



nóvalo  
eLinguistic Services

**TALLER IMPARTIDO POR NÓVALO eLINGUISTIC SERVICES:**

# **ESTRATEGIAS DE INTERNACIONALIZACIÓN Y SEO MULTILINGÜE**

## CONTENIDO

1. El sector turístico andaluz y sus relaciones con el entorno internacional.
2. La importancia de la estrategia de comunicación multilingüe en la empresa. Mercados internacionales en auge.
3. Localización versus traducción
  - 3.1 Implicaciones lingüísticas y culturales
  - 3.2 Localización de páginas web multilingües: aspectos técnicos
  - 3.3 ¿Qué es la transcreación? Creatividad y palabras clave
  - 3.4 Herramientas de localización multilingüe: coherencia y aprovechamiento
  - 3.5 Lenguajes controlados para mejorar los resultados
  - 3.6 ¿Es fiable la traducción automática en el sector turístico? Casos prácticos
4. SEO (Fundamentos teóricos)
  - 4.1 Introducción y planteamientos básicos de SEO
  - 4.2 Buscadores y herramientas
  - 4.3 Estrategias y elaboración de campañas de marketing (SEM)
  - 4.4 Diferenciación entre técnica y contenidos
  - 4.5 Selección y localización de palabras clave
  - 4.6 Las redes sociales como parte de la estrategia

# Globalización

Definición de la RAE

Tendencia de los mercados y de las empresas a extenderse, alcanzando una dimensión mundial que sobrepasa las fronteras nacionales

## Sector turístico

### OMT (2013)

- España: tercer país elegido como destino turístico
- Andalucía: cuarta comunidad más elegida

### INE (2013)

- Crecimiento 5% del sector turístico en la Costa del Sol

### LLEGADA DE TURISTAS EN 2013

	TOTAL Turistas	Variación interanual (%)
TOTAL	60.661.073	5,6
Reino Unido	14.327.277	5,2
Alemania	9.854.760	5,8
Francia	9.525.432	6,9
Países nórdicos	4.874.749	16,9
Italia	3.251.019	-8,1
Holanda	2.617.460	2,2
Bélgica	1.873.221	10,1
Portugal	1.670.545	-8,5
Rusia	1.581.785	31,6
Suiza	1.487.256	3,0
Irlanda	1.270.038	6,8
Resto de Europa	2.931.072	6,2
Estados Unidos	1.194.948	-3,6
Resto de América	1.878.226	-0,3
Resto del mundo	2.323.286	10,7

Fuente: Ministerio de Industria, Energía y Turismo / EL PAÍS

# Importancia de las estrategias de comunicación multilingüe de las empresas

Presencia en la web

- Gestión de contenidos online

Estrategias de comunicación

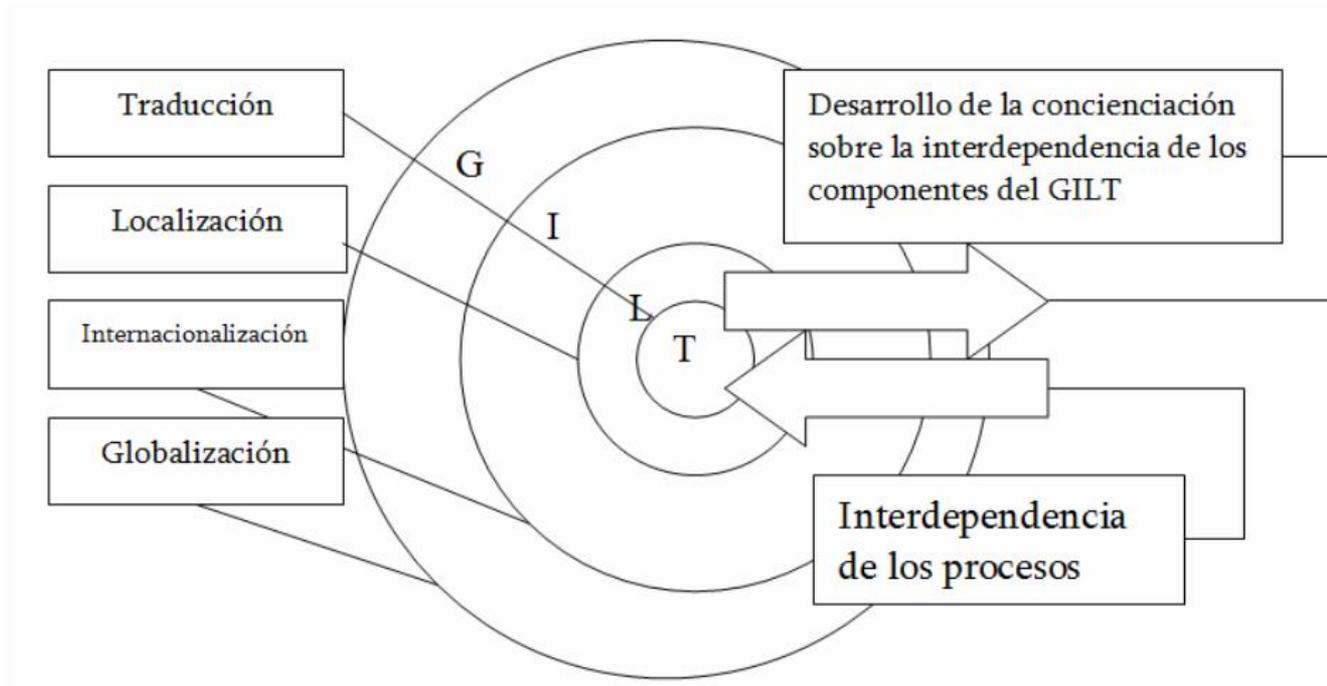
- Multilingüismo

Marketing online

- Diferencias culturales

# Traducción → Localización

La localización supone tomar un producto y adecuarlo culturalmente y lingüísticamente a la población de destino (país/región e idioma) donde se usará y se venderá (LISA, 2003: 13)



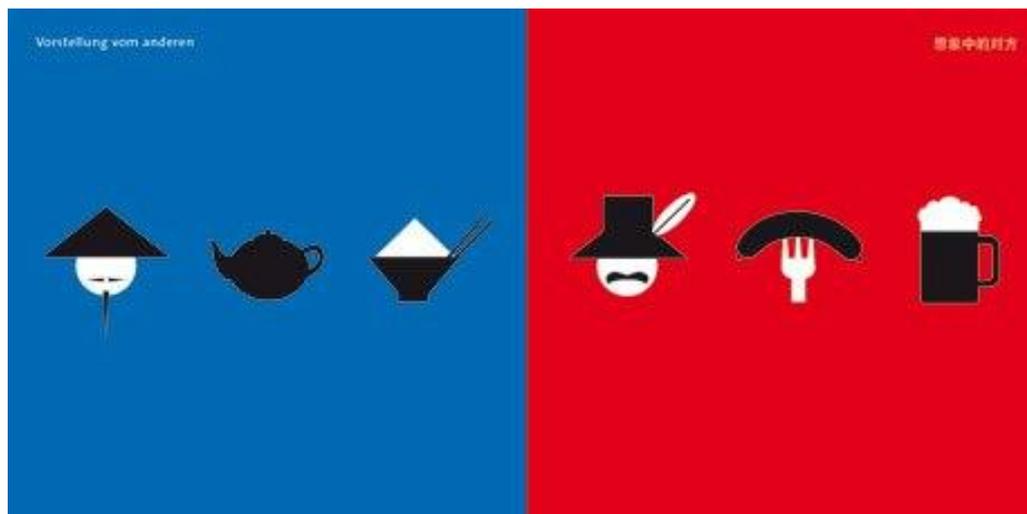
## Diferentes grados de localización

- Páginas sin traducción ni localización
- Páginas semilocalizadas (filiales locales)
- Páginas traducidas pero no localizadas
- Páginas totalmente localizadas

# Errores de localización

<i>SALADS</i>	
Of chicken; varied lettuces, zaqnahoria, beet, maize, chicken, apple and sauce cheddar.....	9.00
Asadillo native of La Mancha; red roast peppers, ventresca, hard-boiled eggs and chive.....	9.50
Of asparagus; varied lettuces, carrot, beet, maize yolks of asparagus, salmon d sauce vinaigrette	
Of cod; varied lettuces, carrot, beet, maize, bacalo, orange, and dried fruits.....	10.50
Small basket especual of rolls	
Bread of olives, bread of you happen and nuts, bread of cereals and bread of boil p You toast: accompanied of fried potatoes.....	3.00
<i>OYU TOAST</i>	
Asadillo with ventresca.....	6.50
Chicken with bacon .....	6.50
Salmon with sauce of roquefort.....	6.50
Jomon with tomato.....	6.50
<i>SARTENES</i>	
Boletus with ham.....	8.50
Chistorra potato and egg .....	8.50
Ham with potato and egg.....	8.50
Of La Mancha crumbs with egg.....	8.50
<i>To share or not</i>	
Creaking of artichokes with shavings hams.....	8.50
You live tender with jaón and eggs of quail.....	12.50
Oriental delights accompanied of sweet and sour sauce and soybean.....	10.00
Kanasta of croquettes of pudding, of ham, of cheese cabrales, of mushrooms, of deer.....	10.00
Creppe salmon and mushrooms on sauce of red peppers.....	8.50
Frying pan of eggs broken with potatoes with or without ham.....	8.50
Pimintos landfills of partridge.....	8.50
Skewers of sirloin of pork braised to the ancient mustard.....	11.00
Filetitos of sirloin of venao on sauce of red fruitsrovenzalestostas : accompagnées des pommes de terre frites.....	12.50
<i>DESSERTS</i>	
Creppe fracés with creamy ice cream of cheese and sauce of cranberries.....	4.00
Brewine of chocolate with nuts, ice cream of vanilla and sauce of warm chocolate .....	4.50
Sherbet of lemon .....	4.00
Sherbet of mandarin.....	4.00

## ¿SEO y diferencias culturales?



## Cambios técnicos

- Separación del texto del código fuente
- Codificación
- Moneda y formato de los números
- Adaptación de los sistemas de medidas
- Números de teléfono
- Formato de mayúsculas y minúsculas
- Direcciones y códigos postales
- Límite de caracteres
- Expansión del texto
- Colores
- Disposiciones legales
- Traducción de botones
- Edición y maquetación

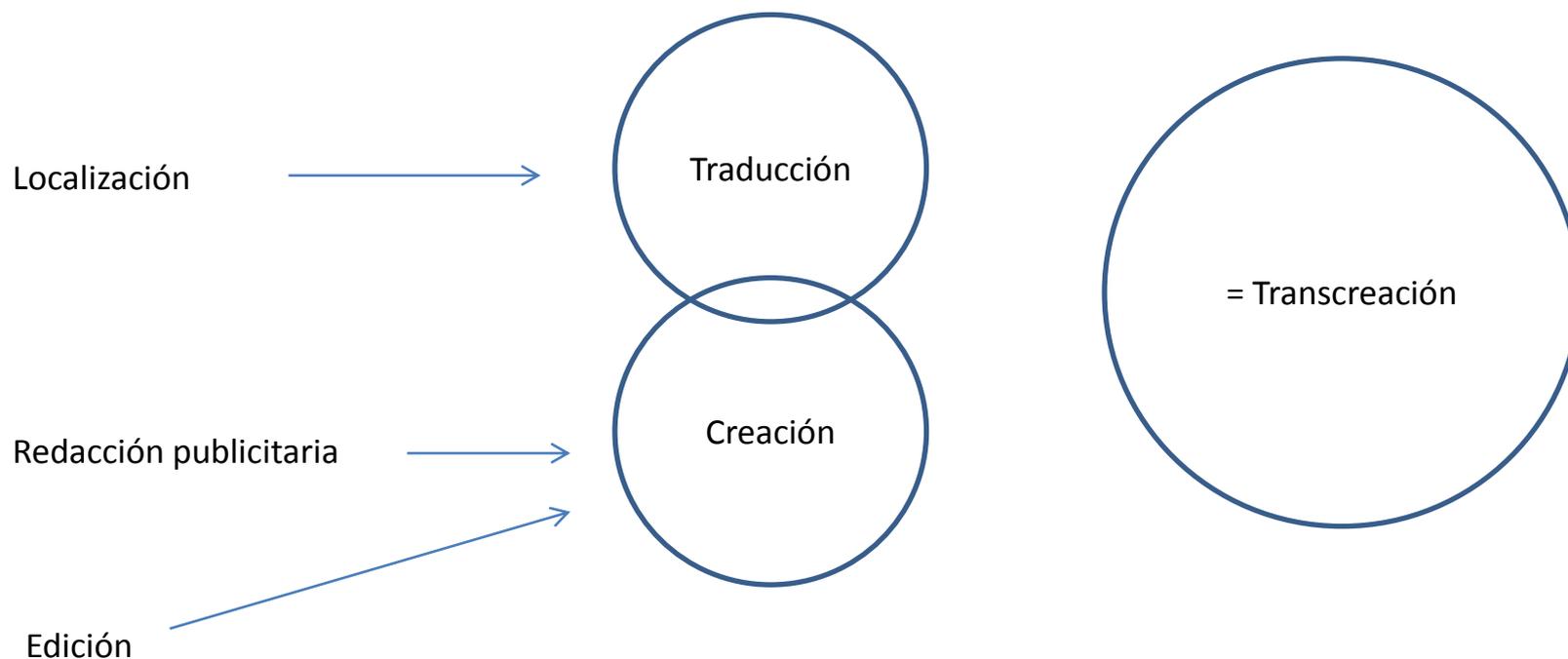
# Transcreación

La transcreación se puede entender como una forma libre de traducción que consiste en la adaptación cultural y lingüística de un texto para una región o país específicos.



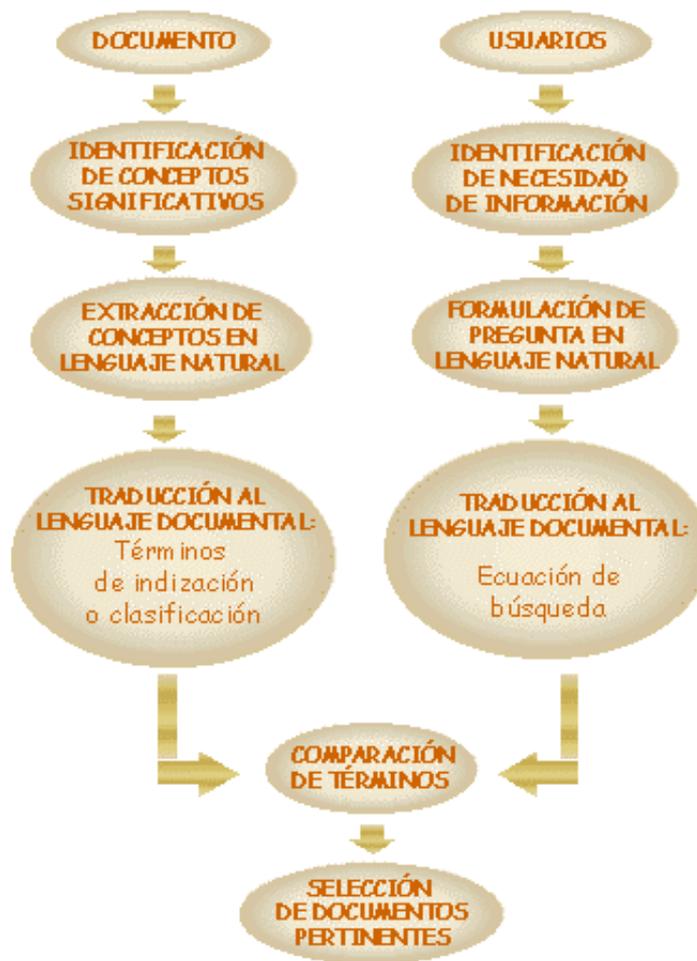
SEO  Frecuencia  
y relevancia de los términos

# Transcreación



## Lenguajes controlados

- Lenguaje documental utilizado para indizar y recuperar información de documentos (Laguens García, 2006).
- SEO: posicionarse empieza por la elección de palabras.
- Contenidos cautivadores para poder posicionarse y atraer enlaces.
- Una redacción pobre supone menor fiabilidad.



# Traducción automática

inglés español francés Detectar idioma ▾



euskera español inglés ▾

Traducir

Torre Quebrada  
This watchtower is mentioned in the earliest Christian chronicles, so there can be no doubt that it dates back to the Muslim period. It was repaired several times during the 16th century. Torre Quebrada, or the Broken Tower, is located at the top of an escarpment that rises up from the Cadiz highway and its name is derived from the fact that it was broken for many years in the 15th and 16th centuries. It was repaired in 1504 by the master mason Cristóbal de la Parra and in 1567 by Pedro de la Chica, a resident of Granada. It measures slightly more than seven metres in height and its lower part is made of rubble blocks, above which there is a small room where the bonfires were lit. The smoke from these rose up to the roof, which had a parapet. Two guards, whose wages were paid by the city, were stationed at this tower, one on a continuous basis as a sentinel and the other went to the Bermeja Tower each night as a lookout and returned in the morning.

Torre Quebrada  
Esta torre de vigilancia se menciona en las crónicas cristianas, por lo que no puede haber ninguna duda de que se remonta a la época musulmana. Fue reparado en varias ocasiones durante el siglo 16. Torre Quebrada, o el Broken Tower, se encuentra en la cima de un acantilado que se eleva desde la carretera de Cádiz y su nombre se deriva del hecho de que estaba roto desde hace muchos años en los siglos 15 y 16. Fue reparado en 1504 por el maestro cantero Cristóbal de la Parra y en 1567 por Pedro de la Chica, un residente de Granada. Mide poco más de siete metros de altura y su parte inferior está hecha de bloques de escombros, por encima del cual hay un pequeño cuarto donde se encendieron las hogueras. El humo de estos se elevó hasta el techo, que tenía un parapeto. Dos guardias, cuyos salarios fueron pagados por la ciudad, se apostaron en esta torre, uno de forma continua como un centinela y el otro fue a la Torre Bermeja cada noche como un puesto de observación y regresó por la mañana.

## Traducción automática

### Torre Quebrada



Es una torre de vigilancia mencionada desde los primeros momentos por los cristianos, por lo que es segura su cronología musulmana. Se repara en varias ocasiones durante el siglo XVI. Declarada Bien de Interés Cultural en 1985. La Torre Quebrada se halla en la cima de una escarpa que se eleva desde la carretera de Cádiz y debe su nombre a que estuvo rota durante muchos años entre los siglos XV y XVI. Fue reparada en 1504 por el albañil Cristóbal de la Parra y en 1567 por Pedro de la Chica, vecino de Granada. Tiene poco más de siete metros de altura siendo su parte más baja (rellena de macizo), sobre el que hay una pequeña habitación en la que se encendían las hogueras de alarma, subiendo el humo hasta

la azotea, que tenía pretil. En esta torre había dos guardas peones, pagados por la ciudad. Uno continuo estante como atalaya y el otro iba cada noche por escucha a la torre Bermeja y por la mañana volvía.

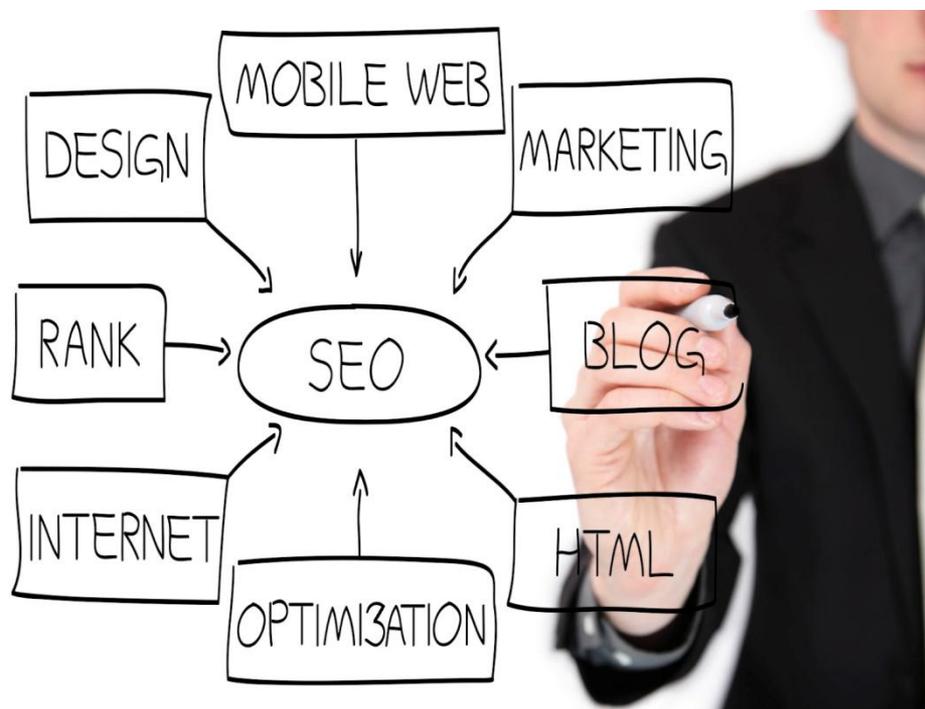
## Qué es SEO

El posicionamiento en buscadores u optimización de motores de búsqueda, es el proceso de mejorar la visibilidad de un sitio web en los resultados orgánicos de los diferentes buscadores

## Fundamentos teóricos

1. Introducción y planteamientos básicos de SEO
2. Buscadores y herramientas
3. Estrategias y elaboración de campañas de marketing (SEM)
4. Diferenciación entre técnica y contenidos
5. Selección y localización de palabras clave
6. Las redes sociales como parte de la estrategia

# Planteamientos básicos



# Buscadores y herramientas

- ¿Qué buscan?
- ¿Cómo hacer nuestra Web atractiva?
- ¿SEO = Google?

## Herramientas SEO

Las siguientes herramientas nos ayudarán, y mucho, a la hora de perfilar este criterio:

<http://seogratias.org/>

<http://www.woorank.com/es/>

<http://zona-seo.com/>

<http://www.screamingfrog.co.uk/>

<http://es.majesticseo.com/>

# SEO vs. SEM

## Diferencias SEO / SEM



### SEO

- Segmentación limitada.
- Se requiere de mayor tiempo para lograr resultados.
- Se requiere de conocimiento técnico avanzado.
- Limitada posibilidad de utilizar múltiples formatos publicitarios y mensajes de comunicación.
- No hay control de la posición de los anuncios.
- No hay posibilidad de controlar la publicación de los anuncios.
- Más variables para controlar para garantizar el éxito en los resultados.
- Dedicación de recursos permanentes (Generación de contenido, pauta, técnico)

### SEM

- Mayores posibilidades de segmentación.
- Resultados en corto tiempo.
- Si necesidad de conocimiento técnico.
- Es posible utilizar múltiples formatos y publicitarios mensajes de comunicación.
- Control de un rango de posiciones del anuncio.
- Control de publicación de los anuncios (Días y horas), es posible excluir términos con los cuales no quiere relacionar su marca.
- Menos variables para garantizar el éxito en los resultados.
- Pago sobre resultados

Google Proprietary

# Técnica y contenidos

- Estructura del contenido y redacción
- Técnicos - Muy presentes por los buscadores
- Networking - La interacción de su web con el resto

# Las palabras clave

## Selección

Selección cuidadosa y metódica de las palabras, su posicionamiento frente a la competencia y relación "amistosa" con los buscadores.

## Localización

Aparentemente el ejercicio es sencillo; palabras clave en español que traducimos literalmente. El significado de ciertas palabras en otros idiomas puede variar enormemente, incluso ni existir.

## Las redes sociales

Disponer de perfiles profesionales en Twitter, Facebook, LinkedIn, YouTube ayuda, y mucho, a recibir visitas desde ellos hacia la Web y viceversa.

## 4. SEO (Taller práctico)

**Prácticas llevadas a cabo junto con los asistentes mediante la aplicación de los fundamentos teóricos sobre una página web creada por Nóvalo.**

# nóvalo

eLinguistic Services

Venezuela, n.º 30 | Urb. Paraíso del Sol  
29738 Rincón de la Victoria | Málaga (Spain)  
Teléfono: (+34) 952 40 89 28

[www.novalo.es](http://www.novalo.es)

Carlos Bolívar | Director de Desarrollo de Negocio | [carlos.bolivar@novalo.es](mailto:carlos.bolivar@novalo.es)



Centro de Innovación Turística de Andalucía. Ctra. Nacional 340, Km 189,6  
Marbella, 29604 – Málaga.  
Teléfono: (+34) 951 704 630 Fax: (+34) 951 248 906  
[www.andalucialab.org](http://www.andalucialab.org)