

# «El arma secreta de los partidos»

**Cierzo Development es una empresa de márketing en internet, creadora de la plataforma de análisis de reputación 'on line' Smmart**



MARIO GRACIA  
mgracia@aragon.elperiodico.com

—¿Cuál es su método de trabajo?

—Cuando una empresa se acerca a nosotros con una necesidad de comunicación, hacemos un diagnóstico acompañado de una consultoría estratégica de lo que tendría que hacer en la red. Se contrastan las informaciones de cómo está él y la competencia, y se le traza un plan de márketing en internet, que puede desarrollarlo otra empresa o nosotros mismos. Se le dice, para el tamaño y los recursos de la empresa, cuáles serían las acciones de márketing en internet que debería hacer.

—¿Cuáles son sus líneas de negocio?

—Estamos en dos líneas principales, las que tienen que ver con internet —desarrollo web y promoción— y las de gestión empresarial. Pero la principal es la plataforma Smmart (Social Media Marketing Analysis & Reporting Tool), que sirve para el márketing en internet. Mezclamos tecnología y metodología para orientar a las empresas. Ahora, para nosotros, no es que internet sea un canal más. Es que es el canal. Ayudamos a las empresas a entender el entorno mediante tecnología que permite escuchar qué es lo que están diciendo los clientes y también participar en la conversación. Pero también sirve para escuchar lo que dicen los ciudadanos, porque partidos políticos, gobiernos e instituciones son un cliente importante para la plataforma. Somos el arma secreta de algún partido político.

—¿Cómo funciona Smmart?

—En internet se produce una gran cantidad de información. La plataforma rastrea medios digitales, blogs, posicionamiento en buscadores, publicidad pagada... y lo condensa en gráficas e informaciones útiles. Agencias de publicidad, partidos políticos, marcas, bancos... cada uno puede monitorizar su presencia *on line*. Por ejemplo, un municipio puede controlar cómo es percibido por sus visitantes, por las empresas, por los ciudadanos y por la Administración.

La herramienta saca a flote esas informaciones y las va catalogando como positivas o negativas y las clasifica según la audiencia que tiene el sitio donde apare-



CIERZO DEVELOPMENT. Antonio García Morte es el director general.

cen. Esto te da idea de cómo es tu reputación en internet, de aspectos cualitativos tuyos pero también de los competidores. La plataforma hace esto de manera continuada, cada día, y el cliente ve si por

ejemplo hay un impacto muy negativo en su reputación y puede reaccionar. O puede usarlo para medir la eficacia de una comunicación que esté realizando, medir el impacto de una campaña.

—¿Y todo de forma automática?

—Parte se hace de manera automática y parte de manera manual. Estamos trabajando en que cada vez más parte se haga de forma automatizada. Ahora mismo tenemos siete personas en la plantilla. Cuatro estamos en I+D y tres en producción del Smmart y análisis político. Por encima de la metodología hay una parte de estrategia para decidir qué hacemos con esa información que tenemos.

—¿Colabora Cierzo Development con otras empresas o instituciones?

—Estamos dentro un proyecto de investigación muy grande sobre el márketing en internet donde la plataforma Smmart es la pata central. Está apoyado por el Ministerio de Industria, con un presupuesto de 2,5 millones de euros.

—¿Qué carencias tienen las pymes aragonesas en internet?

—Todas. Los estadios de lo que se puede hacer en internet son tener presencia, hacer publicidad, tener visibilidad en los buscadores, hacer comercio electrónico y, además, acciones de *social media marketing*.

«Ahora, para nosotros, no es que internet sea un canal más. Es que es el canal idóneo»

ahora tan de moda —Facebook, Tuenti, etc—. Normalmente, de todos estos escalones, donde están las pymes aragonesas es en el primero, y mal. Es decir, tienen una web mal hecha, poco accesible y que no funciona bien en los buscadores.

El ejemplo que yo siempre pongo es que si tienes un presupuesto para hacer un escaparate, te gastas una parte del dinero en hacerlo pero otra en ponerlo en una calle céntrica donde pase gente. De nada te sirve hacer el mejor escaparate del mundo y luego ponerlo donde no lo vea nadie. Pues con las web pasa lo mismo. Las hay muy bien hechas pero con audiencia cero, porque nadie las puede encontrar. Lo único que se les ha vendido a las pymes es la web como solución a todos sus problemas, pero eso es solo el principio. Nosotros somos expertos en la estrategia posterior de márketing en internet para que tenga audiencia y mayor eficiencia en el rendimiento. En plena crisis, nadie va a gastar dinero solo porque haya que estar en la red. Hay que invertir para conseguir clientes e internet es un buen medio... si se hace bien. ≡

