

REDES. LA GENERACIÓN DE LA NUEVA WEB 3.0

TRES JÓVENES INGENIEROS CREAN INDIPROWEB, VOLCADA EN LOGRAR LA MAYOR RENTABILIDAD DE SUS CLIENTES EN INTERNET

T

res jóvenes leoneses crean Indiproweb, una empresa especializada en el Posicionamiento Web, es decir, en que las empresas puedan obtener la mayor rentabilidad de su marca gracias a su presencia en Internet. Han entrado de lleno en la Web 3.0.

NURIA GONZÁLEZ | LEÓN

■ José Alberto Benítez Andrades, Manuel Jesús Alcántara Peinado y Cristina Fernández son tres jóvenes ingenieros que han apostado por la innovación. De ahí nació Indiproweb, una empresa «con alma y cabeza» que se ha convertido en la aventura empresarial que estos tres jóvenes iniciaron hace casi tres años en un bar de La Palomera. «Vimos la oportunidad, teníamos las ganas y la ilusión de crear lo que hoy tenemos, creciendo día a día con nuestro trabajo y esfuerzo y sin la ayuda de nadie», recuerdan los socios de esta empresa leonesa metida de lleno en la Web 3.0 y especializados en Posicionamiento Web, es decir, en que sus clientes obtengan la máxima rentabilidad de su marca en Internet.

Piensen que si tienes una buena idea de negocio hay que hacerla realidad, o por lo menos intentarlo. La decisión de quedarse en León es la apuesta por invertir en su tierra. «Además, en el mundo de las nuevas tecnologías basta con disponer de un portátil y conexión a Internet para trabajar en cualquier parte», remarcan. Prueba de ello, aseguran, es que tienen clientes en Madrid, Badajoz, Cádiz, Bélgica, Grecia o Alemania.

La incursión en la Web 3.0 o Web Semántica es uno de sus



Cristina Fernández, José Alberto Benítez Andrades y Manuel Jesús Alcántara. DL

aportes más novedosos. Está fundamentado en el hecho de que las máquinas comprendan el significado de la información disponible, pero desde un punto de vista diferente al humano. «La Web Semántica es pura inteligencia artificial, aunque a las máquinas aún les queda un largo camino por recorrer para poder llegar a comprender siguiendo un esquema de razonamiento como el que hacemos los humanos, aunque sí que son capaces de llegar a conclusiones mediante procesos de lógica-matemática», ar-

gumenta los creadores de Indiproweb (www.indipro.es).

Un ejemplo práctico: para realizar una búsqueda en Google, al teclear «Necesito saber cuándo juega el Real Madrid el siguiente partido de Champions», mediante las webs actuales, Google realizaría una búsqueda basándose en el número de repeticiones de todas las palabras en los distintos sitios web que tiene indexados. Con la Web Semántica lo que se intenta es que Google entienda lo que le preguntas, y teniendo una buena semántica programada en cada web, obtener el mejor resultado posible.

En todo este proceso, fundamental es el posicionamiento que las webs adquieren en Internet y que hacen que gane o pierda relevancia pero también rentabilidad cada empresa.

Son especialistas en el Posicionamiento Web SEO, es decir, en el proceso de mejorar la visibilidad de una página web en los diferentes buscadores de manera orgánica. O lo que es lo mismo, realizando una buena programación del site y generando un buen contenido de la misma. «A más criterios de búsqueda, mayor es la complejidad del trabajo necesario que debemos realizar para poder obtener estos resultados», afirman.

Estos tres jóvenes resaltan que su «especialidad» es saber transmitir en sus trabajos web, las necesidades que requieren sus clientes, «personalizando y haciendo que sientan que sus sitios web son exclusivos y se diferencian de su competencia, ofreciendo así, una gran imagen a sus consumidores, aportando facilidad en la navegación y la posibilidad de encontrar todo lo que necesitan saber sobre su empresa».

Son conscientes de que no todo el mundo tiene las mismas necesidades a la hora de mostrar su marca en Internet. «El todo vale aquí no vale y nuestra apuesta es la calidad en cada trabajo y que se diferencie del resto», matizan.

Tres particularidades les diferencian del resto de empresas del sector: el estudio de las necesidades de negocio, «ya que es muy importante realizar una valoración de lo que el cliente realmente necesita para poder ofrecerle lo mejor»; la exclusividad, puesto que «sin un diseño exclusivo, la marca de la empresa pierde mucho valor en Internet»; y la accesibilidad y usabilidad, ya que todas sus aplicaciones están siempre pensadas para cumplir con los estándares de accesibilidad. Finalmente, también apuestan por la personalización en cada aplicación porque «como cada cliente, cada uno es un mundo».

El acrónimo de esta empresa responde a Innovación, Diseño y Programación Web. Con varios proyectos en marcha para el 2013 recuerdan que los comienzos fueron difíciles. «No es lo mismo que vender un objeto físico», remarcan estos tres jóvenes.



■ Tres jóvenes perfiles de la ingeniería

José Alberto Benítez es ingeniero Informático y ha trabajado en Indra; Manuel Jesús Alcántara, compagina Indiproweb con su estudio «planBshioo Estudio»; Cristina Fernández, de Benavides, aporta la creatividad a la empresa.

■ Claves para triunfar en Internet

Saber escuchar las exigencias, conocer el sector hacia donde van dirigidas y saber enfocarlo y transmitirlo de la mejor forma posible. A esto hay que sumar un atractivo diseño, fácil navegabilidad, una útil información, un buen posicionamiento en los buscadores, unido a la utilización de blogs y redes sociales.