

## Entrevista

Por Serrana Díaz  
sdiaz@observador.com.uy

## María de Aurrecoechea

GERENTE DE ADWORDS EN GOOGLE IRLANDA

La uruguaya cuenta cómo llegó a ocupar un cargo de gerencia en la compañía y adelantó conceptos de marketing online que explicará en su próxima conferencia en Uruguay



# “UNA WEB TIENE SOLO OCHO SEGUNDOS PARA CONVENCER”

## 1 ¿Cómo una uruguaya llega a ocupar un puesto tan destacado en Google?

Hay mucho de suerte. La inversión en capacitación también influyó. Ni bien me gradué como Licenciada en Comunicación Social en la Universidad Católica les dije a mis padres: ahora viene el master. De esa manera llegué a Europa con mi marido. Primero fuimos a España donde realicé un MBA, pero allí me resultó difícil encontrar trabajo. Di clases de inglés en institutos. Al terminar el Master decidimos venir a Irlanda a probar suerte, me presenté en Google y entré. Cuando lo hice apenas éramos 80 personas, hoy somos más de 1.500. Empecé en un puesto muy junior pero rápidamente fui promovida.

## 2 ¿Qué mitos se rompen al ingresar en una de las empresas más admiradas?

La verdad, no se rompen muchos. Google siempre estuvo a la altura de mis expectativas e incluso más. De todas formas no es todo alegría, al final del día es un trabajo como cualquier otro.

## 3 ¿Qué ventajas comparativas ofrece Google para publicar online?

Hay dos claras ventajas de publicar en Internet: una es la capacidad de segmentar la audiencia, y la otra es la capacidad de medición de resultados. Ambos aspectos fueron muy bien aprovechados por Google. La empresa desarrolló su propio programa de publicidad con mucha de la tecnología del buscador y dispone del mayor inventario de sitios webs para anunciar. Google Adwords, el programa publicitario para Internet, permite segmentar a la audiencia a un muy bajo costo y da la posibilidad de medir los resultados. El servicio Google Analytics, por ejemplo, permite ver de dónde provienen las entradas de un sitio, conocer cuánto tiempo se detiene el usuario, en qué sitio, etc. De esa forma se puede adaptar un sitio según los intereses de sus usuarios.

## 4 ¿Cuál de los servicios que ofrece Google a empresas siente que está más desaprovechado?

Son muchos y los que se conocen no se utilizan en toda su extensión. De Google Adwords, se desaprovecha la posibilidad de incluir avisos de video. El buscador también se subestima. Los usuarios no saben cómo optimizar el resultado de sus búsquedas. Otro desaprovechado es Google Trends, que per-

mite averiguar los volúmenes de búsqueda que tuvo un término en un período determinado. Al conocer esos volúmenes se pueden identificar las preocupaciones de los usuarios y de esa manera segmentar con mayor precisión una publicidad o producto.

## 5 ¿Cuáles son las principales diferencias que percibe entre las sedes de Irlanda y Latinoamérica?

Las dos oficinas del Conosur, la de San Pablo y Buenos Aires, son típicas oficinas de Google, ambas tienen gran dimensión y comodidades. La diferencia más notoria en Latinoamérica es en relación al tipo de cliente con el que se trabaja. En Europa hay una amplia penetración de banda ancha, por lo tanto los usuarios están más acostumbrados a las nuevas tecnologías. Mientras en Reino Unido existe una penetración de banda ancha del 90%, la media en Latinoamérica es del 26, 6% en conexiones en general. Por lo tanto, el trabajo resulta muy diferente.

## 6 ¿Cuáles son las claves para ganar los primeros lugares en el buscador de Google?

En la elaboración del ranking gratuito se consideran más de 200 variables. Una de las que más inci-

de es el contenido de la página. Los buscadores tienen robots que revisan continuamente el contenido de todas las páginas que existen en Internet. Otra variable de gran incidencia son las referencias que tenga una página en otros sitios. El número de enlaces es indicador de su popularidad.

## 7 ¿Qué aspectos debe tomar en cuenta una empresa al comercializar en Internet?

El diseño del sitio web es importante. No son recomendables los sitios compuestos sólo por imágenes ya que para los buscadores es muy difícil entender su contenido. El diseño debe ser sencillo, sin sobrecargas. Una página web tiene ocho segundos para convencer al usuario, tiene que haber llamados a la acción.

## 8 ¿Que repercusiones está teniendo la crisis en Google Irlanda?

La crisis lógicamente está afectando a todos los mercados de la filial. Sin embargo, uno de los efectos que estamos observando es que muchas empresas están retirando su presupuesto de marketing de los medios tradicionales y pasándolos a medios online. En ese sentido nos favorece.

### DATOS

Perfil: 34 años, casada, 1 hijo

Fanática de: Grey's Anatomy

Destaque: Invitada por Ingenio y Cuti, dictará una conferencia sobre Marketing on line el próximo 24 de marzo en el Latu

### POTENTES Y POCO USADAS

● **Google AdWords.** Servicio para publicidad patrocinada. Los anuncios se muestran en los resultados de una búsqueda y se cobra al cliente por cada click en el anuncio.

●● **Google AdSense.** Permite que el dueño de un sitio incluya anuncios en su web, y recibir dinero por cada click que se realice sobre ellos.

●●● **Google Analytics.** Un motor que analiza las visitas que ingresan a un sitio y detecta el comportamiento de los usuarios.