Sociedad de la Información en Europa. Detrás de ellos quedan países como Reino Unido o Alemania.

España se sitúa en las posiciones finales entre los países de la «Europa de los 15». En el entorno mundial esto la sitúa en torno a la posición 25.

El número de usuarios de Internet en España en mayo de 2004 ascendía a 12 millones, lo que supone una penetración de Internet entre la población española del 33.1%. Esta cifra ha aumentado según un estudio elaborado por el Instituto Nacional de Estadística (INE) durante el segundo semestre de 2004, donde se habla ya de un total de 13.534.664 personas que utilizan Internet en España, lo que representa el 37.5% del total de adultos de 15 y más años.

El porcentaje de usuarios de Internet distribuido por comunidades autónomas varía entre el 46% de Madrid y el 29,4% de Galicia. En Canarias esta cifra asciende a casi el 40 %, ligeramente por encima de la media de España.

La búsqueda de información

La búsqueda de información es el servicio, que después del correo electrónico, es más utilizado por los usuarios de Internet en la Unión Europea.

Los buscadores y sitios web más utilizados del mundo son *Microsoft, Google, Terra Lycos, Wanadoo, Yahoo, T-Online, Time Warner, Emule Project.net, Lycos Europe* y el *Grupo Intercom*³.

En España los buscadores y directorios más usados son *Google, Yahoo, Terra, Altavista, MSN, Lycos, Wanadoo, Ya, Alltheweb* y *Hotmail*⁴.

Por último, resulta interesante señalar que los billetes de viaje y las vacaciones son los asuntos más buscados en Internet.

³ Fuente: Nielsen-Net Ratings. Agosto 2004.

⁴ Fuente: AIMC. Febrero 2005.

INFORME DE RESULTADOS

1.- PRESENCIA DE LANZAROTE EN INTERNET

1.1.- Presencia en web principal

En primer lugar se ha analizado el grado de presencia de la isla, es decir, si se refleja o se destaca Lanzarote en la página principal del portal correspondiente o, en su defecto, si se refleja algún elemento claramente relacionado con la isla: Ej. Museo TANIT.

GRADO DE PRESENCIA	%
Sí Web Principal	18.0
NO Web Principal	82.0
Total	100.0

Sólo en el 18 % de los casos aparece Lanzarote destacado en la web principal, en el resto de los casos la información sobre la isla se encuentra en las páginas secundarias.

1.2.- Presencia en el Dominio

Paralelamente se analizó la presencia de la palabra "Lanzarote" en los dominios o nombres de las páginas, esto es, si aparece la palabra Lanzarote en el URL principal, o en su defecto alguna palabra claramente relacionada con la isla (Ej. Club La Santa, Golf Costa Teguisse, etc.).

PRESENCIA EN EL DOMINIO	%
Sí	12.0
No	88.0
Total	100.0

Sólo en el 12 % de los casos aparece la palabra "Lanzarote" destacada en el nombre de la página principal.

1.3.- Procedencia del Dominio

Igualmente se indagó sobre la procedencia del dominio o dirección de la página que contenía la referencia, para ello se utilizó la herramienta *WHOIS*, que permite identificar al registrador/propietario del dominio.

El 36 % de los dominios procede de países de Europa. Ocupan también lugares destacados Norteamérica y España, con un 19.3 % y 18.5 % respectivamente.

En Lanzarote están registrados sólo el 6.5 %, y un 3 % en el resto de Canarias.

PROCEDENCIA DOMINIO	%
Europa	36.0
Norteamérica	19.3
España	18.5
Lanzarote	6.5
Canarias	3.0
Asia	1.8
Oceanía	1.0
Desconocido	14.0
Total	100.0

2.- ACTIVIDAD DE LAS WEBS

El 40 % de la actividad de las páginas web analizadas que contienen referencia sobre Lanzarote está dedicada exclusivamente al turismo y, dentro de este sector, sobresale la actividad de alojamiento (hoteles, apartamentos, villas, etc.). Si bien las web genéricas sobre turismo también obtienen una alta presencia, sobre todo en los primeros puestos de *Google*.

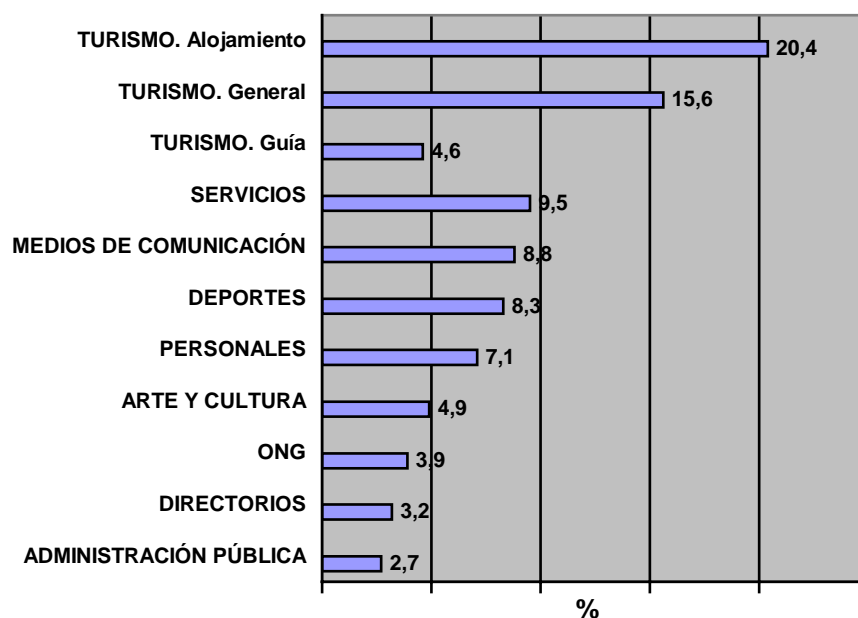
Incluso gran parte de las páginas dedicadas a la actividad de “servicios”, que ocupa un lugar destacado, tienen recogida actividad turística (reserva de coches, billetes de avión, etc.) aunque no sea esa su actividad principal.

ACTIVIDAD DE LA PÁGINA	% Respuesta
Turismo. Alojamiento	20.4
Turismo. General	15.6
Turismo. Guía	4.6
Servicios	9.5
Medios de comunicación	8.8
Deportes	8.3
Personales	7.1
Arte y cultura	4.9
ONG	3.9
Directorios	3.2
Administración pública	2.7
Meteorología	2.4
Educación	2.2
Ocio	1.2
Otros ⁵	3.2
Total	100.0

También es relativamente alta la presencia de *webs* de medios de comunicación que ofrecen información exclusiva o destacada de la isla. Así como de deportes y de páginas personales (personas que, a título individual, elaboran su propia página e incluyen contenidos de la isla).

⁵ Buscadores y Agricultura (cada una con un 0.7 %), Alimentación, Banca, Religión y Sexo (con un 0.2 % cada una) y el genérico “Otros” con un 1 %.

ACTIVIDAD DE LAS WEBS



2.1.- Procedencia de la actividad

En cuanto a la procedencia de la actividad⁶ que realiza la web destaca la zona de Europa, lo que significa que más de la mitad (53.3 %) de la actividad que aparece de Lanzarote en Internet tiene su sede en Europa.

En segundo lugar aparece España, con un 17.5 %.

Sólo el 10 % de la actividad de Lanzarote procede de la propia isla, el mismo porcentaje que tiene su origen en Norteamérica.

⁶ La procedencia de la actividad no necesariamente es la misma que la procedencia del dominio de la web. Por ejemplo, la empresa RIU procede de Baleares pero el dominio puede estar registrado en EE.UU. En este caso se hace referencia a la procedencia de la empresa u organismo.

PROCEDENCIA DE LA ACTIVIDAD	%
Europa	53.3
España	17.5
Lanzarote	10.0
Norteamérica	10.0
Canarias	3.0
Asia	1.0
Oceanía	0.8
Resto América	0.3
Desconocido	4.3
Total	100.0

2.2.- Virtualidad de la actividad

En este caso se trata de conocer si la actividad es sólo en internet o, además las empresas, instituciones u organismos realizan su actividad fuera de la *Red*.

En este sentido, el 59 % de las *webs* analizadas sólo tienen presencia en la Internet. El 33.3 %, además de estar en Internet, también realizan actividades fuera (Ej. Cabildo de Lanzarote).

ACTIVIDAD SÓLO EN INTERNET	%
Sí	59.0
No	33.3
NS/NC	7.8
Total	100.0

3.- SERVICIOS QUE OFRECEN LAS WEBS

En cuanto al tipo de servicio que ofrecen las páginas (ej. Venta on line, reservas, información, etc.), lo que más destaca es la oferta de información sobre servicios existentes en la isla o bien directorio de servicios.

Es también notorio la presencia de información sobre recursos de la isla y noticias.

SERVICIOS	%	% de páginas que lo ofertan
Información Servicios	23.5	68.3
Directorio de servicios	20.1	58.5
Información Recursos	18.5	53.8
Noticias	10.1	29.5
Reserva de productos	8.0	23.3
Fotos	5.7	16.5
Lista de correo	5.3	15.5
Venta on line	4.3	12.5
Chat	1.8	5.3
Agenda	1.5	4.5
Vídeos	1.1	3.3
Total	100.0	291.0

La reserva de productos supone el 8 % de los servicios analizados y lo ofertan el 23.3 % de las webs. La venta *on line* alcanza el 4.3 % de toda la variedad de servicios existentes de Lanzarote en Internet y se dedican a ello el 12.5 % de las webs que contienen referencias sobre la isla.

4.- IDIOMAS

El promedio de idiomas en que aparecen las *webs* sobre la isla es de 1,9. Fundamentalmente se trata del inglés (un 65 % de las páginas) y, en menor medida, del español (un 37.8 % de las páginas).

También es importante la presencia del alemán, idioma que ofertan el 26.8 % de las *webs*.

IDIOMAS	%	% de páginas que lo ofertan
Inglés	40.3	65.0
Español	23.4	37.8
Alemán	16.6	26.8
Francés	6.2	10.0
Italiano	4.0	6.5
Otros ⁷	9.7	15.8

5.- ANTIGÜEDAD

La antigüedad media de las referencias analizadas es de 5,7 años (teniendo como referencia temporal el 1-1-2005).

Como información de interés, cabe comentar que la *web* más antigua data del año 1988 y se trata de un portal de “servicios” para alojar páginas.

En cualquier caso, en las referencias de Lanzarote los años que sobresalen son 1999 y 2000 con el 12.3 % y el 13.8 % respectivamente.

⁷ El concepto otros aparece desglosado porcentualmente (páginas que lo ofertan) en: holandés (4.3 %), portugués (1.8 %), noruego (1.5 %), chino (1.3 %), catalán, japonés y ruso (cada uno con un 1 %), sueco (0.8 %), euskera (0.5 %), polaco, gallego, árabe, griego, finés, danés, checo (0.3 %) y desconocido (0.5 %).

6.- ACCESIBILIDAD

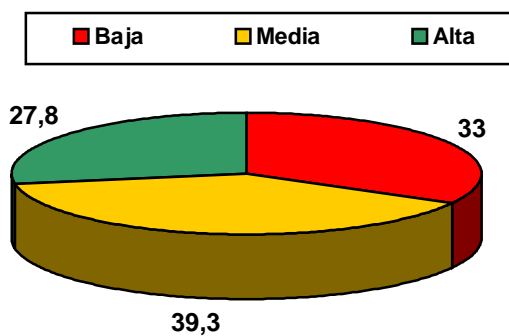
En este último epígrafe, se analiza la accesibilidad de las páginas para personas con discapacidad, básicamente de tipo visual. Para ello se ha aplicado el *Test de Accesibilidad Web (TAW)*.

Según el test, un tercio de las webs que contienen referencias sobre Lanzarote posee una accesibilidad baja. Con lo cual su uso se imposibilita para este tipo de personas.

ACCESIBILIDAD	%
Baja	33.0
Media	39.3
Alta	27.8
Total	100.0

El 39.3 % tiene una accesibilidad media y el 27.8 % restante posee una alta accesibilidad.

ACCESIBILIDAD DE LAS WEBS SOBRE LANZAROTE



CONCLUSIONES

En primer lugar parece obligado destacar la indiscutible importancia de Internet como herramienta en las formas de comunicación actuales. Así, la penetración de usuarios de Internet en la Unión Europea se sitúa en un 44.7%, es decir 204 millones de usuarios frente a una población de 457 millones de habitantes.

En España se habla ya de un total de 13.534.664 personas que utilizan Internet, lo que representa el 37.5% del total de adultos de 15 y más años. El porcentaje de usuarios distribuido por comunidades autónomas varía entre el 46% de Madrid y el 29,4% de Galicia. En Canarias esta cifra asciende a casi el 40 %, ligeramente por encima de la media de España.

La búsqueda de información es el servicio, que después del correo electrónico, es más utilizado por los usuarios. Los billetes de viaje y las vacaciones son los asuntos más buscados en Internet.

LANZAROTE EN INTERNET

Páginas turísticas

De cara al **exterior de la isla**, y a pesar de que el número de referencias de Lanzarote en Internet es alto, la presencia de Lanzarote en las páginas principales sólo es de un 18 %.

La mayoría de estas *webs* analizadas utiliza el **idioma inglés** y se localizan en países de Europa, además seis de cada diez sólo realizan actividad en Internet. En general se dedican, directa o indirectamente, al **sector turístico** de Lanzarote, con información sobre el alojamiento, guías sobre la isla, etc. Esta elevada presencia de contenidos turísticos viene a confirmar la gran demanda de los usuarios europeos hacia las páginas dedicadas a vacaciones.

A su vez, **los servicios que** prestan estos portales turísticos analizados **son** básicamente **informativos** (guías, directorios, etc.). Y aunque no se realizó un análisis de contenido exhaustivo de cada uno de los portales, sí que se observó en ciertos casos una dudosa calidad informativa sobre aspectos de la isla.

En este sentido, **resulta imprescindible reforzar la presencia del portal oficial del Patronato de Turismo de Lanzarote**, como referencia principal de la información turística que se ofrece sobre la isla en Internet.

En cuanto a los **servicios de reserva de productos o la venta *on line***, hay que señalar que sólo lo ofertan el 23 % y el 12 % de las *webs* respectivamente. Aunque estos porcentajes son relativamente bajos, es seguro su auge en el futuro inmediato.

Por lo que **resulta importantísimo para las empresas de servicios turísticos de la isla, su incorporación a Internet** (bien directamente o bien a través de una central de reservas virtual) **como forma de comercialización de su producto**, además del portal informativo y de promoción del que ya disponen muchas de ellas⁸.

Páginas no turísticas

En general la mayor presencia de la isla en Internet está ligada, como no podía ser de otra forma, al turismo.

Así por ejemplo, de las páginas que hemos incluido en deportes, la mayoría de ellas están dedicadas al turismo deportivo: *Ironman*, buceo, surf, etc. Algo similar ocurre con los medios de comunicación en los que, exceptuando algunos portales periodísticos sobre la isla, en general se trata de referencias de portales de medios de comunicación nacionales o internacionales que incluyen una noticia (casi siempre de carácter turístico) sobre la isla.

Creemos que merece destacarse el análisis de la presencia de páginas de **Administración Pública**. En el nuevo paradigma tecnológico de la Sociedad de la Información, **las Administraciones deben tener un papel fundamental en el que se configuran como un elemento imprescindible en la introducción y aplicación de las nuevas tecnologías.**

En la actualidad el Cabildo de Lanzarote dispone de un portal y cuatro de los siete ayuntamientos existentes en la isla también. En general los servicios que prestan estos portales institucionales son meramente informativos y no existe posibilidad para el usuario de realizar gestiones interactivas (trámite de expedientes, certificados, licencias, etc.).

⁸ Ya en 2002 se comprobó que más de la mitad de los hoteles de la isla disponían de web informativa y de la posibilidad de realizar reservas a través de la *Red*. (Henke, Katrin, «*Internet y el sector alojativo: el caso de Lanzarote*», proyecto final de Diplomatura de la Escuela Universitaria de Turismo de Lanzarote).

ANEXO: LAS DIEZ PRIMERAS REFERENCIAS DE LANZAROTE EN GOOGLE

	DENOMINACIÓN	URL
1	Patronato de Turismo	www.turismolanzarote.com
2	Lanzarote.com	www.lanzarote.com
3	Comunitel	www.intercom.es/sidastud
4	Cabildo de Lanzarote	www.cabildodelanzarote.com
5	Lanzarote Digital	www.lanzarotedigital.com
6	La Voz de Lanzarote	www.lavozdelanzarote.com
7	Lanzarote Net	www.lanzarote.net
8	Web de Lanzarote	www.webdelanzarote.com
9	Lanzarote in 360	www.lanzaroteisland.com
10	Guía de Playas. Ministerio Medioambiente	www.mma.es/playas/html/p/todas/lanz.htm

Fecha de consulta: 5-3-2005