

Productos Gastronómicos
de Aragón
en Navidades

Observatorio de
posicionamiento en
Google para **Aragón**



Introducción

La Comunidad de Aragón se caracteriza, entre otras cosas, por la calidad de sus productos gastronómicos.

La tierra aragonesa es propicia para la elaboración de productos agroalimentarios. Desde aquellos con Denominación de Origen Protegida como el jamón de Teruel, el melocotón de Calanda o los vinos de Campo de Borja y Somontano, hasta los productos con "C de calidad", Aragón ocupa un espectro muy importante de productos basados en la naturaleza y la tradición.

El presente estudio de o10media se centra en estos productos y las búsquedas en Google en un período concreto: las Navidades. Entre las cuestiones que se van a abordar en este análisis se encuentran:

- Conocer las búsquedas en Google más relevantes de los productos gastronómicos de Aragón, determinados por origen o procedencia.
- Reconocer aquellos productos

aragoneses que son más demandados en Navidades. Es decir, durante el mes de diciembre.

- Detectar la competencia en el posicionamiento de Google de los diferentes productos gastronómicos.
- Averiguar el tipo de resultados -posicionamiento orgánico y posicionamiento local- en las búsquedas de los productos más demandados en Navidades.
- Profundizar en la imagen y reputación de los productos más buscados mediante la valoración de usuarios en Google.

Para la realización de este estudio, se han consultado más de 45 términos de búsqueda considerados de relevancia acerca de los productos aragoneses, con datos registrados en el mes de diciembre. ¿Por qué estudiar sólo las búsquedas en Google?

La razón principal es que Google es el buscador que más se utiliza en España, y de forma abrumadora. Más del 95% de usuarios en España usan Google como buscador en 2013, según los datos más recientes.

El posicionamiento en Google se ha convertido en una de las estrategias de Marketing Digital más importantes. Gracias al creciente uso por parte de los usuarios del buscador, y los datos que nos ofrece el motor de búsqueda, todo tipo de negocios pueden diseñar una estrategia que le ayude a generar visitas y finalmente ventas de su producto o servicio.

Para ello, es fundamental estar en los primeros puestos en la primera página de Google. Las tres primeras posiciones en Google suponen el 77% de los "clicks" que se realizan desde el buscador.



2. Búsquedas de Productos Gastronómicos Aragoneses

Para determinar los productos gastronómicos que más se demandan en Navidades en Google, hemos revisado todo tipo de productos típicos de Aragón. En total, se han realizado 46 consultas que pueden considerarse relevantes.

La mayoría de estas consultas incluyen el producto y la procedencia, así como el número de búsquedas al mes de media. En aquellas consultas que no incluyen procedencia (por ejemplo: "borrajas"), las cifras de búsqueda corresponden a aquellas que se han realizado únicamente en Aragón.

Todas estas búsquedas se han dividido en varias categorías, en función del tipo de productos gastronómicos de Aragón. Se especifica el número de búsquedas al mes por cada consulta, una cifra que Google calcula determinando el número total de búsquedas en el último año.

La primera categoría de búsquedas se refieren al jamón, embutidos y productos cárnicos de Aragón.

Consulta	Búsquedas Mes
jamón de teruel	880
jamones de teruel	260
jamón teruel	170
jamón de teruel	110
comprar jamón de teruel	50
ternasco de aragon	880
ternasco aragon	30
ternasco de aragón	50
longaniza de aragon	50
longaniza de graus	170
queso de albarracín	30

Como se puede observar, en este tipo de búsquedas, el jamón de Teruel es protagonista indiscutible. Al mes se realizan cerca de 1.500 búsquedas de media. Además, la relevancia de producto reside en que también se realizan búsquedas de acción directa de compra. El ternasco de Aragón es otro producto referente de la gastronomía aragonesa. Casi 1.000 búsquedas mensuales lo corroboran. La lista se completa con productos como la longaniza de Graus o el queso de Albarracín.

Ahora mostramos las consultas realizadas para las bebidas típicas de Aragón, centradas en el cava y el vino.

Consulta	Búsquedas Mes
cava aragones	170
cava de aragon	40
vinos de calatayud	50
vino calatayud	40
vino carriñena	170
vinos de carriñena	140
vino campo de borja	90
vino de borja	40
vino somontano	320
vinos de somontano	90

Los cavas de Aragón reciben más de 200 búsquedas mensuales, mientras que los vinos procedentes de la Región tienen más de 1.100 consultas. Destaca, sobre todas las demás, la búsqueda de vinos del Somontano, con más de 400 búsquedas mensuales.

Ahora veamos las consultas de frutas, hortalizas y verduras características de Aragón.

Consulta	Búsquedas Mes
melocotones de calanda	260
melocoton de calanda	480
melocoton calanda	90
melocotón de calanda	110
cebolla de fuentes	90
cebolla fuentes de ebro	40
cebolla dulce de fuentes	40
espárragos de navarra	320
espárragos de navarra	50
comprar espárragos de navarra	40
aceitunas de aragon	50
borrajas	140
alcachofas	260
acelgas	210

Vemos como las consultas sobre el melocotón de Calanda acumula el mayor volumen de búsquedas al mes, con cerca de 1.000. Los espárragos de Navarra también son un producto muy preciado y acumula más de 400 búsquedas mensuales. La cebolla de Fuentes, por su parte, es consultada más de 150 veces.

Además, en Aragón se realizan una gran cantidad de búsquedas genéricas sobre verduras típicas como alcachofas, borrajas y acelgas. Sin embargo, estas consultas no son relevantes si se hace una referencia específica de la procedencia del producto.

En la siguiente categoría observamos aquellas consultas relacionadas con los productos de postres y repostería de Aragón.

Consulta	Búsquedas Mes
frutas de aragon	390
frutas de aragón	50
fruta de aragon	40
trenza de almudevar	590
trenza almudevar	110
coc de fraga	50
guirlache	50

La trenza de Almudévar es el producto de repostería aragonés que más búsquedas recibe al mes, con 700. Las frutas de Aragón también tienen una gran incidencia en las consultas en Google. Este producto se busca casi 500 veces al mes. Otros productos aragoneses de repostería que se buscan son el guirlache y la coc de Fraga.

A continuación, podemos ver otros productos de Aragón que también reciben consultas mensuales en Google, tales como el aceite de Bajo Aragón, la trufa de Sarrión o el azafrán de Teruel.

Consulta	Búsquedas Mes
aceite de aragon	70
aceite bajo aragon	50
sarrion trufa	110
azafran de teruel	20

3. Productos que se buscan más en Navidades

Con todos los productos gastronómicos vistos, podemos ver cuáles son aquellos que se buscan más en diciembre. Es decir, para Navidades.

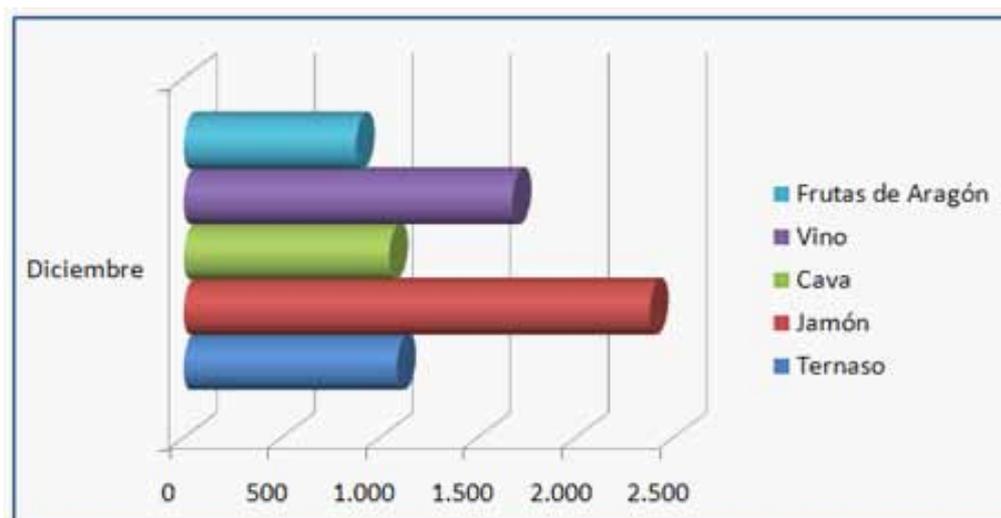
En esta lista se ven aquellos productos que incrementan sus consultas en Google en este mes y cada una de las búsquedas que se realizan. Esta tabla especifica el número de búsquedas realizadas en el mes de diciembre de 2012, mientras que el promedio del resto de meses se ha calculado en base al número de búsquedas en todo el año salvo aquellas de este mes. También se muestra la variación existente entre el número de consultas de diciembre y el resto de meses.

Consulta	Búsq./Mes Resto Año	Búsqueda Diciembre	Diferencia
jamón de teruel	842	1.300	1,5
jamones de teruel	240	480	2,0
jamón teruel	156	320	2,1
comprar jamón de teruel	39	170	4,4
jamón de teruel	110	110	1,0
ternasco de aragon	869	1.000	1,2
ternasco aragon	29	40	1,4
ternasco de aragón	50	50	1,0
aceitunas de aragon	48	70	1,5
borrajas	134	210	1,6
cava aragones	105	880	8,4
cava de aragon	38	170	4,5
vino calatayud	39	50	1,3
vino carriñena	162	260	1,6
vinos de carriñena	134	210	1,6
vino campo de borja	69	320	4,6
vino de borja	28	170	6,1
vino somontano	305	480	1,6
vinos de somontano	85	140	1,6
vinos de calatayud	50	50	1,0
frutas de aragon	360	720	2,0
frutas de aragón	46	90	2,0
fruta de aragon	37	70	1,9
coc de fraga	48	70	1,5
guirlache	25	320	12,8
sarrion trufa	105	170	1,6

El jamón de Teruel es el producto más demandado. En diciembre se realizan cerca de 2.400 búsquedas sobre el producto, incrementándose 4 de las 5 búsquedas referentes a este producto durante este mes.

Además, los vinos de las diferentes poblaciones aragonesas reciben cerca de 1.700 búsquedas a lo largo de este mes. Tanto el cava, como el ternasco de Aragón, también son de los productos que más se demandan

en estas fechas, con alrededor de 1.100 búsquedas para cada producto.



También podemos observar como algunos productos que no especifican origen, como el guirlache o la borraja, se incrementan de forma notable. En el caso del turrón, las búsquedas con respecto a otros meses del año se multiplican casi 13 veces.

Las búsquedas concretas que también sufren grandes incrementos durante el mes de diciembre son aquellas sobre el cava aragonés; con un aumento 8,4 veces mayor, el vino de Borja; 6,1 veces mayor, y la acción de compra del jamón de Teruel; 4,4 veces más de media que el resto de meses del año.

En el siguiente gráfico vemos los productos que especifican la procedencia de Aragón y cuyas búsquedas incrementan en mayor medida en diciembre.



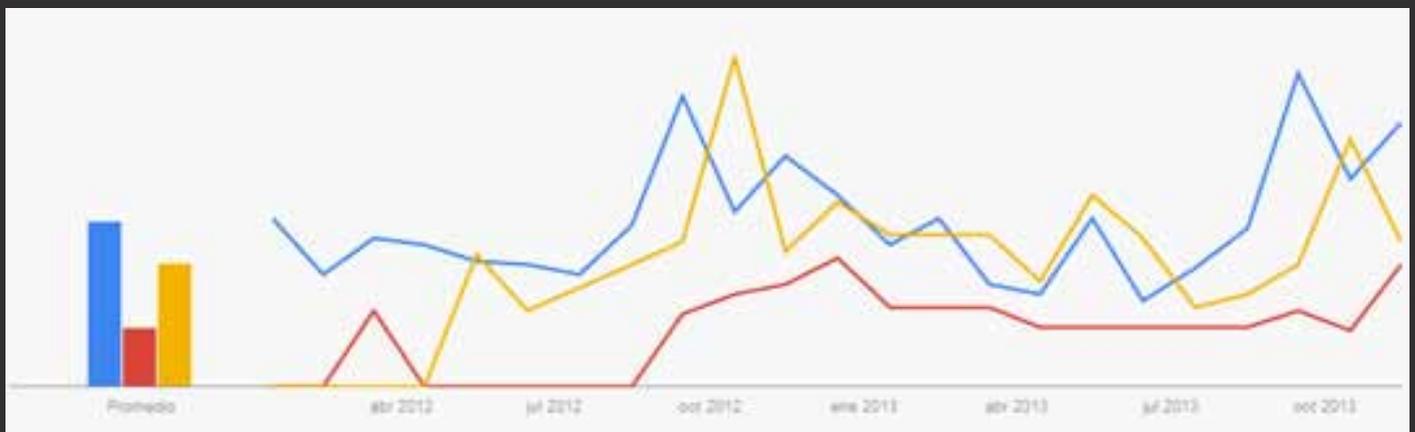
Las búsquedas sobre el cava de Aragón se multiplican casi 8 veces con respecto a otros meses del año. Por su parte, las consultas sobre frutas de Aragón se duplican en este mes. Además, los vinos ven incrementadas en un 190% de sus búsquedas y el jamón de Teruel en un 170%.

4. Tendencias y procedencia de Búsqueda

Uno de los recursos que nos ayudan a comprender el comportamiento del usuario que busca en Google es Google Trends, que marca con un índice del 0 a 100 la tendencia de búsqueda por parte de los usuarios.

Con esta herramienta, podemos analizar los picos de diferentes búsquedas, así como la procedencia de dichas consultas. Algunos de los términos del presente estudio no han podido ser analizados porque Google necesita de un volumen mínimo de búsquedas para determinar las tendencias.

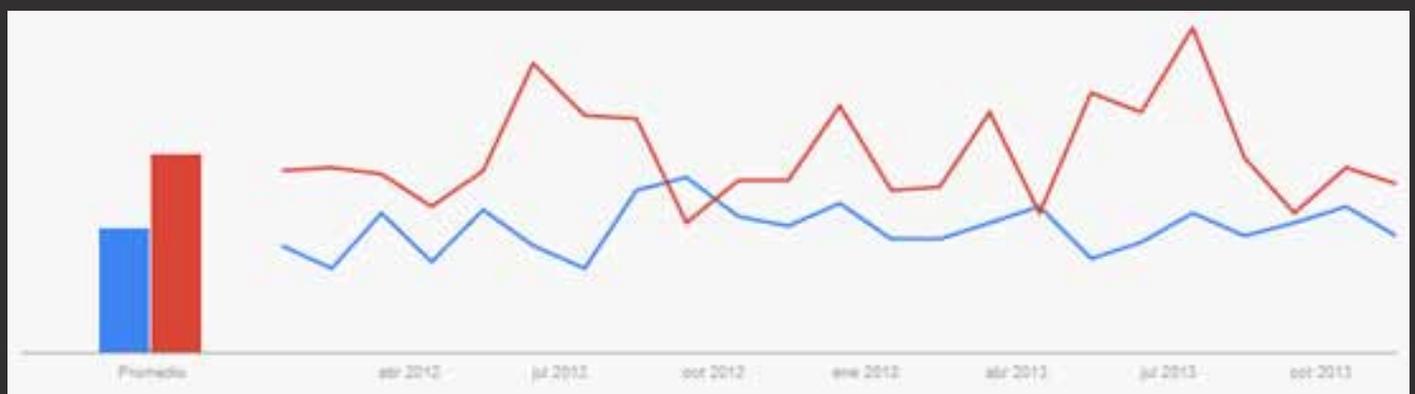
En primer lugar, veamos las tendencias de búsqueda para jamones de Teruel (líneas azul y roja) y ternasco de Aragón (línea amarilla) durante los dos últimos años.



Podemos ver que, efectivamente, los meses de diciembre muestran un mayor índice de búsquedas que en la mayor parte del año. Sin embargo, el mayor número de consultas sobre el jamón de Teruel se realiza durante el mes de septiembre. En el caso del ternasco de Aragón, el mes de octubre es el que más consultas recibe.

La práctica totalidad de estas búsquedas se hicieron desde Zaragoza, aunque en Madrid y Barcelona también se contabilizaron algunas consultas.

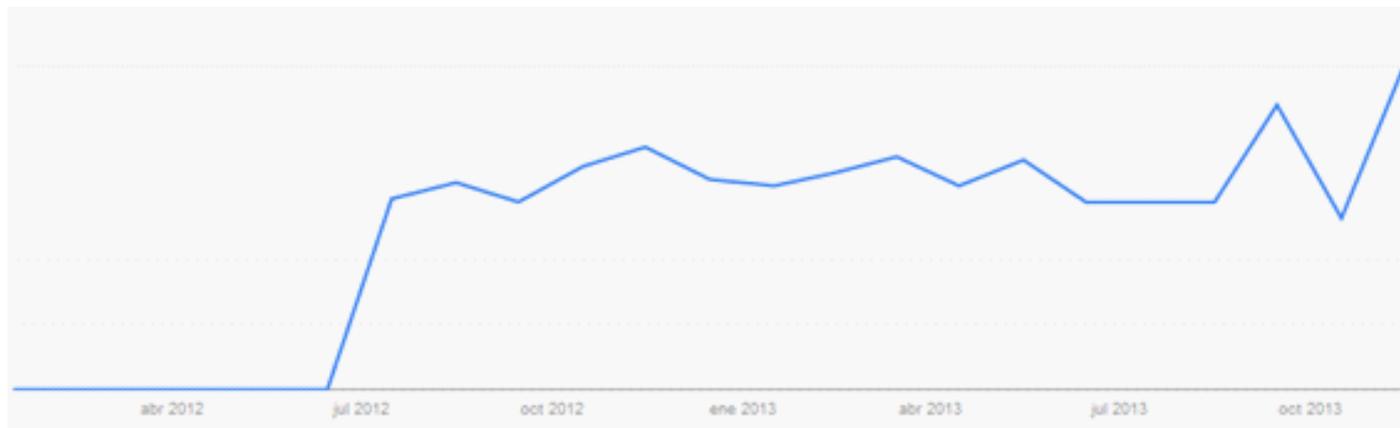
A continuación, veamos las tendencias de búsqueda en vinos. En este caso, tenemos las búsquedas de vino de Cariñena (línea azul) y vino de Somontano (línea roja).



Al igual que en los casos anteriores, vemos que los meses de diciembre se produce un incremento de búsquedas, pero los mayores picos de consultas no se realizan en estos meses.

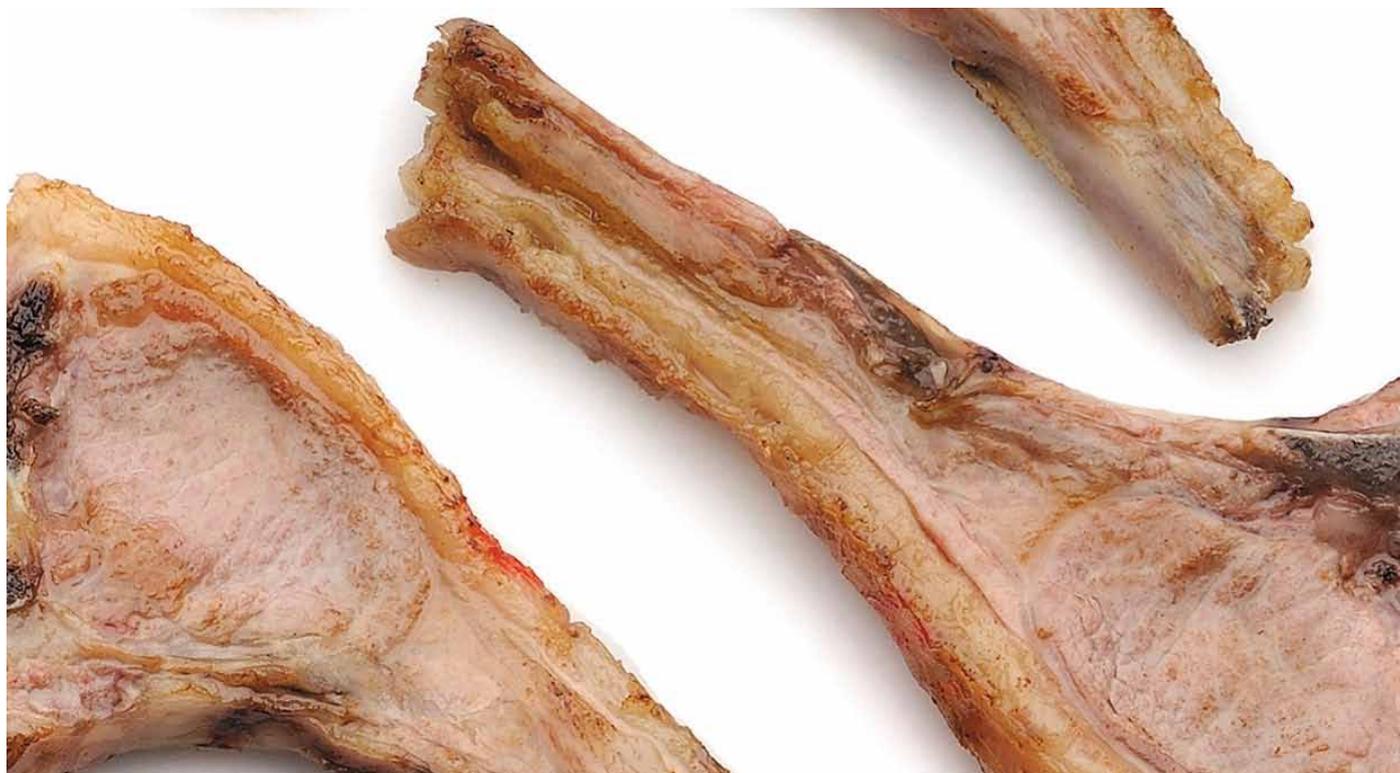
El vino de Somontano se busca más durante los meses de junio o julio y el vino de Cariñena entre septiembre y octubre. Ambos vinos se buscan con mayor frecuencia en Zaragoza, seguido de Madrid y Barcelona.

Por último, veamos las tendencias de búsqueda de las frutas de Aragón.



Cabe destacar que Google empieza a considerar relevante esta búsqueda a partir de junio de 2012. Es decir, antes de este período no había un volumen considerable de estas consultas. Además de diciembre, octubre es otro de los meses donde las consultas de frutas de Aragón se ven incrementadas. Estas búsquedas se realizan en mayor medida desde Zaragoza y con un poco de frecuencia desde Madrid y Barcelona.

Con estos datos, podemos ver que los productos estrella de Aragón no sólo viven de las Navidades. Además, se observa que el núcleo de las consultas se realiza desde Zaragoza, siendo Madrid y Barcelona las otras dos ciudades donde Google determina un número considerable de búsquedas.



5. Competencia en productos más buscados en Navidades

En términos de posicionamiento SEO, la competencia nos determina la facilidad o dificultad de que una página se encuentre en los primeros resultados de Google. El motor de búsqueda determina esta facilidad mediante un índice del 0 al 1.

A continuación, podemos ver la competencia en la búsqueda para cada uno de los productos aragoneses que incrementa en el período de Navidades.

Como se puede observar, la mayor competencia en posicionamiento de Google se produce en las búsquedas relacionadas con el jamón de Teruel. La competencia en este producto varía, en función de las consultas, entre el 0,51 y el 0,92. Los vinos también muestran unos mayores índices de competencia, entre el 0,27 y el 0,89, con especial mención al vino procedente de Calatayud.

Por el contrario, otros productos que también tienen una gran demanda en Navidades como el ternasco de Aragón o las frutas de Aragón tienen una competencia muy baja, al no llegar ni al 0,1. Esto significa que con una menor inversión es más fácil aparecer en la primera página de Google para este tipo de productos que para el jamón de Teruel o los vinos aragoneses, cuya competencia es mucho mayor.

Búsqueda	Competencia
jamón de teruel	0,51
jamones de teruel	0,92
jamón teruel	0,64
comprar jamón de teruel	0,67
jamón de teruel	0,86
ternasco de aragon	0,05
ternasco aragon	0
ternasco de aragón	0
aceitunas de aragon	0,52
cava aragones	0,21
cava de aragon	0,23
vino calatayud	0,61
vino carriñena	0,35
vinos de carriñena	0,34
vino campo de borja	0,71
vino de borja	0,33
vino somontano	0,27
vinos de somontano	0,51
vinos de calatayud	0,89
frutas de aragon	0,09
frutas de aragón	0,06
fruta de aragon	0,07
coc de fraga	0,01
sarrion trufa	0,25





6. Posicionamiento Local y Orgánico en Productos Gastronómicos de Navidades

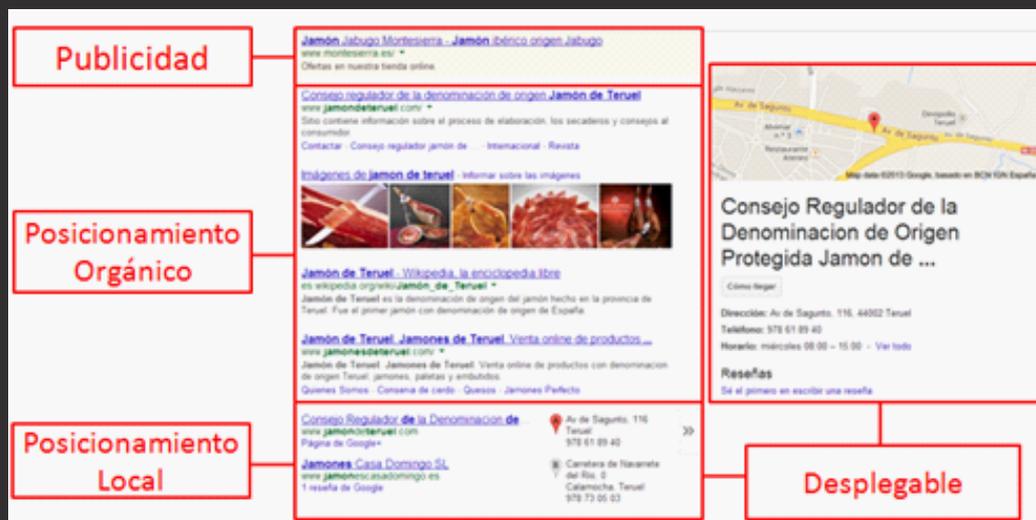
Para tratar los resultados de posicionamiento, primero conviene definir que es posicionamiento local y orgánico dentro de los tipos de resultados en Google.

El posicionamiento local es consecuencia de la necesidad de Google de dar prioridad a los negocios locales, incluyendo nuevos resultados (en paquetes de 1 a 7) determinados por letras. Por norma general, los resultados de posicionamiento local se despliegan antes de los 3 primeros resultados de posicionamiento orgánico.

Los resultados que aparecen en primera página de Google gracias al posicionamiento local se deben muchas veces al volumen de sitios que muestran de forma específica la procedencia del producto o servicio. En un anterior estudio damos algunos consejos para que un negocio pueda aparecer en los resultados de posicionamiento local.

Por su parte, el posicionamiento orgánico son los resultados “naturales” que ofrece Google. Suelen ser los 10 resultados que históricamente nos ha ido mostrando el motor de búsqueda, aunque ahora puede mostrar resultados distintos en función del registro del usuario en Google +, la determinación de la ip desde dónde se realiza la búsqueda y el caché.

Por ejemplo, si buscamos jamón de Teruel en Google, vemos cómo hay distintos tipos de resultados.



En la imagen podemos ver que hay resultados que corresponden a publicidad de Google Adwords (determinado por el posicionamiento SEM), posicionamiento orgánico (los resultados naturales que antes mencionábamos) y el posicionamiento local.

Al pasar el cursor sobre uno de los resultados locales, podemos ver cómo se despliega información del negocio, con imágenes, mapa de la ubicación, además de otra información de relevante como una descripción de la empresa, valoraciones y reseñas de usuarios.

En la siguiente gráfica tenemos el porcentaje de resultados que nos ofrecen resultados locales, además de los orgánicos. La muestra total utilizada son las consultas que se reflejan en el punto 5 del estudio, al ser aquellas de los productos en los que incrementa su búsqueda en Navidades e incluyen algún tipo de procedencia del mismo. Es decir, un total de 24 búsquedas del estudio.



La mayoría de estas consultas realizadas nos ofrecen resultados locales. Además, la mayoría de búsquedas que no despliegan resultados locales se debe a que las consultas corresponden a productos con procedencia de Aragón, no de localizaciones más concretas.

A pesar de ello, es posible que se despliegue este tipo de resultados para estas búsquedas, como se demuestra lo que sucede al buscar aceitunas de Aragón.

Las 24 búsquedas consultadas han arrojado un total de 312 resultados entre posicionamiento orgánico y local. En esta gráfica podemos observar cómo están desglosados estos resultados.



Poco menos de la cuarta parte de resultados son de posicionamiento local, lo que indica que, aun con los esfuerzos de Google por resaltar los resultados locales, la estrategia SEO en posicionamiento orgánico sigue siendo fundamental para que los negocios basados en estos productos reciban visitas desde el motor de búsqueda.

La libreta de recetas ACEITUNAS DE ARAGON ALIÑADAS
 lalibretaderecetas.blogspot.com/.../aceitunas-de-aragon-aliñadas...
 de Mª Carmen Arbiol - en 52 círculos de Google+
 27/07/2010 - Las aceitunas de Aragón tienen un sabor especial y no les hace falta nada, pero cuando las probé en casa de mi compañera Dulce ella me ...

Las aceitunas | martinmartin.es
 www.martinmartin.es/content/las-aceitunas...
 ¿Sabías que los microorganismos probióticos que contienen las aceitunas, debido a la fermentación láctica, ... ACEITUNAS AUTÓCTONAS DE ARAGÓN

Aceituna - Wikipedia, la enciclopedia libre
 es.wikipedia.org/wiki/Aceituna...
 Fuente: Aceitunas, verdes en la base de datos de nutrientes de USDA, ... Arbequina, zona de producción en España: Cataluña y Aragón, características ...

Aceitunas Lou www.aceitunaslou.com Página de Google+	A Calle E, 64 Zaragoza 976 57 37 57
Martin Martin plus.google.com 1 reseña de Google	B Av América, 34 Zaragoza 976 38 44 87
Aceitunas Y Encurtidos Mar de Aragon SL www.acemar.es Página de Google+	C Camino del Batán, 29 Caspe, Zaragoza 976 63 11 94
Aceitunas y Encurtidos Sariñena www.aceitunassarinena.com Página de Google+	D Paraje La Sardá, s/n Chiprana, Zaragoza 976 63 72 26
Belén Gadea Soler plus.google.com Página de Google+	E Mercado Ciudad Jardín Zaragoza 976 33 17 27

Prácticamente todas las búsquedas que muestran resultados locales corresponden a las consultas más demandadas y, a la vez, competitivas: los jamones de Teruel y los vinos aragoneses.

7. Valoración de Productos Aragoneses por usuarios en Google

Tal y como se ha explicado en el punto anterior, la mayoría de resultados de posicionamiento local que saltan a la vista proceden del jamón de Teruel y de los vinos de Aragón.

Una de las características del posicionamiento local es que desde estos resultados podemos averiguar la opinión de usuarios que valoran y comentan los negocios. Aunque el uso de Google para hacer estas calificaciones no esté todavía muy extendido, las opiniones repercuten de forma notoria en la reputación e imagen. No en vano, desde que alguien busca un producto o servicio, hasta que puede leer alguna valoración, hay sólo 2 "clicks" de distancia.

Estas valoraciones tienen un acceso directo desde los resultados locales. Aquí vemos varios ejemplos al buscar vino de Cariñena.

The screenshot shows a Google search for 'Vino de Cariñena'. The top result is 'Vino de Cariñena' from vinissimus.com, with a link to a page of 15 elements. Below it are several local listings for wineries, each with a 'Página de Google+' link and a 'reseñas de Google' (Google reviews) link. The reviews are highlighted with red boxes:

- Bodegas y Viñedos Morfi** (www.docarinena.com): 2 reseñas de Google
- Grandes Vinos Y Viñedos SA** (www.grandesvinos.com): 2 reseñas de Google
- Bodegas Añadas** (www.carewinos.com): 2 reseñas de Google
- Bodegas San Valero** (www.sanvalero.com): 2 reseñas de Google
- Bodegas Ignacio Marin** (www.ignaciomarin.com): 2 reseñas de Google
- Bodegas Solar de Urbezo** (www.solardeurbezo.es): 2 reseñas de Google
- Bodegas Prinsur** (www.bodegasprinur.com): 1 reseña de Google

On the right side, there are location pins labeled A through G, providing addresses and phone numbers for these wineries in Cariñena, Zaragoza.

Estas valoraciones van desde los 0 puntos hasta 5. De las 13 búsquedas realizadas y los 78 resultados locales que aparecen, se han extraído 38 valoraciones de usuarios. La valoración media de estos usuarios es de 4,1 puntos sobre 5, con lo que podemos decir que la imagen que se transmite de los productos aragoneses reseñados es muy positiva.

Si dividimos estos datos según el tipo de productos, el jamón de Teruel tiene una valoración media de 4,6 puntos sobre 5, mientras que los vinos tienen una calificación de 3,9 de 5. Con estos datos, queda claro que el jamón de Teruel es el producto aragonés máspreciado en función de las consultas realizadas.



8. Conclusiones

Con todo lo visto anteriormente, podemos llegar a una serie de conclusiones en torno a los productos aragoneses y su demanda en Navidades.

Cabe destacar que muchos de estos productos tienen una gran demanda, especialmente algunos que tienen Denominación de Origen Protegida. Los **vinos aragoneses**, el **melocotón de Calanda**, el **ternasco de Aragón** o el **jamón de Teruel** son claros ejemplos de ello.

La mayoría de estos productos reciben **más consultas en diciembre** que en muchos de otros meses del año. El cava de Aragón es, de forma indiscutible, el producto **cuyas búsquedas se ven más incrementadas en este mes**, casi 8 veces más que en el resto de meses del año. Las **frutas de Aragón se duplican en este mes**, mientras que otros productos que tienen un gran incremento con respecto a la media de otros meses son los **vinos, el jamón de Teruel y la trufa de Sarrión**.

Aquellos productos relacionados con las hortalizas, verduras y frutas son los que no reciben más búsquedas en este mes, sencillamente por estar **fuera de temporada de cultivo y recolección**.

Sin embargo, las tendencias de búsqueda muestran que diciembre no es el mes en el que más consultas se realizan de los productos estrella, tales como el jamón, el ternasco o los vinos. Este dato es positivo al indicar que **la fuerte demanda de estos productos no es estacional y fruto de la época navideña**, sino que es de consumo habitual en otros meses del año.

Además, la valoración general de los productos demandados en Navidades es muy positiva, con más de 4 puntos sobre 5. Por otro lado, el posicionamiento en Google nos enseña otros datos interesantes. Así, las **consultas con mayor volumen** de búsquedas proceden de **Zaragoza**, seguido de **Madrid** y **Barcelona**.

Este estudio también refleja que el producto aragonés que más sobresale para Google es el jamón de Teruel. Es el producto concreto que más se demanda en Navidades con casi 2.400 consultas. Asimismo, es el producto con una mayor competencia para estar en primera página de Google y también es el producto mejor valorado por los usuarios de Google, con 4,6 puntos sobre 5.

En cuanto al posicionamiento de los productos en los resultados de búsqueda de Google, podemos ver que muchas veces no se despliegan los resultados locales ya que los propios productos tienen una denominación conforme a la Comunidad de Aragón y no a una localización concreta. Esto hace que el **posicionamiento orgánico natural sea la única vía para aparecer en Google sin pagar por publicidad SEM**. De todas maneras, con la denominación de Aragón es posible estar presente en los resultados de posicionamiento local, tal y como se demuestra en este estudio. Eso sí, es muy complicado.

Para reforzar el posicionamiento orgánico en los resultados, tenemos una serie de consejos:

- **Analizar las posiciones del producto para términos clave** y ver en cuáles se puede llegar a primera página o mejorar posiciones dentro de la misma.
- Escoger aquellos términos de búsquedas similares al producto, con especial hincapié en **búsquedas más concretas y menor competencia**. Las búsquedas concretas van ganando más terreno a las búsquedas generales, que por otro lado son **más difíciles de posicionar** en primera página de Google.
- Estar atento a aquellos términos que tienen **cada vez más búsquedas**, puesto que suponen un **"nuevo nicho"** donde posicionarse. Por ejemplo, hasta **julio de 2012 Google no contabilizaba un número relevante de búsquedas sobre frutas de Aragón**.

-Implementar mejoras a través de una **empresa especializada en marketing digital y SEO** y realizar un seguimiento de las posiciones periódicamente.

- Si la **primera página de Google** parece **inalcanzable**, otra opción es **invertir en posicionamiento SEM (publicidad)** para conseguir aparecer en los primeros resultados.

Con toda la información resaltada en este estudio, vemos como Google nos muestra algunas de las claves del éxito de los productos gastronómicos de nuestra Comunidad en Navidad, como son una fuerte demanda en jamón, vinos, el ternasco y la repostería. **Santos y señas de la Marca Aragón.**





Plz. Mariano Arregui 2, local
50005 Zaragoza
902 367 154 - 976 096 515

info@o10media.es
www.o10media.es