



UNIVERSIDAD
POLITECNICA
DE VALENCIA

ARQUITECTURA Y WEB 2.0

NUEVAS ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN EN ARQUITECTURA

AUTOR:

Alejandro Tejedor Calvo

Para optar al Máster en:

EDIFICACIÓN (Especialidad Gestión de la Edificación)

TUTOR Universidad Politécnica de Valencia

D. Fernando Cos-Gayón López

Arquitecto

Profesor Máster Gestión de la Edificación

TUTOR Universidad Autónoma de Barcelona

D. José María Perceval Verde

Doctor en Ciencias Sociales (EHESS, École des Hautes Études en Sciences Sociales, París, 1992)

Doctor en Ciencias de la Comunicación (UAB, 2003)

Septiembre de 2012



A Martina y Mateo, por todo el tiempo que os robo y os sigo robando.



ÍNDICE

Parte 1

PRESENTACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN	7
1.1.- PRESENTACIÓN	8
1.2.- OBJETIVO PRINCIPAL.....	8
1.3.- OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	8
1.4.- JUSTIFICACIÓN	9
1.5.- HIPÓTESIS DE TRABAJO	19
1.6.- PREGUNTAS PARA LA INVESTIGACIÓN	20
1.7.- METODOLOGÍA DE TRABAJO Y ETAPAS	21
1.8.- ESTRUCTURA.....	25
1.9.- SELECCIÓN DEL CUERPO DE ANÁLISIS.....	26
1.10.- PARÁMETROS DE ANÁLISIS	29
1.11.- LISTADO DE ARQUITECTOS Y DOCENTES ENCUESTADOS	33
1.12.- RESULTADOS A ALCANZAR.....	34

Parte 2

MARCO TEÓRICO LA WEB 2.0 O WEB SOCIAL	35
2.1.- WEB 2.0: APROXIMACIÓN CONCEPTUAL.....	36
2.2.- CONCEPTOS DE INTERÉS EN EL ESCENARIO COMUNICATIVO DE LA WEB 2.0.....	40
2.3.- HERRAMIENTAS DE LA WEB 2.0 Y ARQUITECTURA. PRINCIPALES RECURSOS DE LA WEB SOCIAL EN ESTUDIOS DE ARQUITECTURA, PROMOTORAS Y EMPRESAS INMOBILIARIAS CON PRESENCIA ON-LINE.	44
2.4 REDES SOCIALES Y ARQUITECTURA.....	53
2.5.- WIKI Y ARQUITECTURA.....	56
CONCEPTO Y POSIBLES APLICACIONES AL SECTOR.....	56
2.6.- WEB 3.0 . EL TERCER ESTADIO DE LA RED DE REDES	58

Parte 3

LA WEB 2.0 EN LOS ESTUDIOS DE ARQUITECTURA: APROXIMACIÓN DIAGNÓSTICA	59
3.1.- INTRODUCCIÓN: UN ANÁLISIS DE LOS ESTUDIOS DE ARQUITECTURA ESPAÑOLES MÁS DESTACADOS.	60
3.2.- ANÁLISIS ESTUDIOS DE ARQUITECTURA	61



3.2.1.- Estudio de arquitectura: FRANCISCO MANGADO	62
3.2.2.- Estudio de arquitectura: FEDERICO SORIANO	69
3.2.3.- Estudio de arquitectura: MANSILLA Y TUÑÓN	74
3.2.4.- Estudio de arquitectura: A-CERO (Joaquín Torres)	81
3.2.5.- Estudio de arquitectura: NIETO Y SOBEJANO	93
3.2.6.- Estudio de arquitectura: CARLOS FERRATER.....	101
3.2.7.- Estudio de arquitectura: ENRIC MIRALLES - BENEDETTA TAGLIABUE	108
3.2.8.- Estudio de arquitectura: MANUEL DE SOLÁ	116
3.2.9.- Estudio de arquitectura: VICENTE GUALLART	122
3.2.10.- Estudio de arquitectura: ABALOS + HERREROS	129
3.2.11.- Estudio de arquitectura: ALBERTO CAMPO BAEZA	136
3.2.12.- Estudio de arquitectura: ARANGUREN Y GALLEGOS	144
3.2.13.- Estudio de arquitectura: ENRIC RUIZ GELI	150
3.2.14.- Estudio de arquitectura: CARME PINÓS	156
3.2.16.- Estudio de arquitectura: ANTONIO LAMELA - CARLOS LAMELA.....	162
3.2.17.- Estudio de arquitectura: JAIME SANAHUJA.....	169
3.2.18.- Estudio de arquitectura: JOSEP LLUÍS MATEO	176
3.2.19.- Estudio de arquitectura: NOMAD	185
3.2.20.- Estudio de arquitectura: RAFAEL DE LA HOZ	192
3.2.21.- Estudio de arquitectura: SANTIAGO CALATRAVA	200
3.2.21.- Estudio de arquitectura: GUILLERMO VÁZQUEZ CONSUEGRA.....	207
3.2.22.- Estudio de arquitectura: RICARDO BOFILL.....	213
3.2.23.- Estudio de arquitectura: CRUZ + ORTIZ	221
3.2.24.- Estudio de arquitectura: PAREDES Y PEDROSA	231
3.3.- TABLA RESUMEN DE DATOS	238
3.4.- ENCUESTA ARQUITECTOS	245
3.5.- BALANCE GENERAL DE LA PRESENCIA DE LA WEB 2.0 EN LOS PRINCIPALES ESTUDIOS DE ARQUITECTURA DE ESPAÑA.....	256
Parte 4	
LA WEB 2.0 EN LAS PROMOTORAS DE INMUEBLES: APROXIMACIÓN DIAGNÓSTICA	259
4.1.- INTRODUCCIÓN: UN ANÁLISIS DE LAS EMPRESAS PROMOTORAS ESPAÑOLAS MÁS DESTACADOS.....	260
4.2.- ANÁLISIS PROMOTORAS DE INMUEBLES.....	261
4.2.1.- Promotora de viviendas: VALLEHERMOSO	262
4.2.2.- Promotora de viviendas: URCO & URBASA	267
4.2.3.- Promotora de viviendas: GRUPO ACS.....	272
4.2.4.- Promotora de viviendas:URCASA	278
4.2.5.- Promotora de viviendas: REALIA.....	283
4.2.6.- Promotora de viviendas: URPASA	289
4.2.7.- Promotora de viviendas: SALVADOR VILA	294
4.2.8.- Promotora de viviendas: PROMOTORA VIZCAÍNA.....	299
4.2.9.- Promotora de viviendas: EDIVAL.....	304
4.2.10.- Promotora de viviendas: EDIFESA.....	313

4.3.- TABLA RESUMEN DE DATOS	318
4.4.- BALANCE GENERAL DE LA PRESENCIA DE LA WEB 2.0 EN LOS PRINCIPALES PROMOTORAS DE INMUEBLES DE ESPAÑA.	324
Parte 5	
LA WEB 2.0 EN LAS EMPRESAS INMOBILIARIAS : APROXIMACIÓN DIAGNÓSTICA.....	327
5.1.- INTRODUCCIÓN: UN ANÁLISIS DE LAS EMPRESAS INMOBILIARIAS ESPAÑOLAS MÁS DESTACADAS.	328
5.2.- ANÁLISIS EMPRESAS INMOBILIARIAS.....	329
5.2.1.- Empresa inmobiliaria: GESINCO.....	330
5.2.2.- Empresa inmobiliaria: HEAD REAL STATE.....	337
5.2.3.- Empresa inmobiliaria: TUCASA	343
5.2.4.- Empresa inmobiliaria: GRUPO 90.....	349
5.2.5.- Empresa inmobiliaria: IDEALISTA	355
5.2.6.- Empresa inmobiliaria: INMOCASA	363
5.2.7.- Empresa inmobiliaria: ALTAMIRA SANTANDER	368
5.2.8.- Empresa inmobiliaria: KUHN & PARTNER	375
5.2.9.- Empresa inmobiliaria: CX CATALUNYA CAIXA INMOBILIARIA.....	381
5.2.10.- Empresa inmobiliaria: GRUPO ÁGORA.....	389
5.2.11.- Empresa inmobiliaria: BANKIA HABITAT	398
5.2.12.- Empresa inmobiliaria: BBVA INMOBILIARIA	403
5.2.13.- Empresa inmobiliaria: SERVIHABITAT - La Caixa	408
5.2.14.- Empresa inmobiliaria: INMOCOLONIAL	416
5.3.- TABLA RESUMEN DE DATOS	422
5.4.- BALANCE GENERAL DE LA PRESENCIA DE LA WEB 2.0 EN LOS PRINCIPALES EMPRESAS INMOBILIARIAS DE ESPAÑA.	428
Parte 6	
CONCLUSIONES.....	431
6.1.- TABLAS COMPARATIVAS	432
6.2.- SOBRE ESTUDIOS DE ARQUITECTURA.....	440
6.3.- SOBRE PROMOTORAS DE VIVIENDAS	442
6.4.- SOBRE EMPRESAS INMOBILIARIAS	443
6.5.- GENERALES.....	444
Parte 7	
POSIBLES DESARROLLOS DE LA INVESTIGACIÓN.....	446
7.1.- POSIBLES DESARROLLOS DE LA INVESTIGACIÓN	447
7.2.- APLICACIÓN A UN CASO REAL: www.tejedorasociados.net	448



Parte 8

BIBLIOGRAFÍA	450
8.1.- ÍNDICE DE FIGURAS	451
8.2.- BIBLIOGRAFÍA.....	453
8.3.-ÍNDICE DE PÁGINAS WEB	453





"Amaras a la demanda sobre todas las cosas"
(Antonio Escudero Musolas)



Parte 1

PRESENTACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN



1.1.- PRESENTACIÓN

El proyecto final de máster " **Arquitectura y web 2.0: Nuevas Estrategias de Comunicación en Arquitectura** " es un estudio diagnóstico que analiza el estado actual de los principales estudios de arquitectura, empresas inmobiliarias y promotoras de viviendas mediante un análisis (cuantitativo y cualitativo) de las herramientas de la web 2.0 que incorporan en sus páginas web.

Del mismo modo, la investigación pretende, a través de las conclusiones extraídas, aplicar en un desarrollo posterior de la investigación los resultados obtenidos a una web real y comprobar las consecuencias de una utilización directa de las herramientas empleadas para ver cómo estas transformaciones pueden modificar el concepto del estudio de arquitectura, su presencia on-line y la relación con los actuales clientes y con aquellos que puedan serlo.

1.2.- OBJETIVO PRINCIPAL

El presente documento pretende estudiar los cambios producidos en los estudios de arquitectura, empresas inmobiliarias y promotoras de viviendas desde la aparición de la web 2.0.

Es nuestra misión delimitar cuales son las herramientas que tienen una aplicación directa en este tipo de empresas, especialmente en cuanto a obtención y fidelización de clientes se refiere.

Para ello deberemos describir la relación actual entre este sector y la web 2.0 así como valorar las opiniones que los profesionales del sector tienen sobre dichos recursos.

1.3.- OBJETIVOS ESPECÍFICOS

A partir del objetivo principal ya mencionado, la investigación pretende alcanzar los siguientes objetivos específicos:

- a) **Detectar** el conjunto de herramientas y servicios on-line derivados de la web 2.0 que incorporan actualmente los estudios de arquitectura, inmobiliarias y promotoras de viviendas de mayor impacto en la actualidad.

- b) **Estudiar** el tipo de uso que dichas empresas realizan de las herramientas y servicios on-line derivados de la web 2.0.
- c) **Conocer** las potencialidades que, desde el punto de vista publicitario y de interacción con personas interesadas en el producto pueden derivarse de la utilización de los recursos de la web 2.0.
- d) **Establecer** un diagnóstico de las tendencias y futuros desarrollos de los estudios de arquitectura, inmobiliarias y promotoras de viviendas con relación a los recursos de la web 2.0.

1.4.- JUSTIFICACIÓN

El proyecto final de máster "**Arquitectura y web 2.0: Nuevas Estrategias de Comunicación en Arquitectura**" pretende reflexionar sobre algunos de los cambios que la web 2.0 ha introducido en el escenario arquitectónico actual, bien desde el punto de vista de los estudios de arquitectura y su uso principalmente publicitario como el de las empresas relacionadas con el sector (inmobiliarias y promotoras de viviendas) que tratan de darle además un uso comercial.

Siendo conscientes de la situación económica actual y de cómo ha golpeado al sector que nos ocupa, no podemos dejar de lado una plataforma que nos permite estar en contacto directo con millones de usuarios y donde la información, adecuadamente posicionada, puede llegar de un modo rápido a un gran número de potenciales clientes.

Por todo ello, y a tenor de la posibilidad de alcanzar un nicho mayor de usuarios interesados en el producto ofrecido, las empresas dedicadas a la arquitectura y a la compra-venta o ejecución de producto inmobiliario han tenido que incrementar su presencia en la web 2.0 y adaptar sus mensajes, el diseño de sus páginas web, el modo de presentación de su producto y el grado de participación activa de los usuarios a los normalmente utilizados en la web 2.0 o web social.

El experto en marketing inmobiliario, Antonio Escudero Musolas, una vez justificada la importancia de la publicidad en el sector, recomienda no escatimar en medios ni inversión y hacer un seguimiento constante que permita rectificaciones constantes y continuas¹:

¹ ESCUDERO MUSOLAS, Antonio (2008) *Marketing inmobiliario eficaz*. Ed. Tirant lo Balch. P. 249.

" Pero eso sí, no escatimemos nunca la inversión en publicidad, ya que no se pueden hacer milagros con recursos escasos".

" Si posteriormente controlamos la eficacia de los medios, podremos ir rectificando mensualmente la programación de la campaña para hacerla más rentable y obtener el mayor éxito posible en visitas, que al final se convertirán en ventas."

Hoy en día , la web 2.0 permite ir un paso por delante de este tipo de estrategias ya que pueden orquestarse campañas publicitarias masivas con muy escaso coste económico y disponiendo de la opción de realizar rectificaciones diarias con el mismo escaso coste.

Considerando los hábitos de este público al que van dirigidas las campañas, destacar que recientes estudios ("Pew Research Center's Internet American Life Project" y el "Project for Excellence in Journalism"²) muestran los hábitos de la audiencia estadounidense y vienen a establecer que las noticias hoy son "portátiles" y "participativas". Según la citada investigación³:

- *Un 33% de los propietarios de teléfonos móviles accede a las noticias en sus teléfonos celulares.*
- *Un 37% de los usuarios de Internet contribuye a la creación de noticias, comentó las mismas o las difunde en sitios como Facebook y Twitter.*

Según el Jefe de la Unión Internacional de Telecomunicaciones (UIT), Hamadun Touré, el número de usuarios de internet en 2011 supera los 2.000 millones, más de 1 de cada 3 habitantes del planeta.

(http://www.mintel.gob.ec/index.php?option=com_content&view=article&id=903:2000-millones-de-usuarios-de-internet-a-nivel-mundial&catid=154:historico-enero-2011&Itemid=115).

² Ver: <http://pewinternet.org/> y <http://www.journalism.org/>.

³ Informe disponible en: <http://pewinternet.org/sitecore/service/notfound.aspx>



Según Wikipedia, en 2012 España ocupaba el nº 17 en el ranking de número de habitantes usuarios de internet: 30.654.678.

(http://es.wikipedia.org/wiki/Anexo:Pa%C3%ADses_por_n%C3%BAmero_de_usuarios_de_Internet).

A nivel nacional es oportuno reseñar que las estadísticas confirman que las redes sociales se encuentran en auge y que cada vez son más los usuarios de las mismas⁴:

- *Las redes sociales YouTube, Facebook y Twitter se encuentran entre los 20 sitios web más visitados en España.*
- *La red profesional LinkedIn alcanzó en Julio de 2010 la cifra de un millón de usuarios en España.*

Otros expertos lanzan cifras como las siguientes⁵:

- *En el período comprendido entre 2008 y 2011 el número de usuarios de redes sociales se duplicó.*
- *Un 31 por ciento de ellos entra en Facebook varias veces al día.*
- *En España, ocho de cada diez internautas usa Facebook.*
- *Siete de cada diez usuarios de internet móvil se conectan a alguna plataforma social a través de su dispositivo.*

Actualmente las redes sociales han fomentado que la transferencia de información sea una experiencia social y el acceso a las mismas casi un hábito.

Este hecho hace que el usuario reclame un papel mucho más participativo, convirtiéndolo en un productor de opiniones y generador de información que rápidamente llega a un número increíble de personas.

⁴ MACIÀ DOMENE, Fernando y GOSENDE GRELA, Javier (2011). *Marketing con redes sociales*. Ed ANAYA Multimedia.

⁵ POLO HERRANZ, Fernando; POLO HERRANZ, José Luis. (2011). *Socialholic*. Ed. Gestión 2000.

La gente utiliza las redes sociales cotidianamente, motivo por el cual las empresas dedicadas a la arquitectura, tanto estudios como empresas de compra-venta y desarrollo de proyectos, han tenido que incrementar su presencia en dichas plataformas, teniendo además que hacerlo de un modo atractivo debido a que ha sido un fenómeno colectivo que ha afectado a todas ellas.

Actualmente es común la conectividad móvil a través de los *smartphones* y *tablets*, lo cual conlleva que la información nos llegue en tiempo real y que de un modo fácil y rápido podamos enseñar nuestro producto lejos de nuestro puesto de trabajo habitual.

De este modo, los profesionales pueden mostrar sus trabajos a nuevos clientes, aclarar o explicar soluciones adoptadas anteriormente en otros proyectos y facilitar la comprensión de la información a destinatarios que no tienen por qué ser especialistas o conocedores de la materia pero que de un modo directo están dentro del círculo que forma la creación de un producto, la explicación de una idea arquitectónica o la venta de un inmueble determinado.

Asimismo, las empresas promotoras e inmobiliarias, además de acceder a un número mucho mayor de potenciales clientes, pueden fomentar la incorporación de herramientas como chats y foros donde los usuarios pueden hacer consultas o dar opiniones; en el caso positivo de las mismas, permitirá ser una empresa que dé seguridad y garantía a los posibles nuevos clientes.

Una vez resuelta la importancia y potencialidad de la web 2.0, es necesario analizar el modo en el que las empresas del sector hacen uso de las herramientas disponibles.

Para ello es fundamental hablar de *Marketing en Internet*.

Hoy en día la mayoría de las empresas del sector de la arquitectura y la comercialización de producto inmobiliario diseñan sus *sites* corporativos como meras imágenes de su trabajo realizado. Simplemente recurren al ciberespacio como un lugar más donde realizar su presentación tradicional de empresa.



Según los expertos ⁶, la primera época del Marketing a través de internet, a principios de 1990 se desarrollaba de un modo estático. En aquel entonces la Red sólo aportaba información a través de páginas donde se mostraban las principales características de la empresa: producto (proyecto o inmueble en nuestro caso), clientes (para nosotros los promotores) y los recursos de la empresa (para nosotros el equipo, etc..).

Este modelo, según la misma fuente, desaprovechaba, el 95% del verdadero potencial para el Marketing de la Red, aplicando a las empresas con este modo de proceder en internet el apelativo de "jurásicas".

AÑO	MARKETING UTILIZADO	
1990	Web Estático	Internet como herramienta de marketing
1992	Web Estático	Internet como herramienta de marketing
1994	Web Interactivo	Internet como herramienta de marketing
1996	Web transactivo	Internet como herramienta de marketing
1998	e- Marketing	Marketing Electrónico
2000	e- Marketing	Marketing Electrónico
2002	e- Marketing	Marketing Electrónico
2004	e- Marketing	Marketing Electrónico
2006	e- Marketing	Marketing Electrónico

Figura 1: Antes de descubrir el e-Marketing en los primeros años nos limitábamos a utilizar Internet como herramienta de Marketing. (Enrique de la Rica, Marketing en Internet. Ed.2006)

El marketing estático sólo comunica en una dirección, generando una transmisión de información al cliente muy baja:

⁶ DE LA RICA, Enrique (2006), *Marketing en Internet Edición 2006*. Ed ANAYA Multimedia

	NULO	BAJO	MEDIO	ALTO
En los clientes		x		
En los distribuidores		x		
En las personas de la organización		x		
En los proveedores		x		
En los productos y servicios		x		
En los procesos	x			
En la tecnología	x			
En la estrategia de empresa	x			

Figura 2: Efectos del modelo web estático. (Enrique de la Rica, *Marketing en Internet*. Ed.2006)

En estos casos, con un modo de funcionamiento a todas luces arcaico, el portal pasa a ser un "tablón electrónico de información".

Como se aprecia en la tabla, no pasó mucho tiempo hasta que, más allá de los textos e imágenes, internet se consolidó como un medio de "interacción" que servía de canal bidireccional donde el cliente generaba opiniones.

Será necesario diferenciar también, por ser objeto del presente estudio, entre Clientes Potenciales y Clientes Reales, donde unos son público objetivo y los otros van un poco más allá, adquiriendo algún producto de la empresa (proyecto de arquitectura o inmueble).

En este análisis, siempre nos dirigiremos a ambos, pues el producto que dichas empresas trata suele ser adquirido en una única ocasión por los clientes mayoritarios (usuarios que requieren de un proyecto de arquitectura o un inmueble de un modo puntual a lo largo de su vida) o en contadas ocasiones (usuarios que solicitan un segundo proyecto o deciden optar por un segundo inmueble para uso propio o como inversión). Es por ello que la estrategia de comunicación debe emplear parte de sus energías en la captación de nuevos objetivos en el inmenso mundo de usuarios de internet.

El presente estudio deberá ilustrar el estado actual de las plataformas corporativas analizadas, definiendo si las empresas del sector analizado realizan tareas de marketing más propias del web estático, datadas por los expertos como sistema utilizado en 1990, o si por el contrario son más propias de un formato de uso más cercano al web interactivo.

Del mismo modo, y en este contexto, este trabajo pretende analizar si el uso de la web 2.0 sirve de herramienta de comunicación generadora de opiniones para las empresas del sector, y en caso afirmativo, determinar cuáles de todos los recursos a su alcance son los que mejor se adaptan al objetivo último de estas empresas.

Según , Antonio Escudero Musolas, los objetivos principales son⁷:

- Lograr la satisfacción del cliente.
- Fidelizarles.
- Utilizarles como prescriptores de nuestra marca.
- Qué el cliente perciba un servicio integral de atención por parte de la empresa, antes, durante y después de la venta. Calidad de servicio.

⁷ ESCUDERO MUSOLAS, Antonio (2008) *Manual para la venta de promociones de viviendas*. Ed. Tirant lo Blanch. P. 245.

A continuación, y desarrollándolo de un modo extensivo a los tres grupos estudiados, se presentan los objetivos, que en opinión de este autor, persigue cada uno de ellos. Se ha prestado atención a la diferenciación entre aquellos que son prioritarios por su necesidad inmediata y los que están en un plano más centrado en la continuidad empresarial.

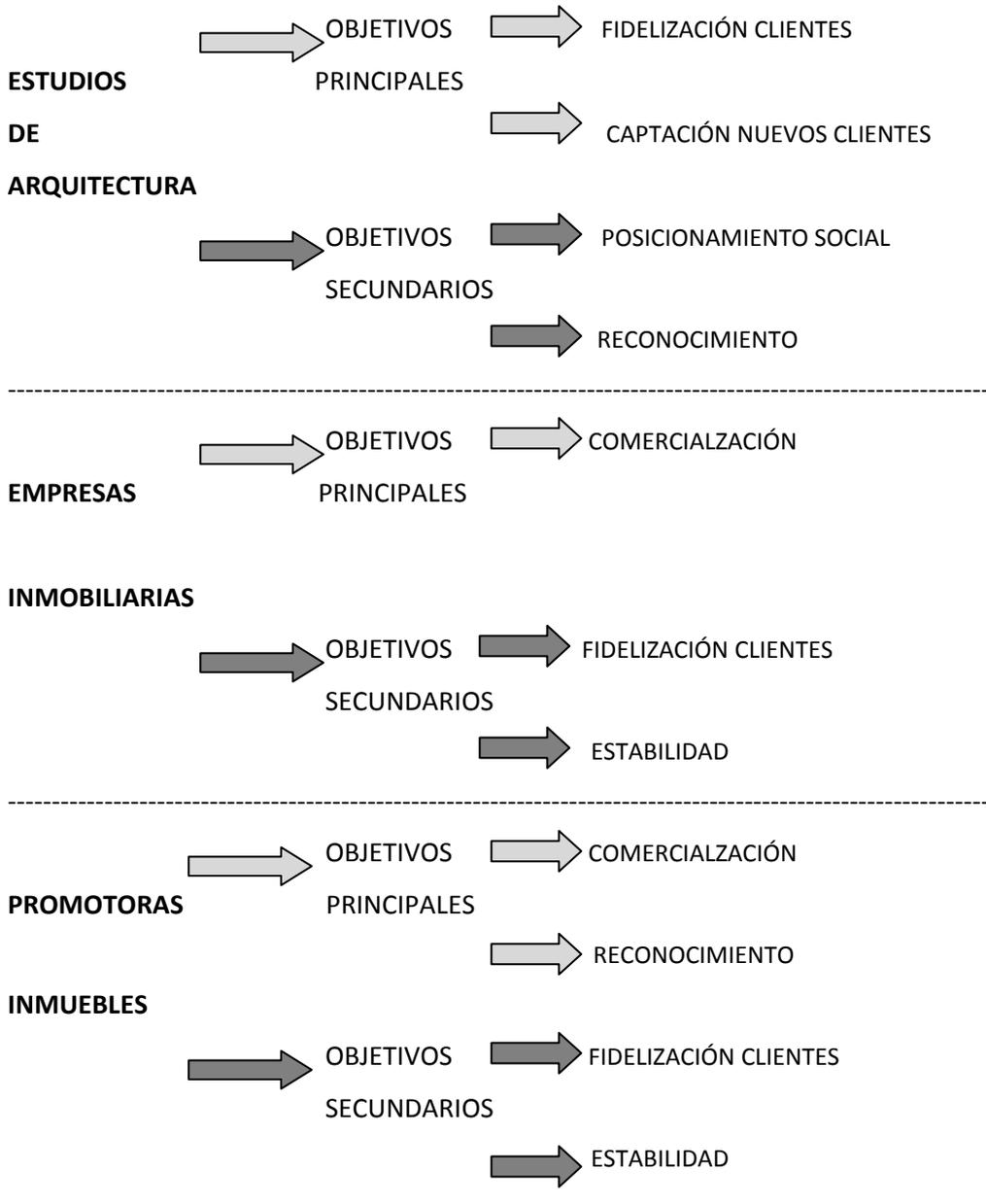


Figura 3: Objetivos principales y secundarios de las empresas analizadas. (Elaboración propia)

Conviene hacer mención a que la consolidación y presencia en estas plataformas es un trabajo constante y organizado que deberá ir precedido de una estrategia de posicionamiento y de conocimiento del potencial cliente a quien va dirigido

No debe olvidarse que acceder a un gran grupo generador de opinión, puede actuar tanto a nuestro favor como en nuestra contra. Por ello deben medirse con cautela cada una de las informaciones posicionadas en la plataforma.

Tras la consulta a usuarios englobados en el sector que nos ocupa sobre la opinión y el uso que hacen de estas plataformas, se analizarán los resultados con el objeto de contribuir a determinar hacia dónde deben dirigirse estas herramientas para aprovechar el conjunto de posibilidades comunicativas que introduce la web 2.0 y así responder con un mayor grado de satisfacción a los usuarios y clientes.

Obviamente, la utilización cada vez mayor de estas plataformas por estos estudios de arquitectura, promotoras e inmobiliarias viene reforzada por los estudios y estadísticas que reflejan el aumento de usuarios y en el incremento del tiempo que los usuarios dedican al uso de las diferentes redes sociales de naturaleza generalista que existen en Internet (el aumento ha sido de un 85% en un año, alcanzando un promedio mensual de 6,5 horas por cada usuario y, además, el número de internautas suscritos a estas plataformas ha crecido cerca de un 50% en tan sólo un año, cifra que va en aumento cada día).

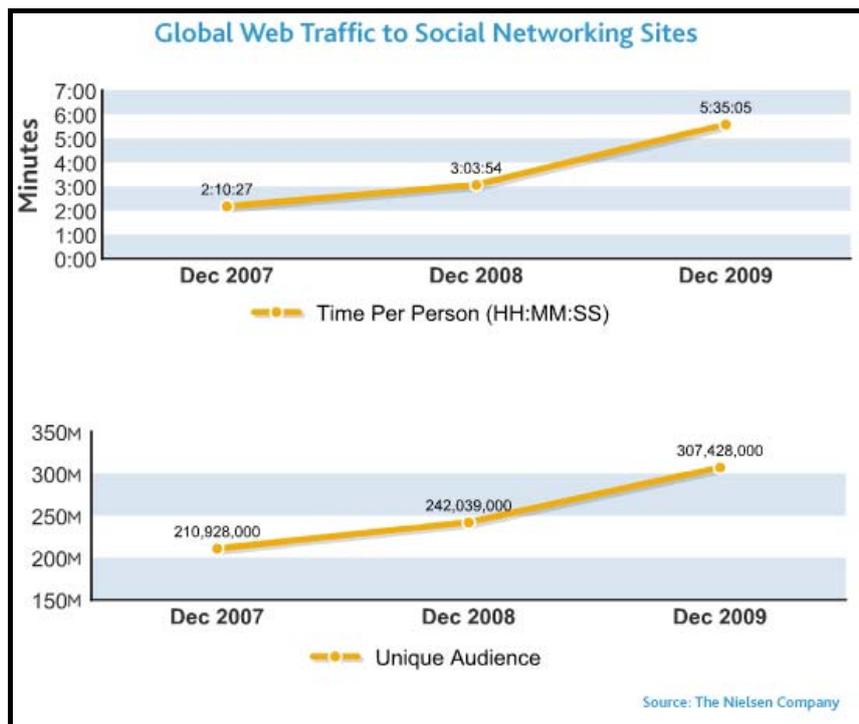


Figura 4: Tráfico web global en páginas web de la web social.
(<http://robertoigarza.wordpress.com/>)

Observando este crecimiento, entendemos la fuerte irrupción de las redes sociales en la vida diaria de los estudios de arquitectura, empresas inmobiliarias y promotoras y como su utilización ha modificado el modo de comunicación y la presentación al exterior en el escenario comunicativo on-line.

Sin embargo, se desprende del estudio realizado, que pese a ir en aumento la aplicación de recursos de la web 2.0, no se ha sabido aprovechar la capacidad intrínseca que estas plataformas ponen al servicio de los objetivos que dichas empresas pretenden.

El éxito del presente documento sería el poder transmitir la importancia de la web 2.0 encontrando el mejor modo de incorporarla útilmente a sus páginas web corporativas.

En definitiva, el estudio pretende analizar, desde un planteamiento descriptivo, cómo la web 2.0 es una herramienta útil para las empresas analizadas y como deben incorporar sus aplicaciones para extraer el máximo provecho de la web social.



1.5.- HIPÓTESIS DE TRABAJO

El presente trabajo plantea como hipótesis principal de la investigación la siguiente aseveración:

"Los estudios de arquitectura, empresas inmobiliarias y promotoras de viviendas, pese a empezar a incorporar cada vez más herramientas en sus plataformas de comunicación, no han explotado hasta sus últimas consecuencias las posibilidades que la web 2.0 o web social pone a su servicio a nivel comunicativo, de consolidación e incluso de expansión."

A partir de esta hipótesis principal, se proponen un conjunto de hipótesis secundarias que la complementan:

- **H1:** La web 2.0 modifica el proceso de información y de comunicación del sector estudiado.
- **H2:** Los estudios de arquitectura, empresas inmobiliarias y promotoras de viviendas han aplicado las posibilidades comunicativas de la web 2.0 con diferentes "velocidades" y con distintos grados de aprovechamiento desde el punto de vista publicitario y comercial.
- **H3:** Actualmente, es posible detectar en Internet, la existencia de estudios de arquitectura, empresas inmobiliarias y promotoras de viviendas que no aplican ninguna de las herramientas de la web 2.0; y que continúan concibiendo el proceso comunicativo desde un planteamiento lineal y unidireccional, alejado la interacción entre el medio y los usuarios (potenciales clientes) del mismo.
- **H4:** La web 2.0 se ha convertido en un elemento de marketing aprovechado por determinados estudios de arquitectura, empresas inmobiliarias y promotoras de viviendas para potenciar su imagen de marca como plataformas horizontales bidireccionales con participación abierta a los usuarios (potenciales clientes).

1.6.- PREGUNTAS PARA LA INVESTIGACIÓN

En el marco de la presente investigación se persigue responder a los siguientes interrogantes:

-
- ¿Qué recursos on-line derivados de la web 2.0 utilizan los estudios de arquitectura, empresas inmobiliarias y promotoras de viviendas con una finalidad informativa o comercial?
-
- ¿Qué recursos on-line de la web 2.0 tienen una presencia mayoritaria en los estudios de arquitectura, empresas inmobiliarias y promotoras de viviendas?
-
- ¿Cuáles son las diferentes posibilidades de interacción que se establecen entre los arquitectos o responsables de empresas inmobiliarias y promotoras de viviendas mediante la utilización de las herramientas 2.0?
-
- ¿Qué características singulares presentan aquellos estudios de arquitectura, empresas inmobiliarias y promotoras de viviendas que utilizan habitualmente las diferentes herramientas de la web 2.0?
-
- ¿Qué iniciativas de éxito podemos suponer en los estudios de arquitectura, empresas inmobiliarias y promotoras de viviendas que aplican los recursos 2.0?
-
- ¿Cuáles son los principales cambios observados en los estudios de arquitectura, empresas inmobiliarias y promotoras de viviendas que han incorporado las herramientas de la web 2.0 en su plataforma de comunicación habitual?
-

1.7.- METODOLOGÍA DE TRABAJO Y ETAPAS

El presente trabajo utiliza una metodología de naturaleza descriptiva una vez observados los estudios de arquitectura, empresas inmobiliarias y promotoras de viviendas seleccionados.

Tras dicha observación se realizará una comparativa con el objeto de reseñar aquellos puntos más relevantes.

Como veremos en el apartado “Parámetros de análisis”, el estudio contiene una fichas de análisis por cada estudio de arquitectura, empresa inmobiliaria y promotora de vivienda analizada.

Con estas fichas pretendemos hacer un diagnóstico que permita conocer qué herramientas de la web 2.0 son las más utilizadas en los casos estudiados y si el uso dado es aquel para el que dichas herramientas fueron concebidas.

Por tanto, el estudio se divide en determinar “qué” herramientas de la web 2.0 son los predominantes en los estudios de arquitectura, empresas inmobiliarias y promotoras de viviendas) y en “cómo” las utilizan para conseguir su objetivo final.

El estudio también presenta encuestas a arquitectos, algunos de ellos docentes en la Escuela Técnica Superior de Arquitectura de la Universidad Politécnica de Valencia, con página web en activo. De este modo, es posible comparar los puntos de vista y los planteamientos de estos perfiles.

Las encuestas realizadas pretenden detectar carencias, utilización inadecuada de los medios a su disposición y una vez recabada la información estadística, observar si los datos y respuestas obtenidas reflejan lo realmente puesto en práctica por los técnicos encuestados.

El desarrollo de la investigación sigue las siguientes etapas:

Fase 01 – Conceptualización

(Estado del arte)

- **Conceptualización de la web 2.0:** Concepto, principales herramientas y proyectos derivados de la web social y aplicaciones al ámbito de la arquitectura.
- **Análisis de los objetivos:** Descripción de los objetivos últimos de las empresas analizadas y determinación de si utilizan adecuadamente las principales herramientas de la web 2.0 en el ámbito de la arquitectura.

Fase 02 – Conformación de la muestra de análisis

(Principales estudios de arquitectura, empresas inmobiliarias y promotoras de viviendas de España)

- **Estudio de los principales** estudios de arquitectura, empresas inmobiliarias y promotoras de viviendas y selección de una muestra representativa.

Fase 03 – Diseño y confección de los instrumentos de análisis

- **Diseño de las herramientas para el análisis** de los estudios de arquitectura, empresas inmobiliarias y promotoras de viviendas seleccionados.

Fase 04 – Recogida de datos

- **Aplicación de los diferentes instrumentos de recogida de datos** creados con el objetivo de establecer las secciones/apartados y los servicios que ofrecen los estudios de arquitectura, empresas inmobiliarias y promotoras de viviendas seleccionados, el listado de herramientas de la web 2.0 que utilizan, el tipo de aplicación de las mismas, etc.
- **Sistematización** de la información compilada.

Fase 05 – Envío de cuestionarios a arquitectos

- **Envío y cruce de cuestionarios** con arquitectos con página web corporativa en activo y que estén familiarizados con el uso de la web 2.0.

Fase 06 – Análisis y procesamiento de datos de los cuestionarios

- **Análisis de los resultados derivados de los diferentes cuestionarios aplicados** para sistematizar los datos y establecer conclusiones sobre su punto de vista del tema.

Fase 07 – Elaboración de un diagnóstico sobre el estado de los principales estudios de arquitectura, empresas inmobiliarias y promotoras de viviendas respecto a la inclusión de las herramientas 2.0

- **Establecer el estado actual** de inclusión de las herramientas de la web 2.0 en los estudios de arquitectura, empresas inmobiliarias y promotoras de viviendas.
- **Estudio de las herramientas vinculadas a la web 2.0** que utilizan los principales estudios de arquitectura, empresas inmobiliarias y promotoras de viviendas diarios para determinar el tipo de aplicación de las mismas y las posibilidades que presentan para publicitarse, expandirse o consolidarse.
- **Diagnóstico de pros y contras en la incorporación de las herramientas** de la web 2.0 en los estudios de arquitectura, empresas inmobiliarias y promotoras de viviendas.

Fase 8 – Propuesta de aplicación de las posibles recomendaciones resultado del análisis a un modelo concreto de web del sector: www.tejedorasociados.net

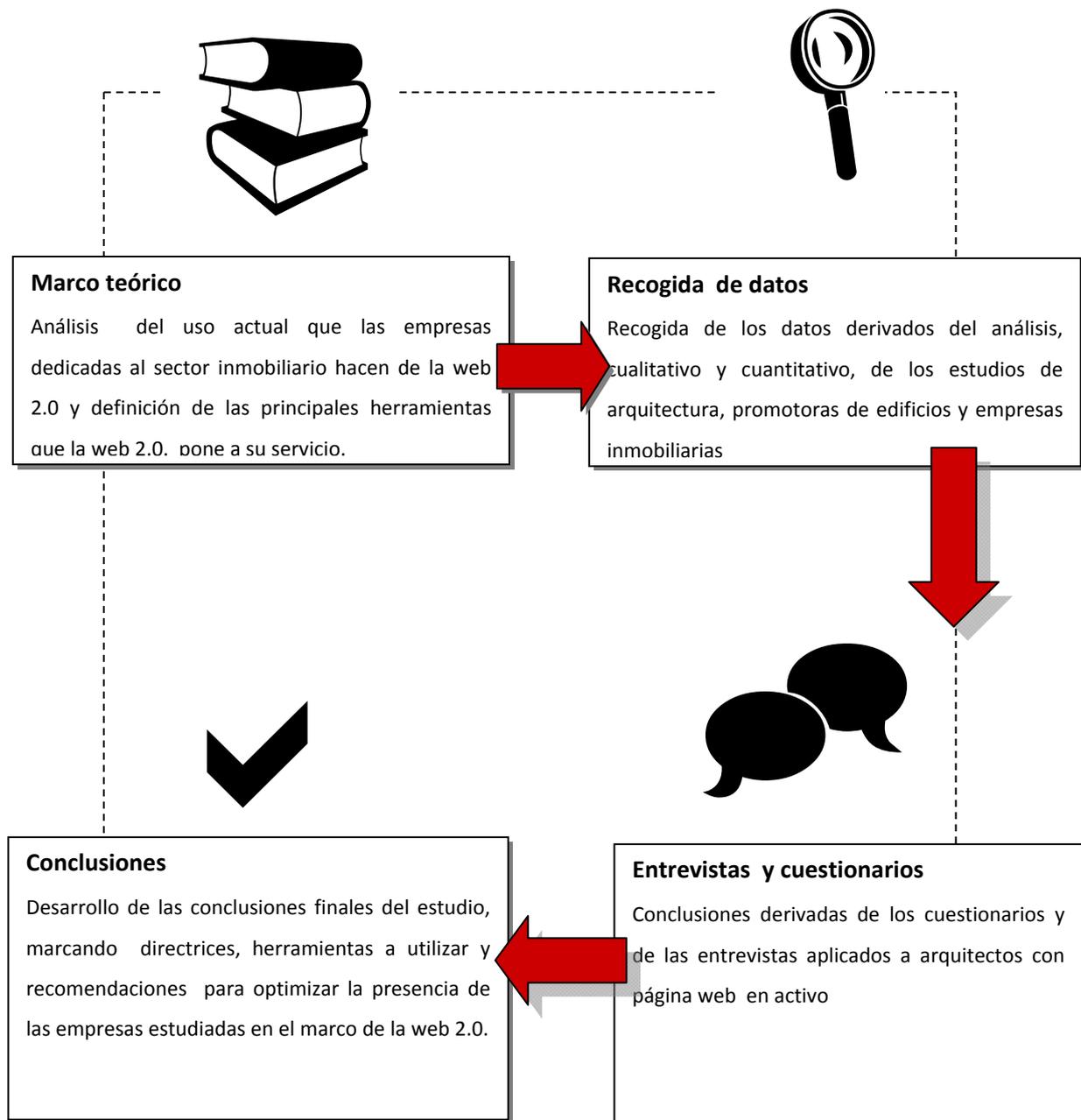
- **Propuesta de aplicación de un conjunto de recomendaciones (teóricas y prácticas)** a una página web concreta para observar los cambios producidos tras dicha implantación.

Fase 9 - Definición de nuevas etapas de desarrollo y ampliación de la investigación

- Planteamiento de **nuevas etapas** para la ampliación de la investigación.

1.8.- ESTRUCTURA

La investigación pretende llegar a unas conclusiones a partir de establecer un marco teórico, analizar los datos recopilados y estructurar las encuestas realizadas:



1.9.- SELECCIÓN DEL CUERPO DE ANÁLISIS

La investigación ha tomado como principal objeto de estudio una selección de estudios de arquitectura, empresas inmobiliarias y promotoras de viviendas.

Se han seleccionado los estudios que presentaban un mayor prestigio, una mayor trayectoria (en años) o que han sido galardonados con algún reconocimiento nacional o internacional y aquellas empresas inmobiliarias y promotoras de mayor trayectoria, de mayor presencia en los medios o bien por pertenecer a entidades bancarias.

El cuerpo estudiado se encuentra en constante evolución por lo que la investigación pretende a partir de un estudio diagnóstico inicial reflexionar sobre cómo se está produciendo la inclusión de las características de la web 2.0 en dicho corpus.

Se considera primordial detectar fortalezas, debilidades y apuntar posibles tendencias de desarrollo así como sugerir modificaciones de funcionamiento.

Partiendo de las anteriores apreciaciones, el listado de estudios de arquitectura, empresas inmobiliarias y promotoras de viviendas a analizar es el siguiente:

EMPRESAS DEL SECTOR ANALIZADAS	
ESTUDIOS DE ARQUITECTURA:	
ESTUDIO DE ARQUITECTURA	PAGINA WEB
Francisco Mangado	www.fmangado.com
Federico Soriano	www.federicosoriano.com
Tuñón y Mansilla	www.mansilla-tunon.com
A-Cero Joaquín Torres	www.a-cero.com
Nieto -Sobejano	www.nietosobejano.com
Carlos Ferrater	www.ferrater.com
Enric Miralles-Benedetta Tagliabue	www.mirallestagliabue.com
Manuel De Solà Morales	www.manueldesola.com
Vicente Guallart	www.guallart.com
Abalos - Herreros	www.herrer SARQUITECTOS.com
Alberto Campo Baeza	www.campobaeza.com
Aranguren - Gallegos	www.arangurengallegos.com
Enric Ruiz Geli	www.ruiz-geli.com
Carme Pinós	www.cpinos.com
Antonio Lamela	www.lamela.com
Jaime Sanahuja	www.jaimesanahuja.com
Josep Lluís Mateo	www.mateo-maparchitect.com
Nomad	www.nomad.as
Rafael de la Hoz	www.rafaeldelahoz.com
Santiago Calatrava	www.calatrava.com
Guillermo Vázquez Consuegra	www.vazquezconsuegra.com
Ricardo Bofill	www.ricardobofill.com
Cruz y Ortiz	www.cruzyortiz.com
Paredes Pedrosa	www.paredespedrosa.com

EMPRESAS INMOBILIARIAS:	
EMPRESA INMOBILIARIA	PAGINA WEB
Gesinco	www.gesinco.es
Headreal State	www.hedrealestate.com
TuCasa	www.tucasa.com
Grupo 90	www.grupo90.com
Idealista	www.idealista.com
Inmocasa	www.inmocasa.info/web_new
Altamira Santander	www.altamirasantander.com
Khun Partner	www.kuhn-partner.com
Cx Inmobiliaria	www.cxinmobiliaria.com/web2.0
Grupo Ágora	www.grupo-agera.es
Bankia Habitat	www.bankiahabitat.es
BBVA Inmobiliaria	www.bbvavivienda.com
ServiHabitat La Caixa	www.servihabitat.com
InmoColonial	www.inmocolonial.com
PROMOTORAS DE EDIFICIOS:	
PROMOTORA DE EDIFICIOS	PAGINA WEB
Vallehermoso	www.vallehermoso.es
Urbo Urbasa	www.urbourbasa.com
Grupo ACS	www.grupoacs.com
Urcasa	www.urbasa.com
Salvador Vila	www.salvadorvila.com
Promotora Vizcaína	www.promotoravizcaina.com
Edival	www.edival.es
Edifesa	www.edifesa.com

Figura 5: Empresas del sector analizadas. (Elaboración propia)

1.10.- PARÁMETROS DE ANÁLISIS

El estudio se desarrolla sobre una metodología de naturaleza descriptiva a partir de un conjunto de fichas de análisis diseñadas previamente a partir del estudio de las características de los modelos de estudios de arquitectura, empresas inmobiliarias y promotoras de viviendas y de las características de la web 2.0 o web social.

De este modo, el análisis de los diferentes estudios de arquitectura, empresas inmobiliarias y promotoras de viviendas se realizará con el objetivo de determinar el grado de presencia y el tipo de uso de los siguientes recursos:

TIPOLOGÍA DE ATRIBUTOS INFORMATIVOS EN CADA WEB

- Textos
- Fotografías.
- Galerías de fotografías
- Video
- Infografías
- Enlaces

TIPOLOGÍA DE MENSAJE / CONTENIDO PREDOMINANTE

- Noticia
- Reportaje
- Explicación de proyecto

HERRAMIENTAS DIALÓGICAS

- Foros.
- Chats.
- Encuestas.

PLATAFORMAS DE CREACIÓN Y GESTIÓN DE CONTENIDOS 2.0

- Weblogs.
- Photoblogs.
- Audioblogs.
- Videoblogs.
- Wikis.



CONTENIDOS 2.0

- Mashups.
- Podcasts.
- Lectores RSS.
- Servicios para telefonía móvil (informativos).

METACONTENIDOS 2.0

- Etiquetas o *tags*.
- Folksonomía (*Folksonomy*).
- Marcadores sociales (*Social bookmarking*).

PARTICIPACIÓN DIRECTA DE LOS USUARIOS

- Herramientas para la votación de los contenidos por los usuarios.

OTROS SERVICIOS DE LA WEB 2.0

- Redes sociales.

TABLA GENERAL DE USO DE LOS RECURSOS DE LA WEB 2.0

Recurso	Si / No	Número	Portada	Dentro de información	Presencia autónoma	Otros comentarios
Tipología de atributos informativos en cada web						
Texto						
Fotografías						
Galería de fotografías						
Video						
Infografías						
Enlaces						
Tipologías de mensaje / contenidos predominantes						
Noticia						
Reportaje						
Explicación proyecto						
Herramientas dialógicas						
Foros						
Chats						
Encuestas						
Plataformas de creación y gestión de contenidos 2.0						
Weblogs						
Photoblogs						
Audioblogs						
Videoblogs						
Wikis						
Contenidos 2.0						
Mashups						
Podcasts						
Lectores RSS						
Servicios para telefonía móvil						
Metacontenidos						
Etiquetas o <i>tags</i>						
Folksonomía (<i>Folksonomy</i>)						
Marcadores sociales (<i>Social bookmarking</i>)						
Participación directa de los usuarios						
Personalización de página de inicio						
Herramientas para la votación de los contenidos por los usuarios						
Otros servicios de la web 2.0						
Redes sociales (facebook u otras)						
Redes de información (Twitter)						

ENCUESTA A ARQUITECTOS

ESTUDIOS DE ARQUITECTURA Y WEB 2.0				
ARQUITECTO:	Nº COLGIADO:		ESTUDIO:	
PAGINA WEB:				
EDAD (Marcar con X)	20-30	30-40	40-50	>50
¿Tiene usted página web profesional en la actualidad? (Marque con una X)				
Sí: NO:				
¿Ha aplicado herramientas de la web 2.0 en su página web (Facebook, Twiter, LinkedIn, Foros, Chats, RSS,...?) (Marque con una X)				
Sí: NO:				
En caso afirmativo enumere las que ha implantado:				
¿Cree que la web 2.0 modifica el concepto de proyección hacia el cliente del estudio de arquitectura? (Marque con una X)				
Sí: NO:				
¿Cuánto tiempo dedica a la actualización de sus plataformas (Facebook, Twiter, LinkedIn,...: Varias veces al día, una vez al día, una vez cada varios días, una vez a la semana, una vez al mes,...?)				
¿Qué cambios ha producido la web 2.0 en su dinámica profesional?				
¿Considera el uso de la web 2.0 necesario para un estudio de arquitectura en la actualidad?				
Sí: NO:				
¿Considera el uso de la web 2.0 un modo de consolidar y fidelizar a los actuales clientes?				
Sí: NO:				
¿Visitan periódicamente la página web de su empresa sus actuales clientes?				
Sí: NO: NO SABE:				
¿Considera el uso de la web 2.0 permite conseguir nuevos clientes?				
Sí: NO:				
¿Ha conseguido algún nuevo cliente a gracias a su presencia on-line: web, facebook,...?				
Sí: NO:				
En caso afirmativo diga cuantos				
Uno: Entre 1-5: Más de 5:				
¿Considera las herramientas de la web 2.0 tipo encuestas, foros o chats un modo adecuado de mantener a sus clientes en contacto directo con su página web?				
Sí: NO:				
¿Cuáles de las siguientes plataformas sociales consideras más interesante para dar a conocer tu labor profesional? (Marque del 1 al 4, siendo el 1 el más importante)				
Facebook / Twitter/ LinkedIn/ Pinterest				
¿Cuáles de las siguientes herramientas, tipología de contenidos o recursos de la web 2.0 considera de mayor importancia y validez dentro de la página principal de un despacho de arquitectura? (Marque del 1 al 6, siendo el 1 el más importante)				
Mashups/ Podcasts/ Lectores RSS/ Etiquetas o tags/ Folksonomía (Folksonomy)/ Marcadores sociales				
INCLUSIÓN DE WEBLOGS EN LAS WEBS DE ARQUITECTURA ON-LINE				
¿Considera útil incluir un weblog dentro de la página web de su estudio? (Marque con una X)				
Sí: NO:				
En caso afirmativo, ¿cuáles de las siguientes funciones cree que deben desempeñar? (Marque del 1 al 3, siendo el 1 el más importante) :				
<ul style="list-style-type: none"> - Informar sobre cualquier tema: - Informar sobre temas relacionados con el sector: arquitectura, vivienda,....: - Informar sobre normativas, ordenanzas,.. 				

1.11.- LISTADO DE ARQUITECTOS Y DOCENTES ENCUESTADOS

A continuación, se presenta el listado de docentes y arquitectos que han participado con sus reflexiones en la presente investigación. Para la selección se ha fijado como primer parámetro que debían tener página web en activo y como segundo que al menos la mitad de ellos compaginara la docencia con su actividad profesional.

Estudio	Página Web	Arquitecto	Docencia UPV
Gallardo-Llopis Arquitectura	www.gallardo-llopis.com	Javier Gallardo Llopis	
Font Mestre Arquitectos	www.fontmestre.com	Francisco Mestre Jordà	Profesor Asociado U.P.V.
Vahos Arquitectura	www.vahosarquitectura.com	Daniel Hidalgo Boronat	
Font Mestre Arquitectos	www.fontmestre.com	José Font Jiménez	Profesor Asociado U.P.V.
Estudio en Blanco	www.estudioenblanco.net	Arancha Pérez Pous	
Estudio en Blanco	www.estudioenblanco.net	Carlos Busutil Santos	Profesor Asociado U.P.V.
Alberola Noguera Arquitectura	www.alberolanoguera.com	Miguel Noguera Mayén	Profesor Asociado U.P.V.
Antonio Altarriba Arquitectura	www.antonioaltarribaarquitecto.com	Antonio Altarriba Comes	
Asensi Arquitectos	www.asensiarquitectos.com	Joaquín Asensi Roig	

1.12.- RESULTADOS A ALCANZAR

La presente investigación persigue alcanzar los siguientes objetivos:

- **Establecer un diagnóstico** del estado de inclusión de las herramientas de la web 2.0 en los principales estudios de arquitectura, empresas inmobiliarias y promotoras de viviendas.
- **Detectar las fortalezas y debilidades** en el uso de las herramientas, plataformas y recursos de la web 2.0 por parte de los estudios de arquitectura, empresas inmobiliarias y promotoras de viviendas.
- **Determinar las principales tendencias** en la concepción de los estudios de arquitectura, empresas inmobiliarias y promotoras de viviendas on-line en el escenario de la web 2.0.
- **Realizar una serie de propuestas**, en cuanto a herramienta y recursos a utilizar por las familias de empresas analizadas para optimizar su presencia y uso de la web 2.0.

Parte 2

MARCO TEÓRICO LA WEB 2.0 O WEB SOCIAL

2.1.- WEB 2.0: APROXIMACIÓN CONCEPTUAL

La revista TIME decidió dedicar uno de sus números a todos los usuarios de Internet que navegan por la red⁸.

Estos millones de usuarios generan contenidos y los comentan, participan y dan su opinión, producen información,..... Nos encontramos ante la consolidación de una nueva web: La web 2.0, la web social, la web de la gente.

Toda la sociedad, y de un modo concreto las empresas promotoras e inmobiliarias y estudios profesionales destinados a la arquitectura se han vistos convulsionados por la aparición de Internet.

Internet se consolidó como herramienta de acceso social generalizado a principios de la década de los noventa, introdujo importantes transformaciones en todos los aspectos de nuestra cotidianeidad, de nuestro trabajo, de nuestras relaciones sociales, de nuestros hábitos comunicativos, etc.

Todo el sector dedicado al desarrollo inmobiliario comenzó a crear y gestionar sus espacios en la red, eliminando en algunos caso incluso su presencia física y el trato directo con los clientes (algunas empresas inmobiliarias como *idealista.com*⁹ sólo trabajan desde su portal).

Sin embargo, y aún cuando los cambios de la “web” todavía no habían sido ni asimilados por la totalidad de los usuarios potenciales, un nuevo cambio ha agitado el mundo de la comunicación, en este caso además, actuando de un modo más directo con el destinatario último (el cliente de nuestros servicios en este caso).

Se trata de la llamada **web 2.0**¹⁰

⁸ Ver: <http://www.time.com/time/magazine/article/0,9171,1569514,00.html>.

⁹ Ver: <http://www.idealista.com>.

¹⁰ Ver: Web 2.0, término acuñado por Tim O'Really en su artículo: “What is Web 2.0. Design Patterns and Business Models for the Next Generation of Software” (“Qué es Web 2.0. Patrones de diseño y modelos de negocio para la siguiente generación de software”). <http://www.oreillynet.com>.



La aparición de la web 2.0 constituye un cambio revolucionario en todos los aspectos de nuestra vida, y en especial en el sector que nos ocupa, tanto a nivel informativo como comercial.

Según el periodista Ismael Nafría, autor del libro *Web 2.0. El usuario, el nuevo rey de Internet*¹¹, es posible realizar tres grandes definiciones de la web 2.0. Son las siguientes:

Característica	Justificación
Segunda fase de Internet	Web 2.0 es la segunda etapa de los proyectos y negocios de Internet, una vez superada la enorme crisis que se produjo a partir de 2000 con el estallido de la llamada “burbuja puntocom”.
Web como plataforma	Web 2.0 es una nueva manera de ofrecer servicios en Internet gracias a la suma y combinación de diversas tecnologías que permiten utilizar la red como una plataforma de aplicaciones, lo que abre grandes posibilidades creativas.
El usuario es el rey	Web 2.0 es una etapa en la que el usuario adquiere un gran protagonismo. Pasa de ser mero espectador y consumidor de lo que ofrece Internet a convertirse en creador y generador de contenidos y servicios. Es un usuario que participa de manera activa.

Figura 6: Definiciones de la web 2.0(Nafría, *El usuario, el nuevo rey de Internet*. 2007.)

La web social o web 2.0 es el paso de las tradicionales web a las web destinadas a los usuarios.

Las plataformas de la web 2.0 abandonan el tradicional sistema de información estático y evolucionan hacia contenidos en cambio constante donde los usuarios llegan a ser incluso generadores de contenidos.

¹¹ Ver: NAFRÍA, Ismael (2007). *Web 2.0. El usuario, el nuevo rey de internet*. Barcelona: Gestión 2000.

En resumen, las principales diferencias entre la web 1.0 y la web 2.0 se pueden concretar, desde el punto de vista del usuario y en nuestro caso cliente real o potencial en:

<p>Web 1.0</p> <p>El usuario...</p>	<p>Web 2.0</p> <p>El usuario...</p>
<ul style="list-style-type: none"> - Consulta de información de forma individual. - Vías de participación limitadas. - Existe bidireccionalidad muy limitada. 	<ul style="list-style-type: none"> - Navega en compañía de otros usuarios. - Construye comunidades. - El usuario adquiere un rol protagonista. - Predomina la horizontalidad y el intercambio. - Los usuarios anónimos impulsan, desarrollan y gestionan proyectos basados en redes sociales de diferente temática y alcance.

Figura 7: Diferencias entre usuarios web 1.0 y web 2.0 (Elaboración propia)

Los principios de la web 2.0 son los siguientes:

- 
El usuario: Principal protagonista. Los usuarios son los verdaderos protagonistas de esta web ideada para que ellos mismos ostenten el protagonismo, el control, etc.
- 
Mejorar con el uso diario. Los usuarios se convierten en generadores de ideas de mejora y transformación de las diferentes herramientas de la web 2.0 a través del uso que hacen de la misma y de las ideas que se derivan de sus experiencias.
- 
Actitud creativa y apuesta por la innovación. El usuario no tiene marcadas sus acciones en el marco de la web 2.0 sino que posee un gran margen de libertad de acción.

- ❑ **Software abierto que mejora día a día.** El software de la web 2.0 es un software abierto (y, por lo general de uso y acceso gratuito) que se está reinventando continuamente en aras de obtener el mejor resultado y la mayor eficacia posible.
- ❑ **No existe la versión final o definitiva.** La filosofía de la web 2.0 es considerarse como una plataforma en constante y continuado estado de cambio y mejora. Por tanto, nunca existe una versión final o definitiva. Siempre está abierta a mejoras.
- ❑ **Sentimiento de comunidad.** En la web 2.0 el sentimiento de comunidad es fundamental. Las redes sociales son la mejor prueba de ello. Los usuarios intercambian información con el objetivo de, de manera desinteresada, ayudar a otros internautas mediante la resolución de dudas, envío de información, intercambio de noticias, etc.
- ❑ **La web social, la web de la gente.** La web 2.0 da el protagonismo a los usuarios anónimos de todo el mundo. Ellos son quienes pasan de ser simples receptores a emisores activos de una plataforma on-line que gira en torno a ellos.

La web social se concibe como un espacio para la generación compartida de conocimientos, para el trabajo cooperativo y para la publicación a escala universal de todo tipo de contenidos (textos, imágenes, sonidos y vídeos).

Este conjunto de cambios posibilita que cualquier usuario pueda convertirse en un emisor de datos dotado de herramientas que le permitan difundir información por toda la Red, superando las barreras del espacio y del tiempo.

Sin disponer de un conocimiento técnico, y haciendo uso de herramientas gratuitas que aporta la Red, el internauta puede actuar como un emisor de contenidos, bien sean proyectos, viviendas en venta, servicios, ..

Este aspecto supone un cambio radical en los procesos de difusión, distribución y acceso a la información, permitiendo la rápida comparación de contenidos, precios, ...

En resumen, la web 2.0 gira en torno al usuario que pasa a ser un elemento decisivo en los procesos de comunicación que se llevan a cabo en la red pudiendo informar con textos, imágenes, .. en tiempo real desde cualquier todo el mundo.

2.2.- CONCEPTOS DE INTERÉS EN EL ESCENARIO COMUNICATIVO DE LA WEB 2.0. TERMINOLOGÍA DE LA WEB SOCIAL

A continuación se presenta un listado de conceptos necesarios para el estudio de la web 2.0.

De los muchos existentes, se han seleccionado aquellos que puedan ser de utilidad en el campo de análisis que nos ocupa.

Las definiciones de estos conceptos se han redactado a partir de los glosarios y apéndices de tres obras publicadas sobre el tema de la web 2.0.:

- NAFRÍA, Ismael (2007). *Web 2.0. El usuario, el nuevo rey de Internet*. Gestión2000, Barcelona.
- MELONIE, Julie C. (2006). *Blogger*. Anaya Multimedia, Madrid.
- FUMERO, Antonio; ROCA, Genís (2007). *Web 2.0*. Fundación Orange, Madrid.

Es importante señalar que estos conceptos se utilizan a lo largo del presente trabajo, tanto en la fase de análisis de los portales seleccionados como en el apartado de conclusiones.

Los conceptos considerados son los siguientes:

- **AGREGADOR DE FEED:** Se trata de una aplicación que permite consultar el contenido de diferentes sitios web, generalmente weblogs, desde una única página. De este modo, no es necesario acceder uno a uno a ellos sino que se puede consultar el contenido de todos ellos a través de una sola plataforma. Todo ello gracias a un “agregador de feed”.
- **BLOGOSFERA:** Este concepto hace referencia al conjunto de weblog que existen y, por extensión, a las autores de los mismos. El ritmo de crecimiento del número de weblogs se ha multiplicado de manera espectacular en los últimos años.



- ❑ **BLOGROLL:** Este concepto hace referencia a un listado de weblogs u otro tipo de sitios web que habitualmente consulta el gestor de un weblog y que, por ello, los publica a modo de lista. Generalmente, el blogroll se suele situar en la barra lateral del weblog.

- ❑ **“CONTENIDO GENERADO POR USUARIOS” (“USED GENERATED CONTENT - UGC”):** Esta expresión es de gran importancia en la web 2.0 ya que la importancia de los internautas se multiplica. La expresión hace referencia a todo tipo de contenidos (texto, fotografías, vídeos, comentarios, etc.) que usuarios anónimos aportan en diferentes espacios on-line de Internet.

- ❑ **ETIQUETAS (TAGS):** Se trata de palabras clave, categorías o descriptores que acompañan a los contenidos cuando éstos son publicados. De este modo, al “etiquetar” un contenido se contribuye a una mejor clasificación y organización de la ingente cantidad de información que circula por la Red y se consigue una mayor eficacia en las estrategias de búsqueda empleadas.

- ❑ **FEED:** Este término inglés (que en español significa ‘alimentar’) se utiliza para designar a los documentos legibles por los lectores o agregadores RSS. Por ejemplo, nos podemos suscribir al Feed RSS de un determinado weblog y recibir de forma automática en nuestro propio weblog los contenidos (y actualizaciones de los mismos) que se publiquen en el mismo.

- ❑ **FOLKSONOMÍA:** Se trata de la clasificación y categorización de los contenidos on-line por los propios usuarios. Los usuarios identifican los contenidos mediante etiquetas o tags.

- ❑ **LINKWARE:** Se trata de gráfico o icono que actúa como enlace y que publicita su afiliación con un producto o empresa.

- ❑ **MARCADOR SOCIAL (“SOCIAL BOOKMARKING”):** Se trata de un servicio de internet que permite a los usuarios seleccionar, clasificar, gestionar y compartir sus páginas favoritas con otros usuarios. De este modo, un internauta (al que nosotros autorizamos) puede acceder a nuestras páginas preferidas, permitiendo así un tipo de intercambio entre usuarios. En ocasiones, los usuarios pueden votar las diferentes páginas seleccionadas, contribuyendo así a conferir más o menos peso y valor a las mismas.

- ❑ **MASHUP:** La wikipedia define un mashup como “una aplicación web híbrida”. Esto es: “Un sitio web o aplicación web que usa contenido de más de una fuente para crear un nuevo servicio completo. El contenido utilizado en un mashup es típicamente usado de terceros a través de una interfase pública o usando un API. Otros métodos que constituyen el origen de sus datos incluyen: sindicadores web (RSS o Atom) y JavaScript.

- ❑ **PODCAST:** Este término nace de la fusión de dos palabras iPod de Apple (reproductor musical de gran éxito comercial) y “broadcast” (emisión de imágenes y/o sonidos). En definitiva, se trata de un archivo de audio o vídeo que los usuarios pueden encontrar en la Red, descargar y reproducirlo en su propia computadora o en su reproductor MP3.

- ❑ **RSS:** (Really Simple Syndication – Sindicación Bastante Simple). Se trata de una tecnología que se utiliza para syndicar contenidos de un sitio web. A través de este sistema se consigue que los contenidos de un sitio web lleguen, de forma automática, a otros que lo han solicitado previamente. El usuario puede acceder a estos contenidos mediante un programa lector o agregador de RSS. Para saber si una página posee sus contenidos sindicados o disponibles en RSS deberemos buscar un pequeño icono de color naranja que, por lo general, incluye en su interior las siglas RSS.

- ❑ **TAXONOMÍA (“TAXONOMY”)**: Se trata de un método de categorización de los contenidos desarrollada por profesionales. La taxonomía se ha visto en la web sustituida por la folksonomía, es decir, la categorización que elaboran directamente los usuarios.

- ❑ **“THE LONG TAIL” (“LA LARGA COLA”)**: Se trata de una teoría económica que se ha aplicado a Internet la cual defiende que se ha producido una multiplicación de pequeños nichos de mercado. En esta línea, se pasa de un mercado de masas a un mercado de pequeños targets de público.

- ❑ **WEB 3.0 ó WEB SEMÁNTICA**: Se refiere a una evolución de la web 2.0 hacia una web capaz de añadir significado a los datos que circulan por Internet mediante la inclusión de metadatos. El objetivo es que los ordenadores puedan “entender” y “gestionar” mejor los contenidos que circulan por la Red.

- ❑ **WIKI**: Se trata de un sistema colaborativo de trabajo que permite que diferentes usuarios accedan de manera on-line a un misma plataforma y puedan, de esta forma, desarrollar dinámica de trabajo grupal.

2.3.- HERRAMIENTAS DE LA WEB 2.0 Y ARQUITECTURA. PRINCIPALES RECURSOS DE LA WEB SOCIAL EN ESTUDIOS DE ARQUITECTURA, PROMOTORAS Y EMPRESAS INMOBILIARIAS CON PRESENCIA ON-LINE.

La web 2.0 nos da acceso a multitud de herramientas y plataformas.

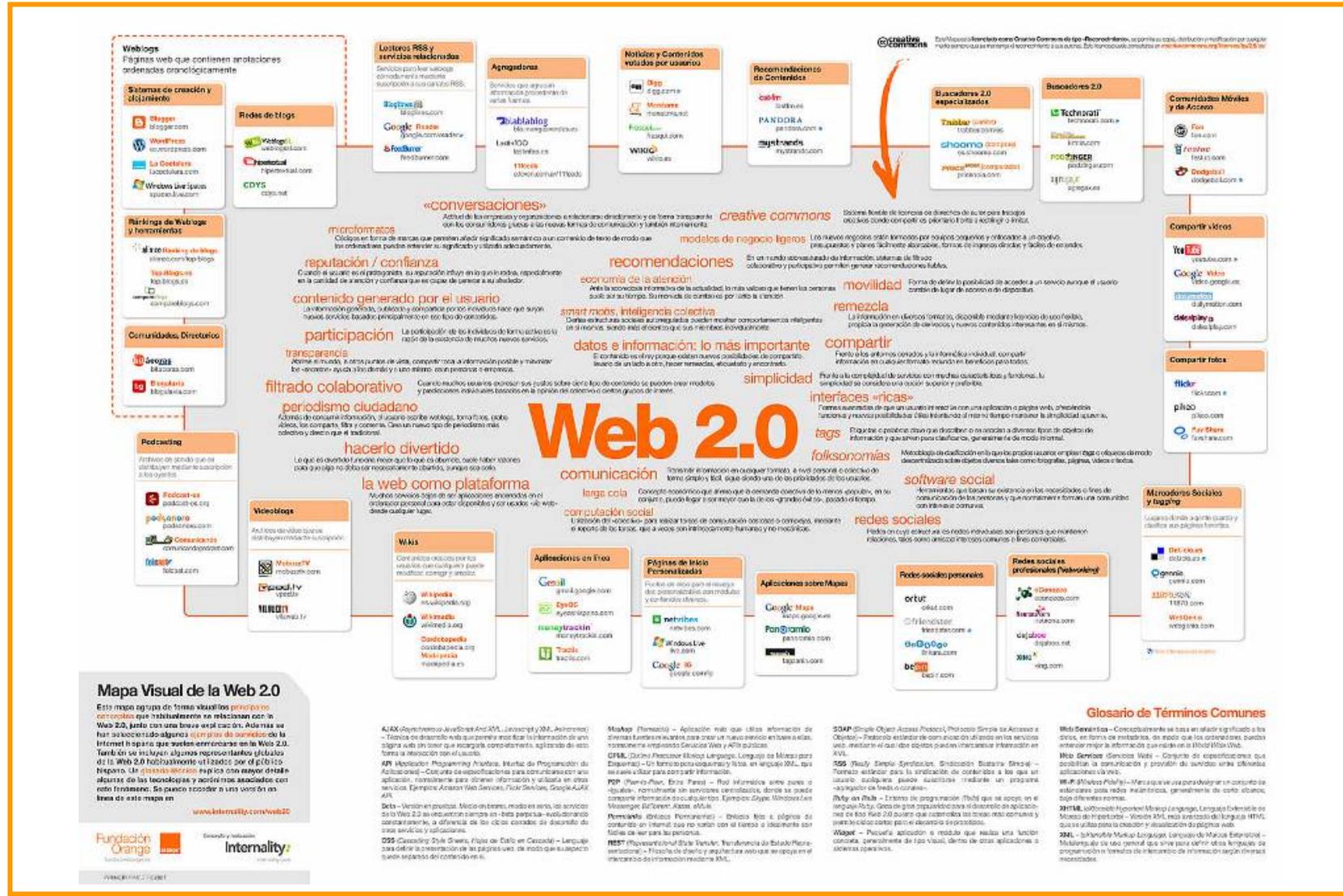
Es interesante detectar la manera en que podrían ser provechosos en el día a día del profesional de la arquitectura y del sector inmobiliario en general.

El mapa de la página siguiente, que aparece recogido en la publicación *Web 2.0*, de Antonio Fumero y Genís Roca, con la colaboración de Fernando Sáez Vacas, presenta una interesante compilación de los principales conceptos y servicios de la web social, clasificándolos en diferentes áreas temáticas.

Estas herramientas y plataformas de la web 2.0 poseen interesantes aplicaciones en el escenario inmobiliario actual. Otra cosa bien distinta, es el uso que de ellas se esté haciendo a día de hoy en el sector de las empresas analizadas en el presente documento.

En este sentido, tal y como se apunta en las Conclusiones y en los capítulos del presente trabajo final de máster será nuestro principal objetivo la implantación de estrategias de comunicación en el sector de la arquitectura y las promoción y venta de inmuebles.

Cada vez más, este sector implementa más y más recursos de la web 2.0, siendo fundamental ver si todo este despliegue de medios está realizándose en el sentido correcto.



Partiendo del anterior mapa visual, las principales herramientas relacionadas con la web 2.0. de mayor aplicación en el sector del producto inmobiliario son:

PRINCIPALES HERRAMIENTAS DE LA WEB 2.0
Lectores RSS y servicios relacionados
Google.com/reader
Sistemas de creación y alojamiento
Blogger.com
wordpress.com
Wikis
Es.wikipedia.org
Wikimedia.org
Podcasting
Podcast-es.org
Folcast.com
Aplicaciones en línea
Gmail.google.com
Páginas de inicio personalizadas
Google.com/ig
Redes sociales profesionales
Xing.com
LinkedIn
Compartir fotos
Flickr.com
Compartir videos
Youtube.com
Video.google.es

Figura 8: Principales herramientas de la web 2.0. (Fumero y Roca, 2007)

Principales herramientas y plataformas de la web 2.0 aplicadas al sector inmobiliario

A continuación, se presenta una ficha informativa de las principales herramientas de la web 2.0 que muchas de las empresas analizadas están aplicando en sus plataformas:

Wiki



Un wiki es un sistema colaborativo de publicación y trabajo on-line que permite que un conjunto de usuarios aporten, editen, eliminen, etc. información accediendo a un espacio on-line compartido. El ejemplo más conocido de wiki es la enciclopedia on-line Wikipedia (www.wikipedia.org). En 2007, el concepto de "wiki" fue aceptado como palabra en inglés. Su origen está en un término hawaiano que significa: "rápido rápido". La inclusión de wiki en las plataformas dedicadas a la arquitectura es muy reducida, pero sí se recuperan planteamientos propios de su filosofía de trabajo.

YouTube

(www.youtube.com)



"YouTube es un sitio web en el cual los usuarios pueden subir y compartir vídeos. Fue creado por tres antiguos empleados de PayPal en febrero de 2005. En noviembre de 2006 Google Inc. lo adquirió por 1.650 millones de dólares, y ahora opera como una de sus filiales. YouTube usa un reproductor en línea basado en Adobe Flash para servir su contenido [...] YouTube Inc. fue fundada por Chad Hurley, Steve Chen y Jawed Karim en febrero de 2005 en San Bruno, California. Todos ellos se conocieron cuando trabajaban en PayPal, Chen y Karim como ingenieros, y Chad como diseñador. De acuerdo con Hurley y Chen, la idea de YouTube surgió ante las dificultades que experimentaron al tratar de compartir vídeos tomados durante una fiesta en San Francisco. Esta historia ha sido considerada una versión muy simplificada, y Chen ha reconocido que esta idea se puede haber promovido por la necesidad de presentar una historia sencilla al mercado. Karim ha declarado que la fiesta nunca ocurrió, y que la idea de compartir vídeos en Internet fue suya. Sus compañeros han declarado que la fiesta sí ocurrió, y que la idea original de Karim era crear una página de citas, donde las personas pudiesen

calificarse en base a sus vídeos”¹², según apunta Wikipedia.

Actualmente, muchos estudios de arquitectura y sobretodo empresas inmobiliarias utilizan YouTube como una plataforma donde alojar sus vídeos sobre entrevistas, inmuebles en venta mediante la presentación de recorridos con explicación sonora,...

Flickr
(www.flickr.com)



“Flickr es un sitio web que permite almacenar, ordenar, buscar y compartir fotografías y videos en línea. Actualmente, Flickr cuenta con una importante comunidad de usuarios que comparte las fotografías y videos creados por ellos mismos. Esta comunidad se rige por normas de comportamiento y condiciones de uso que favorecen la buena gestión de los contenidos. La popularidad de Flickr se debe fundamentalmente a su capacidad para administrar imágenes mediante herramientas que permiten al autor etiquetar sus fotografías y explorar y comentar las imágenes de otros usuarios. [...] Flickr fue lanzado en febrero de 2004 por Ludicorp, una compañía de Vancouver fundada en el año 2002. Inicialmente, Flickr nace formando parte de *Game Neverending*, un Juego multijugador masivo online desarrollado por Ludicorp. Sin embargo, casi inmediatamente Flickr se reveló como un proyecto dotado de entidad propia y terminó desplazando a Game Neverending. Las primeras versiones de Flickr incluían un chat llamado FlickrLive que permitía intercambiar fotos en tiempo real. Sin embargo, esta utilidad desapareció en las versiones posteriores, más orientadas hacia la publicación y clasificación de fotografías. En marzo de 2005, Yahoo! compró Flickr y Ludicorp. A partir de ese momento, Yahoo! abandonó su servicio Yahoo! Fotos, y centró sus recursos en Flickr. [...] El 9 de abril de 2008, Flickr comenzó a permitir a los suscriptores de pago subir vídeos, que inicialmente estaban limitados a 90 segundos de duración y 150 MB de tamaño máximo. Este servicio fue muy criticado por parte de la comunidad de usuarios, que consideraba la inclusión de vídeos como una amenaza a la identidad de Flickr. Para dar

¹² Ver: <http://es.wikipedia.org/wiki/Youtube>.



respuesta a estas críticas, Flickr agregó la opción de excluir los vídeos de los resultados de búsqueda de imágenes. El 2 de marzo de 2009, Flickr añade la posibilidad de subir vídeos de alta definición y amplió la opción de subir vídeos a los suscriptores de cuentas gratuitas”¹³.

Algunos de los estudios de arquitectura con presencia on-line analizados apenas aplican Flickr en sus plataformas y siguen utilizando su propio espacio para el almacenamiento y gestión de sus galerías fotográficas



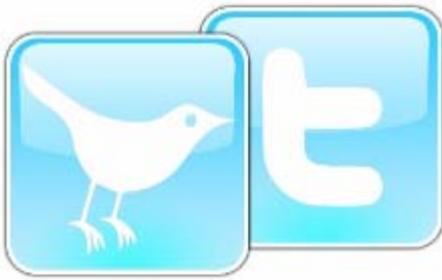
Facebook
(www.facebook.com)

Red social que “nació por la necesidad detectada de su creador, Matt Zuckerberg, de disponer de un sistema para identificar a los estudiantes que vivían en las distintas residencias de la Universidad de Harvard. Zuckerberg creó en una semana un directorio *online* con ese objetivo. La idea se extendió por otros campus universitarios y se fue expandiendo rápidamente hasta convertirse en lo que es hoy: una pieza codiciada por los grandes de internet por el enorme uso que hacen de ella sus millones de usuarios. Facebook ha logrado trasladar al mundo *online* comunidades que ya existen en el mundo físico, ya sea en la escuela, en la universidad o en el trabajo”.

En los estudios de arquitectura y promotoras-inmobiliarias on-line analizados se observa que muchos incluyen enlaces en sus home-site a Facebook y, además, algunos poseen su propia red social en Facebook.

¹³ Ver: <http://es.wikipedia.org/wiki/Flickr#Historia>.





Twitter (www.twitter.com)

“Twitter es un servicio gratuito de microblogging que permite a sus usuarios enviar micro-entradas basadas en texto, denominadas "tweets", de una longitud máxima de 140 caracteres. El envío de estos mensajes se puede realizar tanto por el sitio web de Twitter, como vía SMS (*short message service*) desde un teléfono móvil, desde programas de mensajería instantánea, o incluso desde cualquier aplicación de terceros, como puede ser Twidroid, Twiterrific, Tweetie, Facebook, Twinkle, Tweetboard o TweetDeck-en inglés. Estas actualizaciones se muestran en la página de perfil del usuario, y son también enviadas de forma inmediata a otros usuarios que han elegido la opción de recibirlas. A estos usuarios se les puede restringir el envío de estos mensajes sólo a miembros de su círculo de amigos o permitir su acceso a todos los usuarios, que es la opción por defecto. Los usuarios pueden recibir las actualizaciones desde la página de Twitter, vía mensajería instantánea, SMS, RSS y correo electrónico. La recepción de actualizaciones vía SMS no está disponible en todos los países y para solicitar el servicio es necesario enviar un código de confirmación a un número extranjero [...]. Twitter comenzó como un proyecto de investigación y desarrollo dentro de Obvious, LLC, un pequeño start-up de San Francisco, durante marzo de 2006. El nombre original del producto era twttr, inspirado por Flickr. Al principio fue usado internamente por la compañía hasta que fue oficialmente lanzado al público en octubre del mismo año. El servicio rápidamente comenzó a ganar adeptos y en marzo de 2007 ganó el premio *South by Southwest Web Award* en la categoría de blog. Jack Dorsey, es el padre de esta aplicación web y actual Presidente del Consejo de Administración de Twitter, Inc, empresa que surgió a raíz de Obvious, LLC y el éxito cosechado por Twitter.

La presencia de Twitter en estudios de arquitectura y promotoras-inmobiliarias es amplia y permite aludir a una importante inclusión de esta herramienta la mayoría de ellos.



Xing (www.xing.com)

“XING (se creó en 2003 y hasta el del 17 de Noviembre 2006 se llamó OpenBC) es una plataforma de networking en Internet, donde se pueden gestionar y establecer contactos profesionales. Este sistema pertenece a lo que se denomina Software social. Una de las funciones principales que tiene es la opción de visualizar la red de contactos, por ejemplo; un usuario puede ver a través de cuántos intermediarios está conectado con otros. Se basa en el principio de los Seis grados de separación o el fenómeno del "mundo pequeño". Adicionalmente esta plataforma online ofrece numerosas opciones para contactar, buscar personas por nombre, ciudad, sector, empresa, áreas de interés, etc., e incluye grupos temáticos y foros para plantear cuestiones e intercambiar información u opiniones sobre temas específicos. También cuenta con una sección de ofertas de empleo. En Xing se encuentran tomadores de decisiones y expertos en muchos campos”¹⁴.

La presencia de esta red en estudios de arquitectura y promotoras-inmobiliarias es cada vez más importante pero siempre por debajo de redes como linkedIn de mayor presencia en este sector.

¹⁴ Ver: <http://es.wikipedia.org/wiki/XING>.



LinkedIn (www.linkedin.com)

LinkedIn es una red profesional orientada a hacer conexiones profesionales y de negocios. [Su página en Internet](#) fue lanzada el cinco de mayo del 2003 y desde entonces ha crecido hasta alcanzar cerca de 135 millones de miembros para noviembre del 2011, abarcando más de 200 países y territorios.

En LinkedIn, tus contactos son los usuarios de tu red y tu red está formada por tus contactos de primer grado, segundo grado y tercer grado así como por tus compañeros de Grupos en LinkedIn.

Primer grado: la gente con la que estás conectado directamente bien porque has aceptado sus invitaciones, o bien porque ellos han aceptado las tuyas. Verás un icono de 1º grado junto a su nombre en los resultados de búsqueda y en sus perfiles. Puedes conectarte con estos usuarios enviándoles un mensaje desde LinkedIn.

Segundo grado: la gente que está conectada con tus contactos de primer grado. Verás un icono de 2º grado junto a su nombre en los resultados de búsqueda y en sus perfiles. Puedes enviarles una invitación haciendo clic en Conectar o contactarlos mediante un mensaje InMail o una presentación.

Tercer grado: la gente que está conectada con tus contactos de segundo grado. Verás un icono de 3º grado junto a su nombre en los resultados de búsqueda y en sus perfiles. Puedes enviarles una invitación haciendo clic en Conectar o contactarlos mediante un mensaje InMail o una presentación.

Compañeros de Grupos en LinkedIn: a estos usuarios se les considera parte de tu red porque pertenecéis al mismo grupo. Verás un icono de Grupo junto a su nombre en los resultados de búsqueda y en sus perfiles. Puedes contactarlos enviándoles un mensaje en LinkedIn o utilizando la sección de debates del grupo.

Fuera de la red: los usuarios de LinkedIn que no pertenecen a ninguna de las categorías enumeradas anteriormente. Puedes contactarlos a través de un mensaje InMail.¹⁵

La presencia de esta red en estudios de arquitectura es mayoritaria y promotoras-inmobiliarias aumentan cada día su presencia.

¹⁵ Ver: <http://linkedin.com>



2.4.- REDES SOCIALES Y ARQUITECTURA.

Facebook, Twitter, LinkedIn, Xing,... Desde el año 2002 ha crecido exponencialmente el número de redes sociales. En ocasiones, como espacios de intercambio donde los usuarios publican contenidos vinculados con su día a día, etc. En otros casos, estas redes sociales se centran en aspectos profesionales donde mostrar un catálogo de productos, buscar y/o encontrar empleo, etc...

En el sector que nos ocupa, todas estas plataformas han permitido que los estudios de arquitectura puedan mostrar no sólo lo realizado en su trayectoria profesional, sino ofrecer actualizaciones de los últimos proyectos realizados, concursos ganados, conferencias,...y en el caso de las empresas que trabajan con producto inmobiliario, ofrecerles la posibilidad de llegar a millones de personas y mostrarles los inmuebles en venta, así como realizar una consultoría y un asesoramiento profesional del que otros muchos puedan beneficiarse.

Todas estas empresas no han dudado en modificar sus páginas web corporativas e incluir los enlaces directos a los recursos que la web 2.0 ha puesto a su servicio.

Sin embargo, aunque sea muy extendida su presencia, las redes sociales no han sido explotadas por las empresas de este sector de un modo amplio y productivo, pues la gran cantidad de prestaciones ofrecidas no es aprovechada por la mayoría de ellas.

Para entender el motivo de esta afirmación, debemos señalar que una red social contribuye a potenciar una serie de aspectos que no todos los agentes intervinientes en el sector de la arquitectura y del producto inmobiliario llevan a sus últimas consecuencias.

Es común en las empresas del sector el intento de participar de la vorágine que ha supuesto la aparición en escena de la web 2.0. Es lógico, que en sectores comerciales, todo el mundo vea interesante su participación en cualquier iniciativa existente, máxime si la competencia también hace uso de estas herramientas.



Todos ellos son conocedores de la cantidad de personas que diariamente utilizan estas plataformas pero lo que muchas no han sabido ver es su óptimo modo de funcionamiento.

Su dinamismo hace que las actualizaciones deban de ser constantes ya que el usuario que vea dos veces lo mismo dejará de sentirse tentado por una página web, buscando contenidos relacionados en otras nuevas. todo esto con el agravante de que la visita a un *site* de la competencia puede suponer un susceptible trasvase o pérdida de clientes.

Hoy en día el factor estático, en especial de los estudios de arquitectura frente a inmobiliarias y promotoras, está haciendo que la mayoría de webs corporativas queden en desuso y caigan en un descenso exponencial de visitas con el paso del tiempo. En el momento en el que nadie visite nuestra web, está pasa a ser un *book digital* que sacaremos en determinadas ocasiones para mostrar nuestro producto; ocasiones, en las que no estamos hablando de un cliente potencial sino de una persona a la que ya hemos llegado por cualquier otro medio distinto a la red.

A modo de presentación y con el objeto de apreciar cuales son más o menos utilizados, los aspectos a tener en cuenta en este sector son:

- **Comunicación:** La red se permite el flujo de información entre usuarios (desde una perspectiva bidireccional) y lo convierte en un aspecto prioritario.
- **Comunidad:** Las redes se organizan alrededor de usuarios pertenecientes a un grupo. Los integrantes suelen tener intereses comunes en cuanto al ámbito concreto se refiere.
- **Participación:** Las redes permiten al usuario un alto grado de participación. Puede constantemente aportar contenidos y solicitar o publicar información sobre un tema, etc.
- **Intercambio:** Las redes sociales permiten un continuo trasvase de información.
- **Diálogo:** Las redes sociales potencian las relaciones entre los usuarios, reforzándose el carácter horizontal propio de la web 2.0.
- **Especialización:** Es posible encontrar espacios con una línea temática concreta, generando espacios especializados para profesionales interesados actuando como foro que permite profundizar en aspectos concretos de esas disciplinas.



Finalmente, podemos aludir a la definición que los autores Xosé López y Marita Otero dan de una red social como “un ecosistema activo y diversificado. Son sitios donde intervienen muchos usuarios con intereses y deseos particulares. Forman agrupaciones de conocimiento que se auto-organizan y fijan mecanismos de control de calidad” (López: 2007, 46).

Las redes sociales son un instrumento de enormes posibilidades para los profesionales de la arquitectura y del sector inmobiliario.

Se pueden utilizar estas plataformas como:

- **Espacio on-line de difusión de noticias:** El arquitecto o el agente inmobiliario puede publicar contenidos en una red social y difundir noticias, fotografías, vídeos, etc., dando a conocer aquellos aspectos fundamentales que le permitan estar de actualidad. Además pueden informarse de temas útiles para su labor profesional.
- **Espacio on-line de reflexión y debate:** La red social permite crear espacios destinados a la discusión y al debate sobre diferentes temas, pudiendo intercambiar consejos sobre normativas, legislación,.. y dar opiniones sobre edificios, proyectos realizados, aspectos de interés para usuarios y clientes tanto posterior como anteriormente al desarrollo del proyecto. Además, permite crear foros donde expertos en los temas de su profesión pueden reflexionar o resolver inquietudes de los usuarios.
- **Espacio on-line de intercambio de información:** La red social también es una aplicación de trasvase de información diaria y actualizada, presentándose como un instrumento muy potente en el día a día del comercial de producto inmobiliario.

Es importante señalar que el administrador de la red social tiene la facultad de decidir en cada momento que contenidos son abiertos al público en general y cuáles sólo pueden ser consultados por los usuarios pertenecientes a la red social.

Del mismo modo, el gestor puede decidir a qué usuarios invita y cuál debe ser su perfil.



2.5.- WIKI Y ARQUITECTURA.

CONCEPTO Y POSIBLES APLICACIONES AL SECTOR

Wiki significa “rápido” en hawaiano. Los wikis son un tipo de publicación web donde se unen las principales características de la comunicación on-line multimedia. Permite incluir información textual, visual, sonora y audiovisual mientras diferentes usuarios pueden de forma simultánea trabajar sobre un mismo contenido (proyecto, noticia, etc.). Por ello, la colaboración constituye su principal rasgo identificativo¹⁶.

La Wikipedia es uno de los wiki más extendidos en la Red¹⁷.

Las principales características de un Wiki pueden resumirse en los siguientes aspectos:

- **Autoría múltiple de los contenidos:** diferentes usuarios actúan como gestores de la plataforma participando de forma horizontal y colaborativa.
- **Sencillez de edición de los contenidos:** El Wiki se caracteriza por la facilidad de uso. Los usuarios pueden editar (añadir, borrar, generar) los contenidos generados.
- **Naturaleza multimedia interactiva:** El wiki permite publicar contenidos muy diferentes, en nuestro caso normalmente información textual y audiovisual.
- **Simultaneidad e instantaneidad:** La publicación de contenidos y su actualización es simultánea, inmediata y constante. Esta característica es relevante en el sector inmobiliario porque constantemente se renuevan los inmuebles disponibles, las normativas aplicables,...

La herramienta es muy útil para el desarrollo de contenidos on-line, en especial por la capacidad de trabajo simultáneo.

¹⁶ Es necesario señalar, no obstante, que existen wikis que limitan el acceso a determinados usuarios y, por tanto únicamente éstos están habilitados para publicar y/o editar contenidos en la plataforma. De todos modos y más allá de esta opción, la característica del trabajo colaborativo sigue estando presente.

¹⁷ Según señala la propia página de Wikipedia (www.wikipedia), esta enciclopedia virtual presentaba en el mes de enero un total de 554.508 artículos y un número de páginas (considerando todas las páginas de la wiki. Esto es: incluyendo discusiones, redirecciones, etc.) de 2.211.237.





Estas características que definen la plataforma wiki ayudan a presentarla como una herramienta de múltiples aplicaciones en el sector inmobiliario y arquitectónico.

La sencillez de edición de los contenidos, la posibilidad de un trabajo colaborativo, ... podrían resultar de gran utilidad en diferentes etapas del proceso de proyectación.

El valor de las plataformas basadas en los wiki se aprecia tras ver como el importante crecimiento de las redes sociales ha llevado a muchos estudios de arquitectura y empresas inmobiliarias a construir su propia red social en plataformas de la web 2.0 como Facebook, Twitter, LinkedIn, etc.), incorporando enlaces en sus páginas web corporativas a estos espacios on-line donde reside su red social. Sin embargo, esta presencia, casi siempre testimonial en las redes sociales genera dudas sobre si extraen el máximo provecho de las oportunidades que introduce el ciberespacio.



2.6.- WEB 3.0 . EL TERCER ESTADIO DE LA RED DE REDES

Este trabajo se centra en el alcance de la web 2.0 en los estudios de arquitectura, inmobiliarias y promotoras con presencia on-line de España.

Es necesario en este punto del trabajo nombrar la web 3.0 o web semántica, destinada a sustituir y mejorar la web 2.0.

La web 3.0¹⁸ es una extensión de la actual, potenciando la cooperación entre los usuarios y la Red, permitiendo procesar contenidos y ofreciendo una selección de información y recursos adaptadas a los gustos y preferencias de cada usuario.

Su funcionamiento se basa en el control y manipulación de datos de un modo eficiente a partir del nacimiento de la "Data Web", que permite la interrelación de información al transportar datos de un modo accesible y enlazable (http://es.wikipedia.org/wiki/Web_3.0).

Suma cada vez más adeptos la creencia en transformar la web en una gran base de datos cuyos contenidos sean accesibles para múltiples buscadores.

Uno de los objetivos de esta evolución de la web 2.0 es encontrar la información buscada en mucho menos tiempo que en la actualidad, buscando que internet aún más útil y práctica, mejorando la interconexión entre sistemas informáticos y reduciendo la mediación del ser humano necesaria en la actualidad.

¿Bienvenido el futuro?.....

¹⁸ Las tecnologías de la Web 3.0, como programas inteligentes, que utilizan datos semánticos, se han implementado y usado a pequeña escala en compañías para conseguir una manipulación de datos más eficiente. En los últimos años, sin embargo, ha habido un mayor enfoque dirigido a trasladar estas tecnologías de inteligencia semántica al público general. El primer paso hacia la "Web 3.0" es el nacimiento de la "Data Web", ya que los formatos en que se publica la información en Internet son dispares, como XML, RDF y microformatos; el reciente crecimiento de la tecnología SPARQL, permite un lenguaje estandarizado y API para la búsqueda a través de bases de datos en la red. La "Data Web" permite un nuevo nivel de integración de datos y aplicación inter-operable, haciendo los datos tan accesibles y enlazables como las páginas web. La "Data Web" es el primer paso hacia la completa "Web Semántica". En la fase "Data Web", el objetivo es principalmente hacer que los datos estructurados sean accesibles utilizando RDF. El escenario de la "Web Semántica" ampliará su alcance en tanto que los datos estructurados e incluso, lo que tradicionalmente se ha denominado contenido semi-estructurado (como páginas web, documentos, etc.), esté disponible en los formatos semánticos de RDF y OWL.



Parte 3

LA WEB 2.0 EN LOS ESTUDIOS DE ARQUITECTURA: APROXIMACIÓN DIAGNÓSTICA



3.1.- INTRODUCCIÓN: UN ANÁLISIS DE LOS ESTUDIOS DE ARQUITECTURA ESPAÑOLES MÁS DESTACADOS.

A continuación, se recogen los resultados del análisis a **24** sitios web correspondientes a **Estudios de Arquitectura** de reconocido prestigio.

Se ha desarrollado una investigación desde una perspectiva metodológica que aúna variables cuantitativas y cualitativas. De este modo, se analiza cada plataforma on-line a partir de la tabla de análisis diseñada en el marco de la investigación, y al mismo tiempo, se han añadido comentarios de naturaleza cualitativa que contribuyen a reforzar los porcentajes obtenidos.

Al final del capítulo se presentan las tablas y gráficas de resultados junto a un comentario de las mismas.

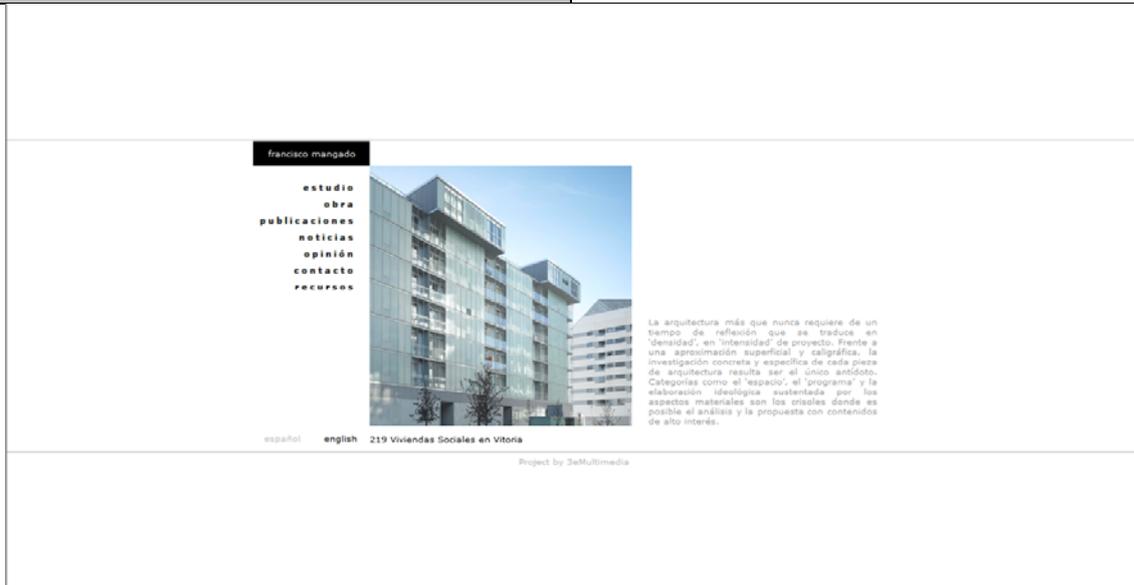


3.2.- ANÁLISIS ESTUDIOS DE ARQUITECTURA



3.2.1.- ESTUDIO DE ARQUITECTURA: FRANCISCO MANGADO

ESTUDIO DE ARQUITECTURA:	FRANCISCO MANGADO
FUENTE:	www.fmangado.com



Fuente: (www.fmangado.com)

La tabla de análisis general sobre los atributos informativos en el estudio de arquitectura de FRANCISCO MANGADO responde a las siguientes características:

Recurso	Si / No	Número (en el conjunto de la web)	Presencia en portada	Presencia dentro de una sección de la web	Presencia autónoma	Otros comentarios
Tipología de atributos informativos en cada web						
Texto	Si	Gran cantidad	Si. Gran cantidad	Si. Texto muy extenso		
Fotografías	Si	- Bucle de fotos al principio con selección de las mejores fotos. - Gran cantidad por proyecto	Si	Si		- De gran calidad, realizadas por profesionales del sector.
Galería de fotografías	Si					
Video	No	0	Sólo un bucle de fotos	No	No	
Infografías	Si	Varias por proyecto	No	Si. En los concursos no ganados y en los proyectos no realizados	No	
Enlaces	No	0	No	No	No	

Fuente: (Elaboración propia)

La web se presenta en un formato partido en 3 columnas verticales con presencia de textos excesivamente extensa y en una fuente gris claro, resultando pesada su lectura.

El website del estudio de arquitectura, www.fmangado.com, hace referencia a diferentes noticias relacionadas con el propio estudio de arquitectura: conferencias, exposiciones, premios,... que puedan resultar de interés para los usuarios o clientes. No aparecen noticias de interés ajenas a la participación del propio gabinete.

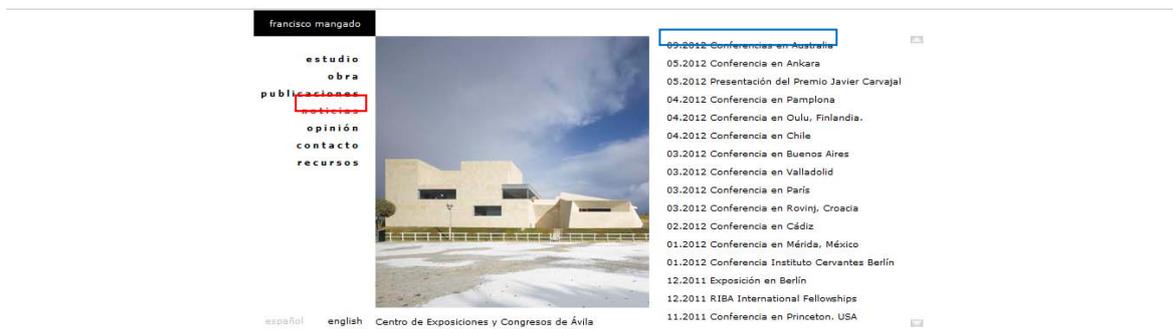


Una vez en la página, no es posible acceder mediante enlaces directos a las webs de los edificios construidos o de los concursos participados quedando por tanto lo publicado con escasa información sobre datos generales relevantes.

Recurso	Si / No	Número (en el conjunto de la web)	Presencia en portada	Presencia dentro de una sección de la web	Presencia autónoma	Otros comentarios
Tipologías de mensaje / contenidos predominantes						
Noticia	Si	Varias	Si	Si		
Reportaje	No	No	No	No		
Explicación proyecto	No	No	No	No		

Fuente: (Elaboración propia)

Noticias



The screenshot shows the website interface for Francisco Mangado. On the left, a vertical navigation menu includes 'estudio', 'obra', 'publicaciones', 'noticias' (highlighted with a red box), 'opinión', 'contacto', and 'recursos'. The main content area features a large image of a modern building. On the right, a list of news items is displayed, with the top item '09.2012 Conferencias en Australia' highlighted by a blue box. Below the list, there are language options for 'español' and 'english', and a footer that reads 'Project by 3eMultimedia'.

<http://www.fmangado.com/>



<http://www.fmangado.com/>

El website de la oficina, www.fmangado.com no incorpora ninguna de las principales herramientas de diálogo on-line: Foros, chats y encuestas lo cual dificulta la comunicación transversal arquitecto-cliente. Al contrario que algunas más activas, esta carencia no viene motivada por una posible presencia en plataformas como facebook o twitter, pues carece de enlace a las mismas.

Recurso	Sí / No	Número (en el conjunto de la web)	Presencia en portada	Presencia dentro de una sección de la web	Presencia autónoma	Otros comentarios
Herramientas dialógicas						
Foros	No	No	No	No	No	
Chats	No	No	No	No	No	
Encuestas	No	No	No	No	No	

Fuente: (Elaboración propia)

Con relación a la incorporación de plataformas de creación y gestión de contenidos 2.0, www.fmangado.com no utiliza ningún tipo de diario on-line que actualice continuamente



sus contenidos, opiniones, etc....lo cual deja la página en un stand-by eterno hasta que una vez realizado un proyecto, el encargado de actualizar la web vuelque la nueva información.

Recurso	Si / No	Número (en el conjunto de la web)	Presencia en portada	Presencia dentro de una sección de la web	Presencia autónoma	Otros comentarios
Plataformas de creación y gestión de contenidos 2.0						
Weblogs	No	No	No	No	No	
Photoblogs	No	No	No	No	No	
Audioblogs	No	No	No	No	No	
Videoblogs	No	No	No	No	No	
Wikis	No	No	No	No	No	Únicamente permite acceso a usuarios previamente autorizados a descargar información específica

Fuente: (Elaboración propia)

En cuanto a la aparición de contenidos 2.0, www.fmangado.com no hace uso de estas herramientas.

Recurso	Si / No	Número (en el conjunto de la web)	Presencia en portada	Presencia dentro de una sección de la web	Presencia autónoma	Otros comentarios
Contenidos 2.0						
Mashups	No	No	No	No	No	
Podcasts	No	No	No	No	No	
Lectores RSS	No	No	No	No	No	
Servicios para telefonía móvil	No	No	No	No	No	

Fuente: (Elaboración propia)



El estudio de arquitectura de Francisco Mangado, www.fmangado.com, no utiliza ningún tipo de marcadores sociales o etiquetas en su página web. Este hecho va a ser muy común en la práctica totalidad de despachos de arquitectura analizados.

Recurso	Si / No	Número (en el conjunto de la web)	Presencia en portada	Presencia dentro de una sección de la web	Presencia autónoma	Otros comentarios
Metacontenidos						
Etiquetas o tags	No	No	No	No	No	
Folksonomía (Folksonomy)	No	No	No	No	No	
Marcadores sociales (Social bookmarking)	No	No	No	No	No	

Fuente: (Elaboración propia)

El estudio de arquitectura de Francisco Mangado, www.fmangado.com no permite en ninguno de los apartados de su website la participación directa de sus clientes ni de usuarios de la plataforma en general.

Recurso	Si / No	Número (en el conjunto de la web)	Presencia en portada	Presencia dentro de una sección de la web	Presencia autónoma	Otros comentarios
Participación directa de los usuarios						
Personalización de página de inicio	No	No	No	No	No	
Herramientas para la votación de los contenidos por los usuarios	No	No	No	No	No	

Fuente: (Elaboración propia)

En cuanto a otros servicios de la web 2.0, tan extendidos y utilizados en la actualidad diariamente por millones de usuarios, www.fmangado.com no hace ningún uso de ellos para comunicarse con sus actuales clientes o lo que es también muy importante, con potenciales clientes usuarios del cibermedio.

Recurso	Sí / No	Número (en el conjunto de la web)	Presencia en portada	Presencia dentro de una sección de la web	Presencia autónoma	Otros comentarios
Otros servicios de la web 2.0						
Redes sociales (Facebook u otras)	No	No	No	No	No	
Redes de información (Twitter)	No	No	No	No	No	

Fuente: (Elaboración propia)

3.2.2.- ESTUDIO DE ARQUITECTURA: FEDERICO SORIANO

ESTUDIO DE ARQUITECTURA:	FEDERICO SORIANO
FUENTE:	www.federicosoriano.com



Fuente: (www.federicosoriano.com)

La tabla de análisis general sobre los atributos informativos en cada web en **el estudio de arquitectura de FEDERICO SORIANO** responde a las siguientes características:

Recurso	Si / No	Número (en el conjunto de la web)	Presencia en portada	Presencia dentro de una sección de la web	Presencia autónoma	Otros comentarios
Tipología de atributos informativos en cada web						
Texto	No	No	No	No		
Fotografías	Si	Varias fotografías de cada proyecto	Bucle de fotografías e infografías	En cada proyecto		
Galería de fotografías	Si	Para cada proyecto	No	Si		
Video	Si	1	No	No		
Infografías	Si	Varias	No	En algunos proyectos		
Enlaces	No	No	No	No		

Fuente: (Elaboración propia)

El website del estudio de arquitectura, www.federicosoriano.com , no hace referencia a noticias relevantes relacionadas con el propio estudio de arquitectura: conferencias, exposiciones, premios,... pese a ser un estudio con numerosas invitaciones a cursos, conferencias especializadas,...que puedan resultar de interés para los usuarios o clientes. Únicamente presenta galerías de fotografías personales y del despacho.

Recurso	Si / No	Número (en el conjunto de la web)	Presencia en portada	Presencia dentro de una sección de la web	Presencia autónoma	Otros comentarios
Tipologías de mensaje / contenidos predominantes						
Noticia	No	No	No	No		
Reportaje	No	No	No	No		
Explicación proyecto	No	No	No	No		

Fuente: (Elaboración propia)



El website de la oficina, www.federicosoriano.com no incorpora ninguna de las principales herramientas de diálogo on-line: Foros, chats y encuestas.

Recurso	Si / No	Número (en el conjunto de la web)	Presencia en portada	Presencia dentro de una sección de la web	Presencia autónoma	Otros comentarios
Herramientas dialógicas						
Foros	No	No	No	No		
Chats	No	No	No	No		
Encuestas	No	No	No	No		

Fuente: (Elaboración propia)

Con relación a la incorporación de plataformas de creación y gestión de contenidos 2.0, www.federicosoriano.com no utiliza ningún tipo de diario on-line que actualice continuamente sus contenidos, opiniones, etc.... pese a ser un despacho que edita profesionalmente la revista "Fisuras" fundada en 1994.

Recurso	Si / No	Número (en el conjunto de la web)	Presencia en portada	Presencia dentro de una sección de la web	Presencia autónoma	Otros comentarios
Plataformas de creación y gestión de contenidos 2.0						
Weblogs	No	No	No	No		
Photoblogs	No	No	No	No		
Audioblogs	No	No	No	No		
Videoblogs	No	No	No	No		
Wikis	No	No	No	No		

Fuente: (Elaboración propia)

En cuanto a la aparición de contenidos 2.0, www.federicosoriano.com no hace uso de estas herramientas.



Recurso	Si / No	Número (en el conjunto de la web)	Presencia en portada	Presencia dentro de una sección de la web	Presencia autónoma	Otros comentarios
Contenidos 2.0						
Mashups	No	No	No	No		
Podcasts	No	No	No	No		
Lectores RSS	No	No	No	No		
Servicios para telefonía móvil	No	No	No	No		

Fuente: (Elaboración propia)

El estudio de arquitectura de Federico Soriano , www.federicosoriano.com , no utiliza ningún tipo de marcadores sociales o etiquetas en su página web.

Recurso	Si / No	Número (en el conjunto de la web)	Presencia en portada	Presencia dentro de una sección de la web	Presencia autónoma	Otros comentarios
Metacontenidos						
Etiquetas o tags	No	No	No	No		
Folksonomía (Folksonomy)	No	No	No	No		
Marcadores sociales (Social bookmarking)	No	No	No	No		

Fuente: (Elaboración propia)

El estudio de arquitectura de Federico Soriano , www.federicosoriano.com no permite en ninguno de los apartados de su website la participación directa de sus clientes ni de usuarios de la plataforma en general.



Recurso	Si / No	Número (en el conjunto de la web)	Presencia en portada	Presencia dentro de una sección de la web	Presencia autónoma	Otros comentarios
Participación directa de los usuarios						
Personalización de página de inicio	No	No	No	No		
Herramientas para la votación de los contenidos por los usuarios	No	No	No	No		

Fuente: (Elaboración propia)

En cuanto a otros servicios de la web 2.0, tan extendidos y utilizados en la actualidad diariamente por millones de usuarios, www.federicosoriano.com no hace ningún uso de ellos para comunicarse con sus actuales clientes o lo que es también muy importante, con potenciales clientes usuarios del cibermedio.

Recurso	Si / No	Número (en el conjunto de la web)	Presencia en portada	Presencia dentro de una sección de la web	Presencia autónoma	Otros comentarios
Otros servicios de la web 2.0						
Redes sociales (Facebook u otras)	No	No	No	No		
Redes de información (Twitter)	No	No	No	No		

Fuente: (Elaboración propia)

3.2.3.- ESTUDIO DE ARQUITECTURA: MANSILLA Y TUÑÓN

ESTUDIO DE ARQUITECTURA:	MANSILLA Y TUÑÓN
FUENTE:	www.mansilla-tunon.com

TABLA GENERAL DE USO DE LOS RECURSOS DE LA WEB 2.0 MANSILLA Y TUÑÓN

MANSILLA + TUÑÓN ARCHITECTS

[WORKS](#) · [ABOUT M+T](#) · [PEOPLE](#) · [BIBLIOGRAPHY](#) · [PLAYGROUNDS](#) · [CIRCO](#)

Fuente: (www.mansilla-tunon.com)

El presente análisis, se hace con conocimiento del fallecimiento de Luis M. Mansilla el día 22 de Febrero de 2012 en Barcelona a la edad de 52 años un día después del homenaje al genial arquitecto Enric Miralles. D.E.P.



La tabla de análisis general sobre los atributos informativos en cada web en **el estudio de arquitectura de MANSILLA – TUÑÓN** responde a las siguientes características:

Recurso	Si / No	Número (en el conjunto de la web)	Presencia en portada	Presencia dentro de una sección de la web	Presencia autónoma	Otros comentarios
Tipología de atributos informativos en cada web						
Texto	Si	Gran cantidad	No	Si	No	
Fotografías	Si	Fotografías de cada proyecto	No	Si		
Galería de fotografías	Si	Varias	No	Si		
Video	Si	1	No			
Infografías	Si	Varias	No	Si		
Enlaces	Si	Multitud	No	Si		

Fuente: (Elaboración propia)

MANSILLA+TUÑÓN BIBLIOGRAPHY

WORKS · ABOUT M+T · PEOPLE · BIBLIOGRAPHY · PLAYGROUNDS · CIRCO

ORIS 74



Oris n°70, Zagreb, Croatia, 2011.
<http://www.oris.hr/>



OBJETOS VIVOS, JUEGOS SOCIALES, 09



Living objects, social games, 09

Edited by Escola Técnica Superior d'Arquitectura, ESARQ-UIC, 2011

www.uic.es

El website del estudio de arquitectura, www.mansilla-tunon.com, explica detalladamente los proyectos realizados como información de interés para los usuarios o clientes. Los usuarios pueden recabar toda la información necesaria para el conocimiento de cada proyecto pero en ningún caso pueden dejar opiniones, solicitar información,... resultando un correcto panel expositivo de los proyectos realizados.

Recurso	Si / No	Número (en el conjunto de la web)	Presencia en portada	Presencia dentro de una sección de la web	Presencia autónoma	Otros comentarios
Tipologías de mensaje / contenidos predominantes						
Noticia	No	No	No	No		
Reportaje	No	No	No	No		
Explicación proyecto	Si	12	No	Si		

Fuente: (Elaboración propia)

Explicaciones de proyectos

(39) ROYAL COLLECTIONS MUSEUM. 2000-...



From an urban perspective, the project is based on two fundamental principles: on the one hand, the Royal Collections Museum should be part of the natural/artificial landscape of Madrid's western edge, and on the other, it is necessary to maintain the open public nature of La Alameda Square and preserve views of the parks and gardens beneath the western lip of the city. The Museum, in its linear structure becomes an inhabited retaining wall, thus reducing the objective (physical) and subjective (collective subconscious) impact on the monumental plinth of the Royal Palace. The aim is to produce a building that is invisible from La Alameda Square by occupying the space underground. The Royal Collections Museum completes the plinth of the Royal Palace, constructing a linear space that follows the lines of the Palace itself. A simple and compact building, a construction that is aware that maximum flexibility and potential are only possible within a strict order. It uses the materials of the Royal Palace and its dignified construction as a feature, with a modern layout, heavy yet light, opaque yet transparent.

<http://mansilla-tunon-architects.blogspot.com.es/>

El website de la oficina, www.mansilla-tunon.com no incorpora ninguna de las principales herramientas de diálogo on-line: Foros, chats y encuestas.

Recurso	Sí / No	Número (en el conjunto de la web)	Presencia en portada	Presencia dentro de una sección de la web	Presencia autónoma	Otros comentarios
Herramientas dialógicas						
Foros	No	No	No	No		
Chats	No	No	No	No		
Encuestas	No	No	No	No		

Fuente: (Elaboración propia)

Con relación a la incorporación de plataformas de creación y gestión de contenidos 2.0, www.mansilla-tunon.com no utiliza ningún tipo de diario on-line que actualice continuamente sus contenidos, opiniones, etc....



Recurso	Si / No	Número (en el conjunto de la web)	Presencia en portada	Presencia dentro de una sección de la web	Presencia autónoma	Otros comentarios
Plataformas de creación y gestión de contenidos 2.0						
Weblogs	No	No	No	No	No	
Photoblogs	No	No	No	No	No	
Audioblogs	No	No	No	No	No	
Videoblogs	No	No	No	No	No	
Wikis	No	No	No	No	No	

Fuente: (Elaboración propia)

En cuanto a la aparición de contenidos 2.0, www.mansilla-tunon.com no hace uso de estas herramientas.

Recurso	Si / No	Número (en el conjunto de la web)	Presencia en portada	Presencia dentro de una sección de la web	Presencia autónoma	Otros comentarios
Contenidos 2.0						
Mashups	No	No	No	No	No	
Podcasts	No	No	No	No	No	
Lectores RSS	No	No	No	No	No	
Servicios para telefonía móvil	No	No	No	No	No	

Fuente: (Elaboración propia)

El estudio de arquitectura de Tuñón y Mansilla, www.mansilla-tunon.com, no utiliza ningún tipo de marcadores sociales o etiquetas en su página web.

Recurso	Si / No	Número (en el conjunto de la web)	Presencia en portada	Presencia dentro de una sección de la web	Presencia autónoma	Otros comentarios
Metacontenidos						
Etiquetas o tags	No	No	No	No	No	
Folksonomía (Folksonomy)	No	No	No	No	No	
Marcadores sociales (Social bookmarking)	No	No	No	No	No	

Fuente: (Elaboración propia)

El estudio de arquitectura de Tuñón y Mansilla, www.mansilla-tunon.com no permite en ninguno de los apartados de su website la participación directa de sus clientes ni de usuarios de la plataforma en general.

Recurso	Si / No	Número (en el conjunto de la web)	Presencia en portada	Presencia dentro de una sección de la web	Presencia autónoma	Otros comentarios
Participación directa de los usuarios						
Personalización de página de inicio	No	No	No	No	No	
Herramientas para la votación de los contenidos por los usuarios	No	No	No	No	No	

Fuente: (Elaboración propia)

En cuanto a otros servicios de la web 2.0, tan extendidos y utilizados en la actualidad diariamente por millones de usuarios, www.mansilla-tunon.com no hace ningún uso de ellos para comunicarse con sus actuales clientes o lo que es también muy importante, con



potenciales clientes usuarios del cibermedio. Como despacho de total actualidad y estando fundado por profesores de la escuela de arquitectura de Madrid, cercanos al premio Pritzker D. Rafael Moneo, no disponen de una web preparada para ofrecer opiniones, objetos de debate, etc...

Recurso	Si / No	Número (en el conjunto de la web)	Presencia en portada	Presencia dentro de una sección de la web	Presencia autónoma	Otros comentarios
Otros servicios de la web 2.0						
Redes sociales (Facebook u otras)	No	No	No	No	No	
Redes de información (Twitter)	No	No	No	No	No	

Fuente: (Elaboración propia)

3.2.4.- ESTUDIO DE ARQUITECTURA: A-CERO (Joaquín Torres)

ESTUDIO DE ARQUITECTURA:	A-CERO (Joaquín Torres)
FUENTE:	www.a-cero.com



Fuente: (www.a-cero.com)

El análisis de esta página **del estudio de arquitectura de JOAQUIN TORRES, A-CERO** resulta especialmente interesante. Joaquín torres, sin entrar en valoraciones arquitectónicas, es el arquitecto más mediático a nivel nacional en la actualidad. Sale habitualmente en televisión y prensa, ha tenido programa propio en el canal Lasexta (www.lasexta.com/sextatv/supercasas) y recientemente vio los proyectos más representativos de su estudio en el IVAM Instituto Valenciano de Arte Moderno (<http://www.ivam.es/exposiciones/2901-vivir-en-la-arquitectura-a-cero-joaquin-torres-rafael-llamazares>). A raíz del tipo de arquitectura que realiza ha obtenido multitud de encargos de presupuestos muy elevados, pero es preciso reseñar, pues el objeto del presente trabajo, que su *website* utiliza la práctica totalidad de los recursos que la web 2.0 pone a su servicio y lo que es más importante, haciéndolo de un modo correcto según el criterio para el que dichas herramientas fueron creadas.



La tabla sobre los atributos informativos en su web responde a las siguientes características:

Recurso	Si / No	Número (en el conjunto de la web)	Presencia en portada	Presencia dentro de una sección de la web	Presencia autónoma	Otros comentarios
Tipología de atributos informativos en cada web						
Texto	Si	Gran cantidad	No	Si		
Fotografías	Si	Varias	No	Si		
Galería de fotografías	Si	Cada proyecto	No	Si		
Video	Si	Varios	Si	Si		
Infografías	Si	Varias	No	Casi todos los proyectos		
Enlaces	Si	Multitud	No	Si		

Fuente: (Elaboración propia)

El website del estudio de arquitectura, www.a-cero.com, hace referencia a diferentes noticias relevantes relacionadas con el propio estudio de arquitectura: conferencias, exposiciones, premios,... que puedan resultar de interés para los usuarios o clientes. No aparecen noticias de interés ajenas a la participación del propio gabinete.

El website del estudio de arquitectura, www.a-cero.com, explica detalladamente los proyectos realizados, facilitando información de interés para los usuarios o clientes.

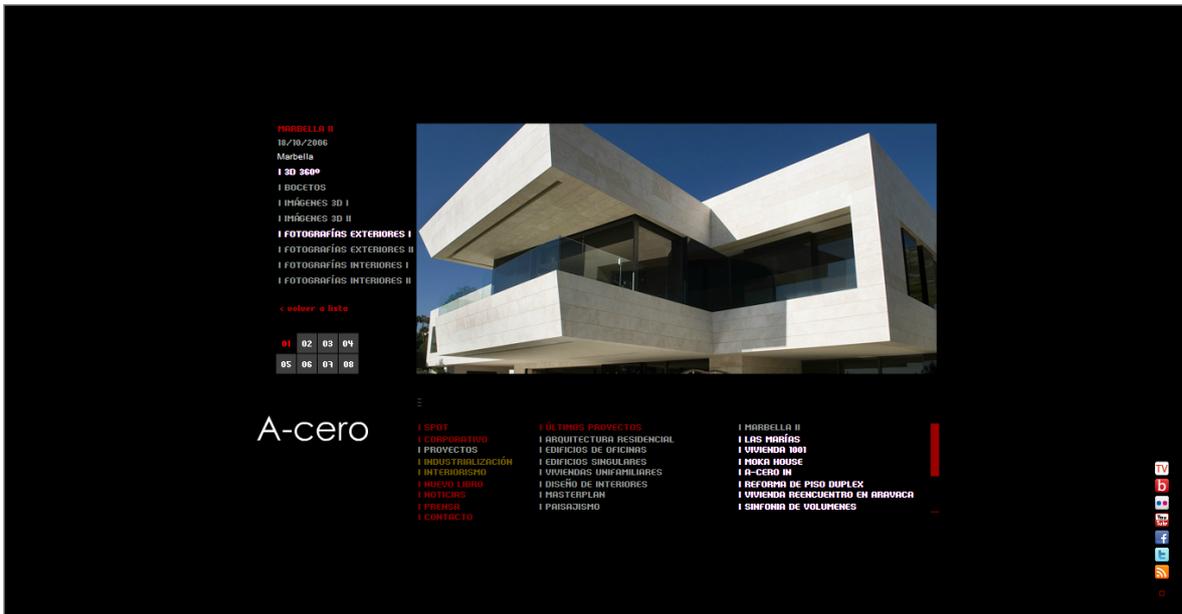
Recurso	Si / No	Número (en el conjunto de la web)	Presencia en portada	Presencia dentro de una sección de la web	Presencia autónoma	Otros comentarios
Tipologías de mensaje / contenidos predominantes						
Noticia	Si	10	No	Si. Sección exclusiva dedicada a las noticias del estudio		
Reportaje	Si	Multitud	No	Sí, sección exclusiva dedicada a las publicaciones de reportajes y noticias en prensa nacional e internacional		
Explicación proyecto	Si	Multitud	No	Si		

Fuente: (Elaboración propia)

Noticias

Reportajes

Explicación proyecto



El website de la oficina, www.a-cero.com no incorpora ninguna de las principales herramientas de diálogo on-line: Foros, chats y encuestas. El motivo de dicha exclusión es la fuerte presencia del estudio, y en especial de Joaquín Torres en todas las plataformas sociales: Facebook y Twitter donde realiza varias actualizaciones diarias, incluyendo una al final de la noche y una a primera hora de la mañana.

Recurso	Si / No	Número (en el conjunto de la web)	Presencia en portada	Presencia dentro de una sección de la web	Presencia autónoma	Otros comentarios
Herramientas dialógicas						
Foros	No	No	No	No		
Chats	No	No	No	No		
Encuestas	No	No	No	No		

Fuente: (Elaboración propia)

Con relación a la incorporación de plataformas de creación y gestión de contenidos 2.0, www.a-cero.com utiliza varias de las herramientas a su alcance: weblogs, photoblogs y videoblogs como diario on-line que actualiza continuamente sus contenidos, opiniones, etc....



Recurso	Si / No	Número (en el conjunto de la web)	Presencia en portada	Presencia dentro de una sección de la web	Presencia autónoma	Otros comentarios
Plataformas de creación y gestión de contenidos 2.0						
Weblogs	Si	1	Si	Si		
Photoblogs	Si	1	Si	Si		
Audioblogs	No	No	No	No		
Videoblogs	Si	2	Si	Si		
Wikis	No	No	No	No		

Fuente: (Elaboración propia)

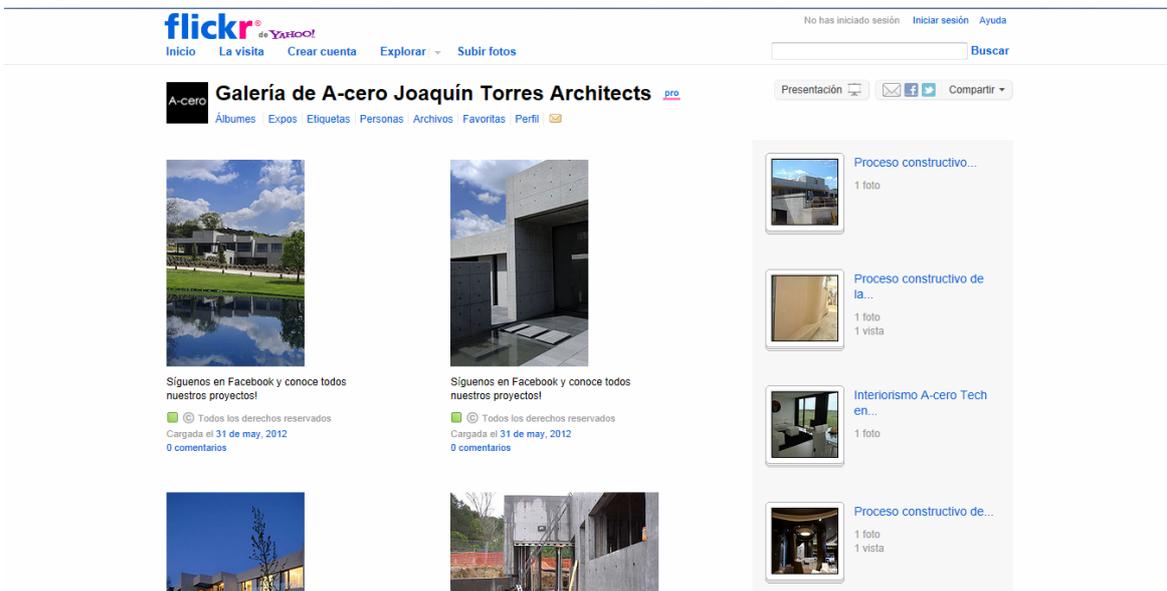


Weblog



<http://blog.a-cero.com/?lang=es>

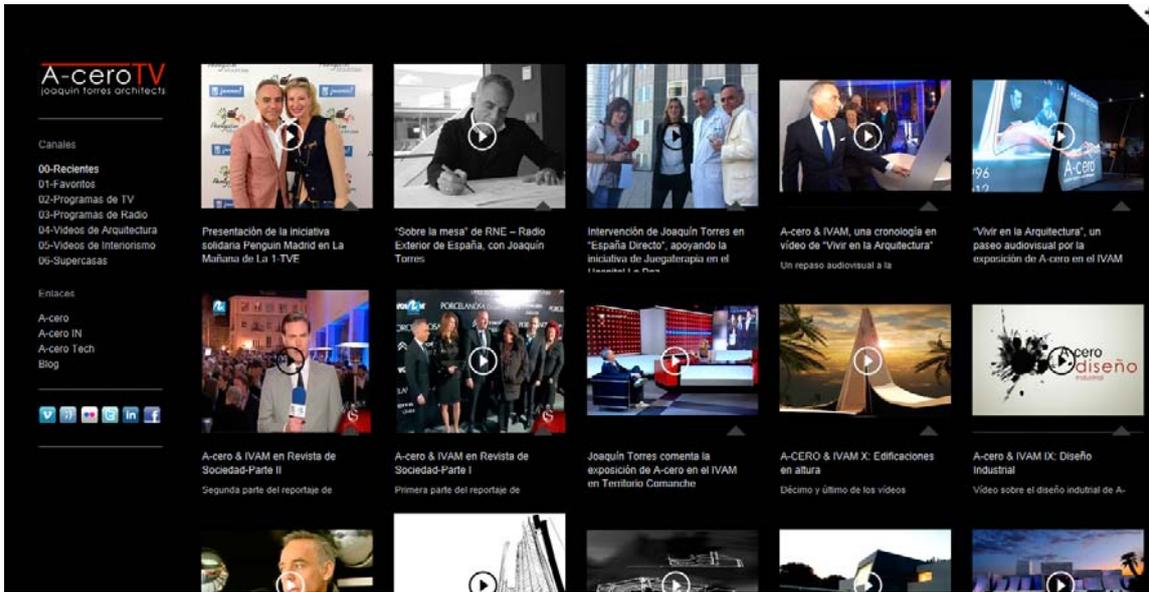
Photoblog



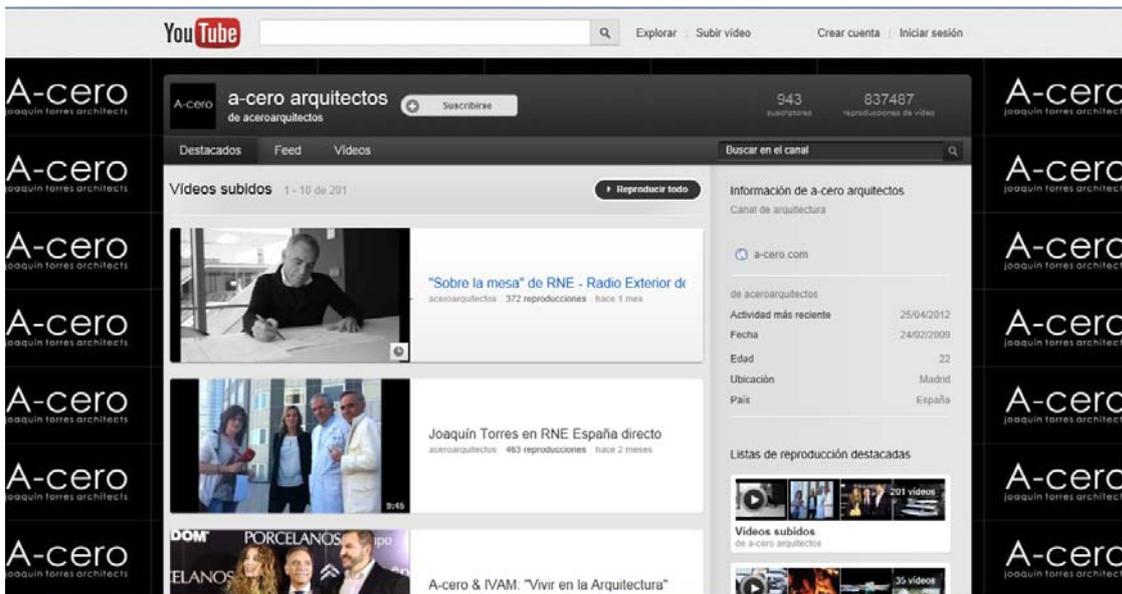
<http://www.flickr.com/photos/a-cero/>



Videoblog



<http://tv.a-cero.com/es/>



<http://www.youtube.com/aceroarquitectos>



En cuanto a la aparición de contenidos 2.0, www.a-cero.com hace uso de lectores RSS.

Recurso	Si / No	Número (en el conjunto de la web)	Presencia en portada	Presencia dentro de una sección de la web	Presencia autónoma	Otros comentarios
Contenidos 2.0						
Mashups	No	No	No	No		
Podcasts	No	No	No	No		
Lectores RSS	Si	1	Si	Si		
Servicios para telefonía móvil	No	No	No	No		

Fuente: (Elaboración propia)



Lector RSS

A-cero | RSS

Está viendo una fuente cuyo contenido se actualiza con frecuencia. Las fuentes se agregan a la lista de fuentes comunes cada vez que se suscribe a ellas. La información actualizada en la fuente se descarga automáticamente en el equipo y se podrá consultar en Internet Explorer y en otros programas. Obtener más información acerca de fuentes.

Suscribirse a esta fuente

Mostrando 10 / 10

Todo 10

Ordenar por:

Fecha

Título

A-cero+Reebok+Wallpaper

miércoles, 27 de julio de 2011, 2:00:00

A-cero XV Aniversario

miércoles, 27 de julio de 2011, 2:00:00

Inauguración A-cero In

martes, 29 de marzo de 2011, 2:00:00

Supercasas de A-cero

viernes, 03 de diciembre de 2010, 1:00:00

La Asociación de Empresarios andaluces del Mármol premia a A-cero

miércoles, 03 de noviembre de 2010, 1:00:00

Agbar apuesta por A-cero para su nueva oficina en Madrid

<http://www.a-cero.com/web/noticiasrss.jsp>

El estudio de arquitectura de JOAQUÍN TORRES, A-CERO, www.a-cero.com , no utiliza ningún tipo de marcadores sociales o etiquetas en su página web.

Recurso	Si / No	Número <small>(en el conjunto de la web)</small>	Presencia en portada	Presencia dentro de una sección de la web	Presencia autónoma	Otros comentarios
Metacontenidos						
Etiquetas o tags	No	No	No	No		
Folksonomía (Folksonomy)	No	No	No	No		
Marcadores sociales (Social bookmarking)	No	No	No	No		

Fuente: (Elaboración propia)

El estudio de arquitectura de JOAQUÍN TORRES, A-CERO, www.a-cero.com no permite en ninguno de los apartados de su website la participación directa de sus clientes ni de usuarios de la plataforma en general.



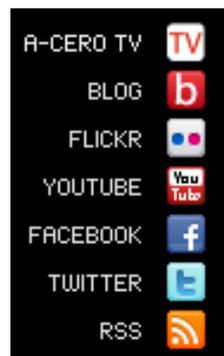
Recurso	Si / No	Número (en el conjunto de la web)	Presencia en portada	Presencia dentro de una sección de la web	Presencia autónoma	Otros comentarios
Participación directa de los usuarios						
Personalización de página de inicio	No	No	No	No		
Herramientas para la votación de los contenidos por los usuarios	No	No	No	No		

Fuente: (Elaboración propia)

En cuanto a otros servicios de la web 2.0, tan extendidos y utilizados en la actualidad diariamente por millones de usuarios, **el estudio de arquitectura de JOAQUÍN TORRES, A-CERO**, www.a-cero.com está presente en Facebook y Twitter a diario, realizando diversas actualizaciones y fomentando el seguimiento diario de su gran cantidad de seguidores.

Recurso	Si / No	Número (en el conjunto de la web)	Presencia en portada	Presencia dentro de una sección de la web	Presencia autónoma	Otros comentarios
Otros servicios de la web 2.0						
Redes sociales (Facebook u otras)	Si	1	Si	Si		
Redes de información (Twitter)	Si	1	Si	Si		

Fuente: (Elaboración propia)



Facebook

Enlace directo a la página de Facebook donde además de los datos de contacto y presentar **68.041 "me gusta"** en el momento de la impresión de pantalla, presenta los últimos proyectos realizados a partir de fotografías y pequeños comentarios.

Su web contiene numerosas noticias, pero todas ellas relativas al estudio: apariciones en prensa, televisión etc. No prestando atención a ningún tipo de información de carácter general o específico del sector de la arquitectura.

Aparecen muchos comentarios de sus seguidores por cada una de las informaciones colgadas.



<https://www.facebook.com/acero.joaquin.torres.architects>



Twitter

Desde el enlace a Twitter, el arquitecto hace un seguimiento personal a todos los tweets, con muchos comentarios por parte de la gente y contestación a todos ellos. Se adjuntan en algunas ocasiones enlaces a noticias de interés o de carácter solidario.

10.947 Tweets

1.193 Following

21.796 Followers

The screenshot shows the Twitter profile for 'A-cero architects' (@Aceroarchitects). The profile header includes a profile picture, the name 'A-cero architects', and the handle '@Aceroarchitects'. The bio states: 'A-cero, estudio de arquitectura dirigido por Joaquín Torres, fue creado en 1996 y su actividad se centra en el desarrollo integral de proyectos de arquitectura.' The location is 'Madrid (Spain)' and there is a link to a Facebook page: 'http://www.facebook.com/acero.joaquin.torres.architects'. The profile statistics show 10,543 tweets, 1,176 following, and 20,784 followers. The 'Tweets' section shows several recent tweets, including one about a video, one mentioning a photo contest, and one about Granada. The 'Siguiendo' section lists users being followed, and the 'Seguidores' section lists followers.

<http://twitter.com/#!/Aceroarchitects>



3.2.5.-ESTUDIO DE ARQUITECTURA: NIETO Y SOBEJANO

ESTUDIO DE ARQUITECTURA:	NIETO Y SOBEJANO
FUENTE:	www.nietosobejano.com

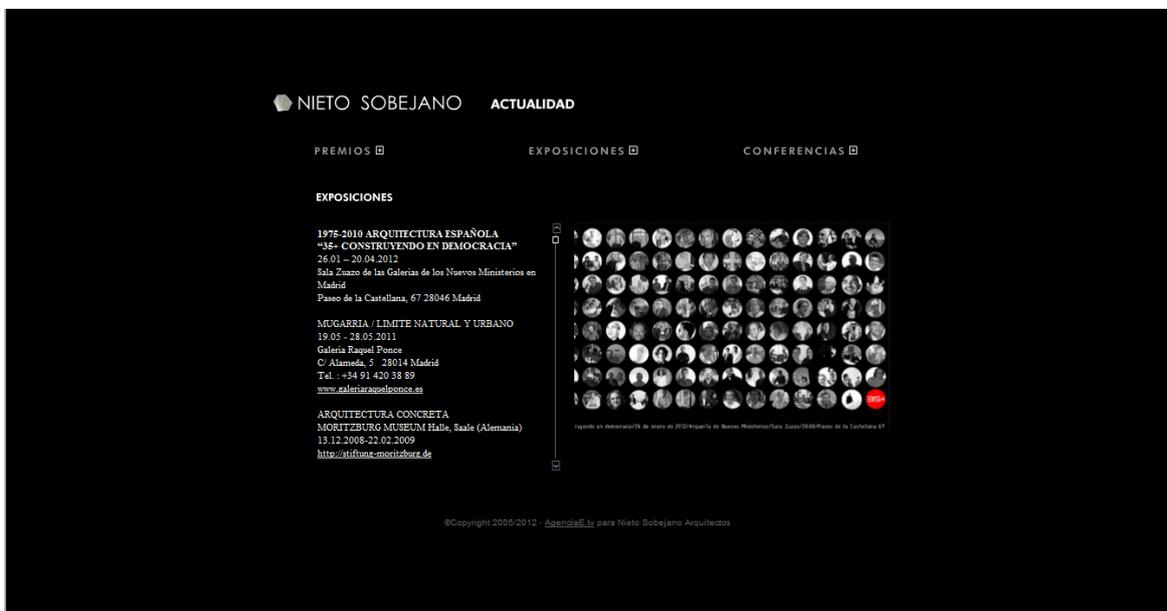


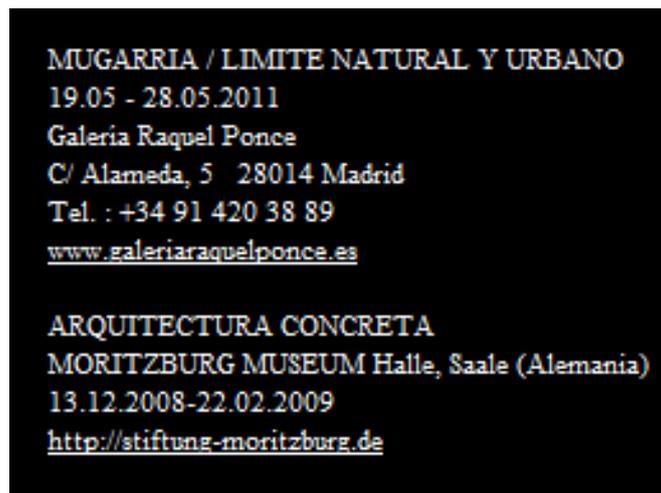
Fuente: (www.nietosobejano.com)

La tabla de análisis general sobre los atributos informativos en cada web en **el estudio de arquitectura de NIETO Y SOBEJANO** responde a las siguientes características:

Recurso	Si / No	Número (en el conjunto de la web)	Presencia en portada	Presencia dentro de una sección de la web	Presencia autónoma	Otros comentarios
Tipología de atributos informativos en cada web						
Texto	Si	Gran cantidad	No	Si		
Fotografías	Si	Bucles de fotografías	No	Si		
Galería de fotografías	Si	Varias	No	Si		
Video	No	No	No	No		
Infografías	Si	Varias	No	Algunos proyectos		
Enlaces	Si	Varios	No	No		

Fuente: (Elaboración propia)



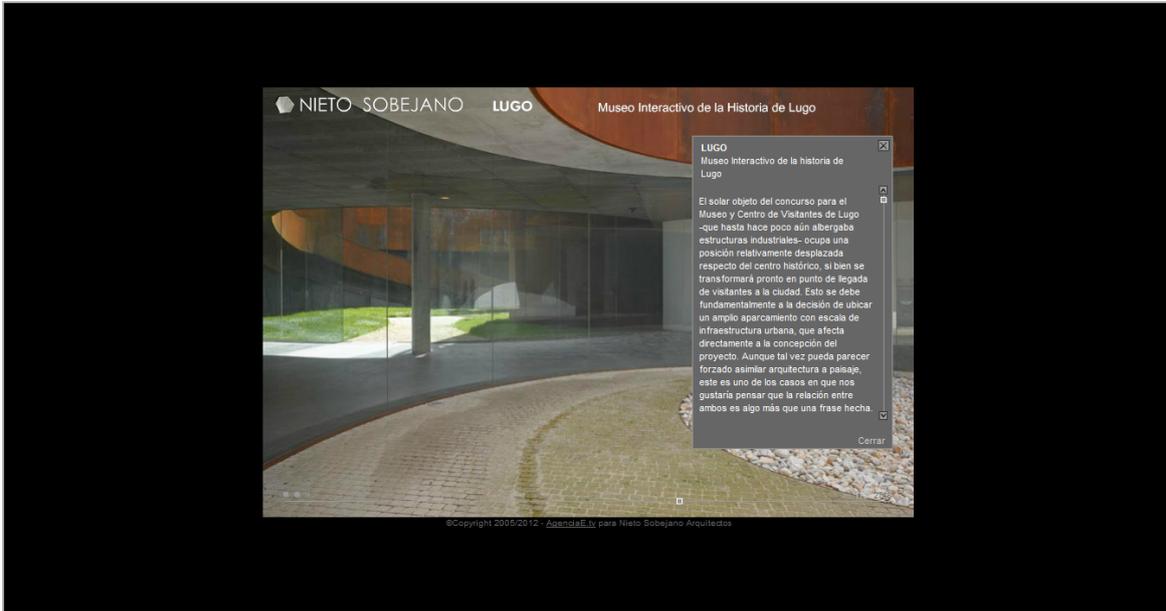


El website del estudio de arquitectura, www.nietosobejano.com , explica detalladamente los proyectos realizados como información de interés para los usuarios o clientes.

Recurso	Si / No	Número (en el conjunto de la web)	Presencia en portada	Presencia dentro de una sección de la web	Presencia autónoma	Otros comentarios
Tipologías de mensaje / contenidos predominantes						
Noticia	No	No	No	No		
Reportaje	No	No	No	No		
Explicación proyecto	Si	Varias	No	Si		

Fuente: (Elaboración propia)

Explicación proyecto



<http://www.nietosobejano.com/>

El website del estudio de arquitectura, www.nietosobejano.com, permite mediante un icono en la parte inferior izquierda acceder a la explicación de cada proyectos. La información es correcta y suficiente pero no permite generar opiniones.





El website de la oficina, www.nietosobejano.com no incorpora ninguna de las principales herramientas de diálogo on-line: Foros, chats y encuestas.

Recurso	Si / No	Número (en el conjunto de la web)	Presencia en portada	Presencia dentro de una sección de la web	Presencia autónoma	Otros comentarios
Herramientas dialógicas						
Foros	No	No	No	No		
Chats	No	No	No	No		
Encuestas	No	No	No	No		

Fuente: (Elaboración propia)

Con relación a la incorporación de plataformas de creación y gestión de contenidos 2.0, www.nietosobejano.com no utiliza ningún tipo de diario on-line que actualice continuamente sus contenidos, opiniones, etc....



Recurso	Si / No	Número (en el conjunto de la web)	Presencia en portada	Presencia dentro de una sección de la web	Presencia autónoma	Otros comentarios
Plataformas de creación y gestión de contenidos 2.0						
Weblogs	No	No	No	No	No	
Photoblogs	No	No	No	No	No	
Audioblogs	No	No	No	No	No	
Videoblogs	No	No	No	No	No	
Wikis	No	No	No	No	No	

Fuente: (Elaboración propia)

En cuanto a la aparición de contenidos 2.0, www.nietosobejano.com no hace uso de estas herramientas.

Recurso	Si / No	Número (en el conjunto de la web)	Presencia en portada	Presencia dentro de una sección de la web	Presencia autónoma	Otros comentarios
Contenidos 2.0						
Mashups	No	No	No	No	No	
Podcasts	No	No	No	No	No	
Lectores RSS	No	No	No	No	No	
Servicios para telefonía móvil	No	No	No	No	No	

Fuente: (Elaboración propia)

El estudio de arquitectura de Nieto y Sobejano , www.nietosobejano.com , no utiliza ningún tipo de marcadores sociales o etiquetas en su página web.



Recurso	Si / No	Número (en el conjunto de la web)	Presencia en portada	Presencia dentro de una sección de la web	Presencia autónoma	Otros comentarios
Metacontenidos						
Etiquetas o tags	No	No	No	No	No	
Folksonomía (Folksonomy)	No	No	No	No	No	
Marcadores sociales (Social bookmarking)	No	No	No	No	No	

Fuente: (Elaboración propia)

El estudio de arquitectura de Nieto y Sobejano , www.nietosobejano.com no permite en ninguno de los apartados de su website la participación directa de sus clientes ni de usuarios de la plataforma en general.

Recurso	Si / No	Número (en el conjunto de la web)	Presencia en portada	Presencia dentro de una sección de la web	Presencia autónoma	Otros comentarios
Participación directa de los usuarios						
Personalización de página de inicio	No	No	No	No	No	
Herramientas para la votación de los contenidos por los usuarios	No	No	No	No	No	

Fuente: (Elaboración propia)

En cuanto a otros servicios de la web 2.0, tan extendidos y utilizados en la actualidad diariamente por millones de usuarios, www.nietosobejano.com no hace ningún uso de ellos para comunicarse con sus actuales clientes o lo que es también muy importante, con potenciales clientes usuarios del cibermedio.

Recurso	Si / No	Número (en el conjunto de la web)	Presencia en portada	Presencia dentro de una sección de la web	Presencia autónoma	Otros comentarios
Otros servicios de la web 2.0						
Redes sociales (Facebook u otras)	No	No	No	No	No	
Redes de información (Twitter)	No	No	No	No	No	

Fuente: (Elaboración propia)

3.2.6.- ESTUDIO DE ARQUITECTURA: CARLOS FERRATER

ESTUDIO DE ARQUITECTURA:	CARLOS FERRATER
FUENTE:	www.ferrater.com



Fuente: (www.ferrater.com)

La tabla de análisis general sobre los atributos informativos en cada web en **el estudio de arquitectura de CARLES FERRATER** responde a las siguientes características:

Recurso	Si / No	Número (en el conjunto de la web)	Presencia en portada	Presencia dentro de una sección de la web	Presencia autónoma	Otros comentarios
Tipología de atributos informativos en cada web						
Texto	Si	Gran número	No	Si		
Fotografías	Si	Bucles de fotografías	Bucle de fotografías en portada web	Cada proyecto		
Galería de fotografías	Si	Para cada proyecto	No	Si		
Video	No	No	No	No		
Infografías	Si	Varias	No	Algunos proyectos		
Enlaces	Si	Varios	No	No		

Fuente: (Elaboración propia)

El website del estudio de arquitectura, www.ferrater.com, hace referencia a diferentes noticias relevantes relacionadas con el propio estudio de arquitectura: conferencias, exposiciones, premios,... que puedan resultar de interés para los usuarios o clientes. A modo de panel informativo intenta mantener el interés de los visitantes mediante la actualización periódica de contenidos.

No aparecen noticias de interés ajenas a la participación del propio gabinete.

El website del estudio de arquitectura, www.ferrater.com, explica detalladamente los proyectos realizados como información de interés para los usuarios o clientes.

Recurso	Si / No	Número (en el conjunto de la web)	Presencia en portada	Presencia dentro de una sección de la web	Presencia autónoma	Otros comentarios
Tipologías de mensaje / contenidos predominantes						
Noticia	Si	Gran numero de noticias	No	No	No	
Reportaje	No	No	No	No	No	
Explicación proyecto	Si	Varias	No	Si	No	

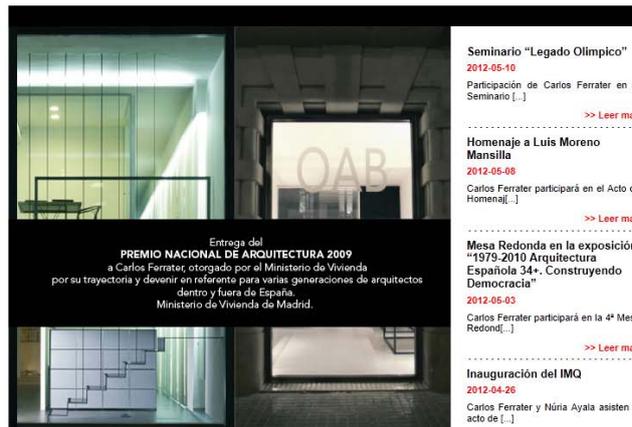
Fuente: (Elaboración propia)

Noticias

OAB
Office of Architecture
in Barcelona

NOTICIAS

PROYECTOS
ESTUDIO
DATA
PRENSA
CONTACTO



BÚSQUEDA

castellano

<http://www.ferrater.com/>



Explicación proyecto

OAB
Office of Architecture
in Barcelona

Categorico
Geográfico
Cronológico

CASAS DE COLONIAS EN VILADOMS

NOTICIAS

PROYECTOS

ESTUDIO

DATA

PRENSA

CONTACTO

Nombre
CASAS DE COLONIAS EN
VILADOMS

Situación
Viladoms, España

Área
Equip. público

Construcción
2010 - 2010

Arquitectos
Nuria Ayala, Carlos Ferrater

Team

TEXTO 01

MEMORIA

Por encargo de la ONGFundació Catalana de l'Espial, estamos trabajando en varios proyectos de casades colonias en diferentes áreas de la geografía catalana como Castellbell i el Vilar, Navés, Sant Joan de les Abadesses... con los criterios de sostenibilidad, durabilidad, adaptabilidad y austeridad que caracterizan los edificios que hemos realizado para ellos. Las principales premisas que se tuvieron en cuenta a la hora de pensar el nuevo albergue fueron las siguientes:

- Proyecto económicamente sostenible. El costo no podía exceder los 450€/m² construidos incluida la urbanización.

- Proyecto multifuncional. Con un bagaje de más de 25 años gestionando escuelas de naturaleza, la Fundación determina que la viabilidad de un equipamiento de estas características debe tener una gran versatilidad. Aspectos como la capacidad de las habitaciones, la distribución, los lavabos, la versatilidad de las salas de actividades, la accesibilidad en todos los espacios...

- Proyecto respetuoso con el entorno. Como parte implícita del proyecto educativo de la Fundación y con la experiencia adquirida en un edificio como CENTRE ESPLAI, la construcción de esta nueva escuela de naturaleza debía contar con sistemas de ahorro energético.

En la primera de las realizaciones, la propuesta de implantación parte de la necesidad urbanística de no exceder el gallo de las edificaciones preexistentes, unos barracones en forma de "L" en un estado muy precario de salubridad e higiene.

BIBLIOGRAFÍA

Catálogos

XI BIENAL ESPAÑOLA DE ARQUITECTURA Y URBANISMO. 2011. Prefinalista p. 464.

Revistas

EDGAR GONZALEZ. Abr. 2012. Lunes de Arquitectura. Diseccionando la Sostenibilidad [BCN] - [MAD].

Link

<http://www.edgargonzalez.com/2012/04/02/lunes-de-arquitectura-diseccionando-la-sostenibilidad-bcn-mad/>

AV MONOGRAFÍAS. Nº147-148. Ene. 2011. Casa de Colonias, Castellbell i el Vilar (Barcelona). p. 228-233.

BAUWELT Nº33. Ago. 2011. Wie aus einem Gues. p. 26-29.

ARQUITECTURA VIVA. Nº137. Ago. 2011.

Colonia Viladoms de OAB. Escuela de Naturaleza. p. 9.

FUNDACIÓ CATALANA DE L'ESPLAI. 2011. Informe Anual 2010, 2011. n. 20.

http://www.ferrater.com/_proyectos/proyectosFrag/fragProyectosDatos.php?id=112&idioma=1F

BÚSQUEDA

castellano

<http://www.ferrater.com/>

El website de la oficina, www.ferrater.com no incorpora ninguna de las principales herramientas de diálogo on-line: Foros, chats y encuestas, resultando paradójico al no estar presente en las más habituales (Facebook o Twitter).

Recurso	Si / No	Número (en el conjunto de la web)	Presencia en portada	Presencia dentro de una sección de la web	Presencia autónoma	Otros comentarios
Herramientas dialógicas						
Foros	No	No	No	No	No	
Chats	No	No	No	No	No	
Encuestas	No	No	No	No	No	

Fuente: (Elaboración propia)

Con relación a la incorporación de plataformas de creación y gestión de contenidos 2.0, www.ferrater.com no utiliza ningún tipo de diario on-line que actualice continuamente sus contenidos, opiniones, etc....



Recurso	Si / No	Número (en el conjunto de la web)	Presencia en portada	Presencia dentro de una sección de la web	Presencia autónoma	Otros comentarios
Plataformas de creación y gestión de contenidos 2.0						
Weblogs	No	No	No	No	No	
Photoblogs	No	No	No	No	No	
Audioblogs	No	No	No	No	No	
Videoblogs	No	No	No	No	No	
Wikis	No	No	No	No	No	

Fuente: (Elaboración propia)

En cuanto a la aparición de contenidos 2.0, www.ferrater.com no hace uso de estas herramientas.

Recurso	Si / No	Número (en el conjunto de la web)	Presencia en portada	Presencia dentro de una sección de la web	Presencia autónoma	Otros comentarios
Contenidos 2.0						
Mashups	No	No	No	No	No	
Podcasts	No	No	No	No	No	
Lectores RSS	No	No	No	No	No	
Servicios para telefonía móvil	No	No	No	No	No	

Fuente: (Elaboración propia)

El estudio de arquitectura de Carles Ferrater , www.ferrater.com , no utiliza ningún tipo de marcadores sociales o etiquetas en su página web.

Recurso	Si / No	Número (en el conjunto de la web)	Presencia en portada	Presencia dentro de una sección de la web	Presencia autónoma	Otros comentarios
Metacontenidos						
Etiquetas o tags	No	No	No	No	No	
Folksonomía (Folksonomy)	No	No	No	No	No	
Marcadores sociales (Social bookmarking)	No	No	No	No	No	

Fuente: (Elaboración propia)

El estudio de arquitectura de Carles Ferrater , www.ferrater.com no permite en ninguno de los apartados de su website la participación directa de sus clientes ni de usuarios de la plataforma en general.

Recurso	Si / No	Número (en el conjunto de la web)	Presencia en portada	Presencia dentro de una sección de la web	Presencia autónoma	Otros comentarios
Participación directa de los usuarios						
Personalización de página de inicio	No	No	No	No	No	
Herramientas para la votación de los contenidos por los usuarios	No	No	No	No	No	

Fuente: (Elaboración propia)

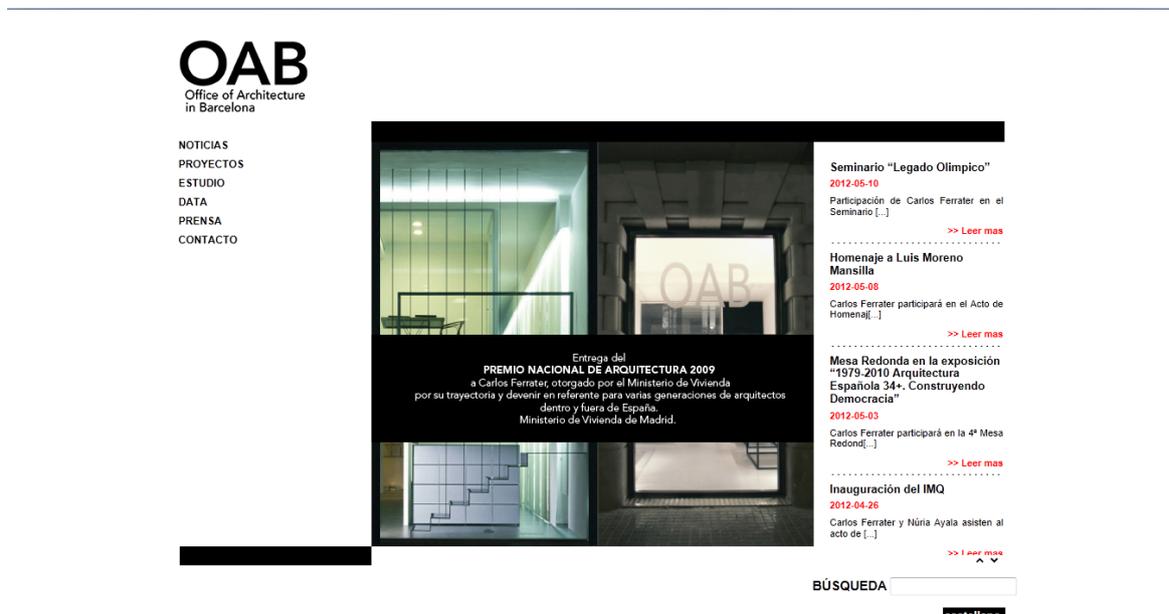
En cuanto a otros servicios de la web 2.0, tan extendidos y utilizados en la actualidad diariamente por millones de usuarios, www.ferrater.com no hace ningún uso de ellos para comunicarse con sus actuales clientes o lo que es también muy importante, con potenciales clientes usuarios del cibermedio.

Señalar que implanta un sistema de búsqueda por palabras que facilite el acceso a la información, proyectos, noticias, buscadas.



Recurso	Si / No	Número (en el conjunto de la web)	Presencia en portada	Presencia dentro de una sección de la web	Presencia autónoma	Otros comentarios
Otros servicios de la web 2.0						
Redes sociales (Facebook u otras)	No	No	No	No	No	
Redes de información (Twitter)	No	No	No	No	No	
Otros (especificar)	Buscador en web	1	Si			Sólo busca edificios

Fuente: (Elaboración propia)



OAB
Office of Architecture
in Barcelona

NOTICIAS
PROYECTOS
ESTUDIO
DATA
PRENSA
CONTACTO

Entraga del PREMIO NACIONAL DE ARQUITECTURA 2009 a Carlos Ferrater, otorgado por el Ministerio de Vivienda por su trayectoria y devenir en referente para varias generaciones de arquitectos dentro y fuera de España. Ministerio de Vivienda de Madrid.

Seminario "Legado Olímpico"
2012-05-10
Participación de Carlos Ferrater en el Seminario [...]
[» Leer mas](#)

Homenaje a Luis Moreno Mansilla
2012-05-08
Carlos Ferrater participará en el Acto de Homenaj[...]
[» Leer mas](#)

Mesa Redonda en la exposición "1979-2010 Arquitectura Española 34+. Construyendo Democracia"
2012-05-03
Carlos Ferrater participará en la 4ª Mesa Redond[...]
[» Leer mas](#)

Inauguración del IMQ
2012-04-26
Carlos Ferrater y Núria Ayala asisten al acto de [...]
[» Leer mas](#)

BÚSQUEDA

castellano

BÚSQUEDA



3.2.7.- ESTUDIO DE ARQUITECTURA: ENRIC MIRALLES - BENEDETTA TAGLIABUE

ESTUDIO DE ARQUITECTURA:	ENRIC MIRALLES - BENEDETTA TAGLIABUE
FUENTE:	www.mirallestagliabue.com

TABLA GENERAL DE USO DE LOS RECURSOS DE LA WEB 2.0

ENRIC MIRALLES



Fuente: (www.mirallestagliabue.com)

La tabla de análisis general sobre los atributos informativos en cada web en **el estudio de arquitectura de ENRIC MIRALLES Y BENEDETTA TAGLIABUE** responde a las siguientes características:

Recurso	Si / No	Número (en el conjunto de la web)	Presencia en portada	Presencia dentro de una sección de la web	Presencia autónoma	Otros comentarios
Tipología de atributos informativos en cada web						
Texto	Si	Gran cantidad	No	Si		
Fotografías	Si	Gran cantidad	Si	Si		
Galería de fotografías	Si	Cada proyecto	No	Si		
Video	Si	1	No	No		
Infografías	Si	Varias	No	No		
Enlaces	Si	Varios	No	No		

Fuente: (Elaboración propia)

El website del estudio de arquitectura, www.mirallestagliabue.com, hace referencia a diferentes noticias relevantes relacionadas con el propio estudio de arquitectura: conferencias, exposiciones, premios,... que puedan resultar de interés para los usuarios o clientes. No aparecen noticias de interés ajenas a la participación del propio gabinete.

El website del estudio de arquitectura, www.mirallestagliabue.com, explica detalladamente los proyectos realizados como información de interés para los usuarios o clientes.

Recurso	Si / No	Número (en el conjunto de la web)	Presencia en portada	Presencia dentro de una sección de la web	Presencia autónoma	Otros comentarios
Tipologías de mensaje / contenidos predominantes						
Noticia	Si	Gran numero	No	No		
Reportaje	No	No	No	No		
Explicación proyecto	Si	Varias	No	Si		

Fuente: (Elaboración propia)



Explicación proyecto



projects



Italian Pavilion for the 54th Venice Biennale 2011, International Art Exhibition
2011 Venice ITALY
Italian Pavilion, 150 years of unity. Vittorio Spargi, as a curator.
Our design attempts to respond to the following criteria: The Pavilion is designed to be like the house of a collector who loves complexity.
Benedetta Tagliabue has created a space where art lives with literature, as it does



Third International Gardening Contest BilbaoGarden 2011
2011 Bilbao SPAIN
The purpose of the third edition of BilbaoGarden 2011 is to create 20 new spaces in our city, 20 personal and creative conceptions of modern gardening.
Contestants must set up their Projects on a surface of approximately 80m2, surrounded by ecological sleepers supporting a vegetal bedding approximately 45cm high.



Extension of Youth Music School
Hamburg GERMANY
The new auditorium with the main entrance foyer completes the program of the youth music school, finished in 1998.
The extension, which was designed 10 years after the original project, is located in the narrow space between the old school and the new youth music school and creates a new passage between them.



Campus of Fudan University School of Management
Shanghai CHINA
First Prize in Competition, June 2011
Fudan University is one of the oldest and most selective universities in China.
The new campus of the Fudan University offers the perfect opportunity to embody the spirit of Fudan in the new buildings.
All the public gathering spaces of the new buildings are covered by a roof-landscape. "Heavenly lights" can now be experienced everyday by the students while they study and gather at the university.



Tower Excellence Housai
Shenzhen CHINA
This project has a strong iconic component and responds to a peculiar geometry, which reflects an effect of torsion and is distantly inspired by the apparent movement of the wider panels of the spanish pavilion in Shanghai



Comic and Animation Museum and Plaza Competition, White Horse Lake, Hangzhou
Hangzhou CHINA
Finalist
The magical island will be a complete experience with natural and artificial features that will play together with the comic museum experience.
A whole reinvention of the concept of a museum experience, a very brand new concept that will be thought exclusively for the city of Hangzhou and for China; making it become a world unique reference in its field.



Plaza Ricard Viñes
2010 Lleida SPAIN
2010
We propose an open space featuring a labyrinthine path guiding the steps of those dancing the spring dance around the central feature - a feature that generates and guides the movement of the dance, filling the surround space with life. People and traffic will move differently in Ricard Viñes Square, where pedestrians will own the public space



Zhang Da Qian Museum
Neijiang CHINA
The painter Zhang Da Qian was born in Neijiang. He is known as the most legendary master of Chinese painting during the 20th century.
Neijiang city is Zhang Da Qian's hometown, the city is promoting itself by emphasizing Zhang Da Qian's art. The site is located peak of Dong Tong Lu, Yuan mountain, west of Xi Lin monastery, south of Tuo River.



International Horticulture Exhibition Xian 2011
Xian CHINA
The atmosphere condition of Chinese landscape paintings is sought for this garden.
Building an artificial scenario as natural as possible where to play the illusion of nature.
The materials chosen for the garden should come from the earth to get the sensation of being in contact with nature when feeling the texture of stones with your hands and with your feet.
We would like to use

http://www.mirallestagliabue.com/projects_all.asp

projects

Italian Pavilion for the 54th Venice Biennale 2011, International Art Exhibition

Allocation Date: April 2011

Inauguration Date: June 2011

Venue: ITALY

Customer: Biennale d'Arte di Venezia

DETAILS

- > Conceptual memory
- > Technical specifications

IMAGES

- > collage

Images: collage |

< | pause | >

MIRALLE/TAGLIABUE-EMBT

© Enric Miralles - Benedetta Tagliabue | EMBT
Passatge de la Pau, 10 bis, pral. 08002 Barcelona - Spain // T +34 93 412 53 42 / F +34 93 412 37 18 / M info@mirallestagliabue.com

PRACTICES IN EMBT

> Send your curriculum to make your practices in the studio

PROJECTS | PUBLICATIONS | MARKETING | EMBT SHANGHAI

<http://www.mirallestagliabue.com/project.asp?id=177>

El website de la oficina, www.mirallestagliabue.com no incorpora ninguna de las principales herramientas de diálogo on-line: Foros, chats y encuestas.



Recurso	Si / No	Número (en el conjunto de la web)	Presencia en portada	Presencia dentro de una sección de la web	Presencia autónoma	Otros comentarios
Herramientas dialógicas						
Foros	No	No	No	No		
Chats	No	No	No	No		
Encuestas	No	No	No	No		

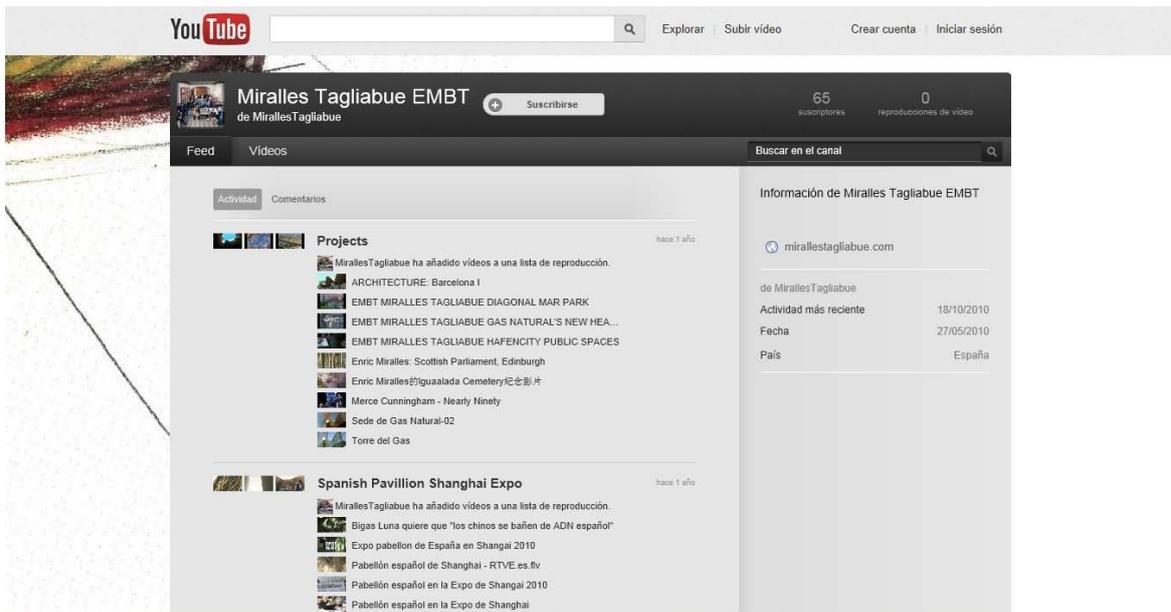
Fuente: (Elaboración propia)

Con relación a la incorporación de plataformas de creación y gestión de contenidos 2.0, www.mirallestagliabue.com utiliza la herramienta videoblog como diario on-line que actualiza continuamente sus contenidos, opiniones, etc.

Recurso	Si / No	Número (en el conjunto de la web)	Presencia en portada	Presencia dentro de una sección de la web	Presencia autónoma	Otros comentarios
Plataformas de creación y gestión de contenidos 2.0						
Weblogs	No	No	No	No		
Photoblogs	No	No	No	No		
Audioblogs	No	No	No	No		
Videoblogs	Si	1	Si	No		
Wikis	No	No	No	No		

Fuente: (Elaboración propia)

Desde el enlace a **Youtube** puedes acceder directamente a un **canal** en la plataforma donde aparecen diferentes videos sobre entrevistas, explicación de proyectos,...



> Visit EMBT in



En cuanto a la aparición de contenidos 2.0, www.mirallestagliabue.com no hace uso de estas herramientas.

Recurso	Sí / No	Número (en el conjunto de la web)	Presencia en portada	Presencia dentro de una sección de la web	Presencia autónoma	Otros comentarios
Contenidos 2.0						
Mashups	No	No	No	No		
Podcasts	No	No	No	No		
Lectores RSS	No	No	No	No		
Servicios para telefonía móvil	No	No	No	No		

Fuente: (Elaboración propia)



El estudio de arquitectura de Enric Miralles y Benedeta Tagliabue ,
www.mirallestagliabue.com , no utiliza ningún tipo de marcadores sociales o etiquetas en su página web.

Recurso	Si / No	Número (en el conjunto de la web)	Presencia en portada	Presencia dentro de una sección de la web	Presencia autónoma	Otros comentarios
Metacontenidos						
Etiquetas o tags	No	No	No	No		
Folksonomía (Folksonomy)	No	No	No	No		
Marcadores sociales (Social bookmarking)	No	No	No	No		

Fuente: (Elaboración propia)

El estudio de arquitectura de Enric Miralles y Benedeta Tagliabue,
www.mirallestagliabue.com no permite en ninguno de los apartados de su website la participación directa de sus clientes ni de usuarios de la plataforma en general.

Recurso	Si / No	Número (en el conjunto de la web)	Presencia en portada	Presencia dentro de una sección de la web	Presencia autónoma	Otros comentarios
Participación directa de los usuarios						
Personalización de página de inicio	No	No	No	No		
Herramientas para la votación de los contenidos por los usuarios	No	No	No	No		

Fuente: (Elaboración propia)



En cuanto a otros servicios de la web 2.0, tan extendidos y utilizados en la actualidad diariamente por millones de usuarios, **el estudio de arquitectura de Enric Miralles y Benedeta Tagliabue**, www.mirallestagliabue.com está presente en Facebook .

Recurso	Si / No	Número (en el conjunto de la web)	Presencia en portada	Presencia dentro de una sección de la web	Presencia autónoma	Otros comentarios
Otros servicios de la web 2.0						
Redes sociales (Facebook u otras)	Si	1	Si	No		
Redes de información (Twitter)	No	No	No	No		

Fuente: (Elaboración propia)

Enlace directo a la página de Facebook donde además de los datos de contacto y presentar **2.459 "me gusta"** en el momento de la impresión de pantalla, presenta los últimos proyectos realizados a partir de fotografías y pequeños comentarios así como conferencias, exposiciones donde el estudio está actualmente participando.

Numerosas noticias pero todas ellas relativas al estudio: apariciones en prensa, televisión etc,....

Aparecen muchos comentarios de sus seguidores por cada una de las informaciones colgadas.

CAPPRIOTTO ROMANO

REAL ACADEMIA DE ESPAÑA
 Piazza di san Pietro in Montorio, 3
 00153 Roma
 academiadispagnaroma.wordpress.com
 www.raer.it

MAY 10th - JUNE 10th 2012
 Free Entrance
 10.00 - 21.00hr.

MIRALLE/TAGLIABUE-EMBT

© Enric Miralles - Benedetta Tagliabue | EMBT
 Passage de la Flau, 10 bis, pral. 08002 Barcelona - Spain // T +34 93 412 53 42 / F +34 93 412 37 18 / M info@mirallesstagliabue.com

PRACTICES IN EMBT
 > Send your curriculum to make your practices in the studio

PROJECTS | PUBLICATIONS | MARKETING | EMBT SHANGHAI
 Web Credits

> Visit EMBT in

> Visit EMBT in

3.2.8.- ESTUDIO DE ARQUITECTURA: MANUEL DE SOLÀ

ESTUDIO DE ARQUITECTURA:	MANUEL DE SOLÀ
FUENTE:	www.manueldesola.com



Fuente: (www.manueldesola.com)

Página web que cumple con todos los requisitos de la web estática, más propia de los años 90, donde el arquitecto se limita a mostrar los proyectos realizados sin dar ninguna opción de participación, de consulta, de información a través de noticias actuales,...Es uno de los casos en los que una vez visitada la página, no se despierta ningún interés en volver a la misma por entender que seguirá exactamente igual a como la encontramos.

La tabla de análisis general sobre los atributos informativos en cada web en **el estudio de arquitectura de MANUEL DE SOLÀ** responde a las siguientes características:

Recurso	Si / No	Número (en el conjunto de la web)	Presencia en portada	Presencia dentro de una sección de la web	Presencia autónoma	Otros comentarios
Tipología de atributos informativos en cada web						
Texto	Si	Gran número	Si	Si		
Fotografías	SI	Gran número	Si	Si		
Galería de fotografías	No	No	No	No		
Video	No	No	No	No		
Infografías	Si	Varias	Si	Si		
Enlaces	No	No	No	No		

Fuente: (Elaboración propia)

El website del estudio de arquitectura, www.manueldesola.com, explica detalladamente los proyectos realizados como información de interés para los usuarios o clientes.

Recurso	Si / No	Número (en el conjunto de la web)	Presencia en portada	Presencia dentro de una sección de la web	Presencia autónoma	Otros comentarios
Tipologías de mensaje / contenidos predominantes						
Noticia	No	No	No	No		
Reportaje	No	No	No	No		
Explicación proyecto	Si	Gran cantidad	No	SI		

Fuente: (Elaboración propia)

Explicación de proyecto

PROYECTES Manuel de Solà

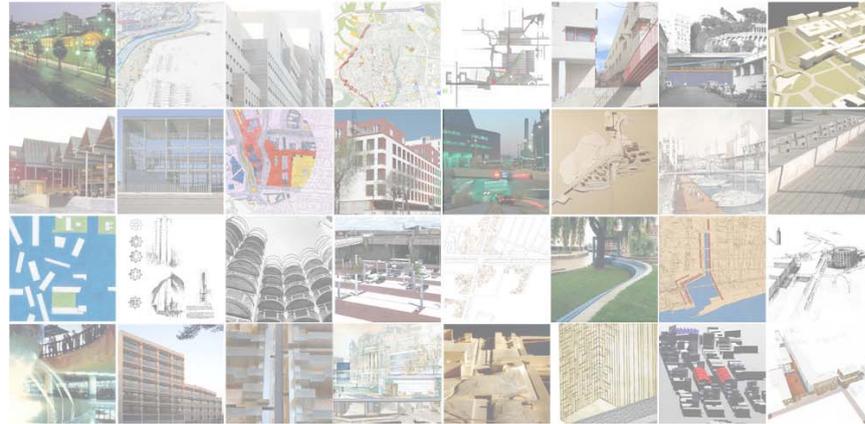
Avenir, Barcelona 1967
Moll de la fusta, Barcelona 1984
 Plaça de la Marina, Màlaga 1985-1989
 Port Urbà, Badalona 1988-1994
 Sottanopoli, Napoli 1988
 Hotel Pla de Palau, Barcelona 1989-1990
 De Eijlande, Antwerpen 1990-1993
 Alexanderplatz, Rotterdam 1990
 Alexanderplatz, Berlin 1990
 La Sang, Alcoy 1992-2002

Illa Diagonal, Barcelona 1992
Winschoterkade, Groningen 1994-1995
 Sottocorso, Génova 1996-1997
 Public Space Plan, Almeria 1996-1998
Ville Port, Saint-Nazaire 1996-2002
Stationsplein, Leuven 1996-2002
 Front marítim, Thessaloniki 1997
 Gran Via, Barcelona 1997
Porto Vecchio, Trieste 1998-1999
 Passeig Atlàntic, Porto 1999-2002

Pla General, Terrassa 2000-2003
Rijnboog, Arnhem 2000-2009
 La Requintada, Barcelona 2001-2009
 22@Poblenou, Barcelona 2001
 Oberdorfstrasse, Santo Domingo 2002
Estació Intermodal, Leuven 2002
 Scheveningen, Den Haag 2002-....
 Edificio Transparente, Porto 2002
Torre-sana, Terrassa 2006-....
Operaplein, Ambers 2004-....

Casernes de Sant Andreu, Barcelona 2004-...
Vapor Gran, Terrassa 2002-2007
El Carme, Reus 2002-....
Casernes Sant Andreu UH03, Barcelona 2007-2011
Torre-sana Edifici G1/1, Terrassa 2007-2011
ARE Montesa, Barcelona 2007-2008
ARE Lleida, Lleida 2007-2008
El Carme Equipment, Reus 2008-2011
Prat Nord 6+6, Barcelona 2008
 Porte des Gaves, Pau 2010-....

CAT/ENG
 intel



<http://www.manueldesola.com/projects.htm>

Moll de la fusta Barcelona, 1982

Pla director: Urbanització i Edificació, 97.000 m² d'espai públic (750 m x 7,5x2 Rondes + Parking 10.500 m²)

Ordenació de la façana marítima de Barcelona i operació d'obertura de la ciutat històrica de Barcelona cap al mar. Sobre els 130 m del passeig de Colom conflueixen múltiples demandes de caràcter infraestructural i cívic: Traçat de la Ronda Litoral (4 carrils), el Passeig de Colom (6+2 carrils en superfície), aparcament públic, trànsits peatonals cap el front de mar, demanda d'una quantitat substancial d'espais públics.

La seqüència d'infraestructures s'ordena i acumula sobre l'escassa franja lliure entre la façana urbana i el front marítim. Es resol en una secció oberta al mar que emfatitza la relació entre les infraestructures i els usos ciutadans. A nivell de la ciutat, un gran passeig a miode de balcó domina l'espai del port i resol l'obertura de la ciutat al mar. El nivell del port presenta una gran explanada per grans actes de la ciutat.

Manuel de Solà-Morales, arq. amb Joaquim Pascual, Ing. Industrial, Jordi Torella, Ing. CCP
 Col·laboradors: Oriol Clos, Josep Quintana, Dolores Febles, arquitectes.

CAT/ENG
 intel



<http://www.manueldesola.com/proys/Moll de la Fusta.htm>

El website de la oficina, www.manueldesola.com, no incorpora ninguna de las principales herramientas de diálogo on-line: Foros, chats y encuestas.



Recurso	Si / No	Número (en el conjunto de la web)	Presencia en portada	Presencia dentro de una sección de la web	Presencia autónoma	Otros comentarios
Herramientas dialógicas						
Foros	No	No	No	No		
Chats	No	No	No	No		
Encuestas	No	No	No	No		

Fuente: (Elaboración propia)

Con relación a la incorporación de plataformas de creación y gestión de contenidos 2.0, www.manueldesola.com no utiliza ningún tipo de diario on-line que actualice continuamente sus contenidos, opiniones, etc....

Recurso	Si / No	Número (en el conjunto de la web)	Presencia en portada	Presencia dentro de una sección de la web	Presencia autónoma	Otros comentarios
Plataformas de creación y gestión de contenidos 2.0						
Weblogs	No	No	No	No		
Photoblogs	No	No	No	No		
Audioblogs	No	No	No	No		
Videoblogs	No	No	No	No		
Wikis	No	No	No	No		

Fuente: (Elaboración propia)

En cuanto a la aparición de contenidos 2.0, www.manueldesola.com no hace uso de estas herramientas.

Recurso	Si / No	Número (en el conjunto de la web)	Presencia en portada	Presencia dentro de una sección de la web	Presencia autónoma	Otros comentarios
Contenidos 2.0						
Mashups	No	No	No	No	No	
Podcasts	No	No	No	No	No	
Lectores RSS	No	No	No	No	No	
Servicios para telefonía móvil	No	No	No	No	No	

Fuente: (Elaboración propia)

El estudio de arquitectura de Manuel de Solà Morales , www.manueldesola.com , no utiliza ningún tipo de marcadores sociales o etiquetas en su página web.

Recurso	Si / No	Número (en el conjunto de la web)	Presencia en portada	Presencia dentro de una sección de la web	Presencia autónoma	Otros comentarios
Metacontenidos						
Etiquetas o tags	No	No	No	No	No	
Folksonomía (Folksonomy)	No	No	No	No	No	
Marcadores sociales (Social bookmarking)	No	No	No	No	No	

Fuente: (Elaboración propia)

El estudio de arquitectura de Manuel de Solà Morales , www.manueldesola.com no permite en ninguno de los apartados de su website la participación directa de sus clientes ni de usuarios de la plataforma en general.

Recurso	Si / No	Número (en el conjunto de la web)	Presencia en portada	Presencia dentro de una sección de la web	Presencia autónoma	Otros comentarios
Participación directa de los usuarios						
Personalización de página de inicio	No	No	No	No	No	
Herramientas para la votación de los contenidos por los usuarios	No	No	No	No	No	

Fuente: (Elaboración propia)

En cuanto a otros servicios de la web 2.0, tan extendidos y utilizados en la actualidad diariamente por millones de usuarios, www.manueldesola.com no hace ningún uso de ellos para comunicarse con sus actuales clientes o lo que es también muy importante, con potenciales clientes usuarios del cibermedio.

Recurso	Si / No	Número (en el conjunto de la web)	Presencia en portada	Presencia dentro de una sección de la web	Presencia autónoma	Otros comentarios
Otros servicios de la web 2.0						
Redes sociales (Facebook u otras)	No	No	No	No	No	
Redes de información (Twitter)	No	No	No	No	No	

Fuente: (Elaboración propia)

3.2.9.- ESTUDIO DE ARQUITECTURA: VICENTE GUALLART

ESTUDIO DE ARQUITECTURA:	VICENTE GUALLART
FUENTE:	www.guallart.com

Guallart Architects

projects
blog
books
background
contact
links



Fuente: (www.guallart.com)

La tabla de análisis general sobre los atributos informativos en cada web en **el estudio de arquitectura de VICENTE GUALLART** responde a las siguientes características:

Recurso	Si / No	Número (en el conjunto de la web)	Presencia en portada	Presencia dentro de una sección de la web	Presencia autónoma	Otros comentarios
Tipología de atributos informativos en cada web						
Texto	Si	Gran cantidad	No	Si		
Fotografías	Si	Gran cantidad	Si	Si		
Galería de fotografías	Si	Pocas	No	Si		
Video	No	No	No	No		
Infografías	Si	Varias	No	Si		
Enlaces	Si	10	Si	Si		

Fuente: (Elaboración propia)

La web presenta una pestaña que te redirecciona a una serie de enlaces de interés para los usuarios ávidos de conocimiento sobre la actualidad del despacho.

Guallart Architects

projects	Links
blog	laac.net
books	laacblog.com
background	hyperhabitat.net
contact	Sociopolis.net
links	Fablab.es
	Fablabbcn.org/fabacademy
	Fablabhouse.com
	Advancedarchitecturecontest.org
	Canvalidaura.com
	Greenfablab.org



El website del estudio de arquitectura, www.guallart.com, explica detalladamente los proyectos realizados como información de interés para los usuarios o clientes.

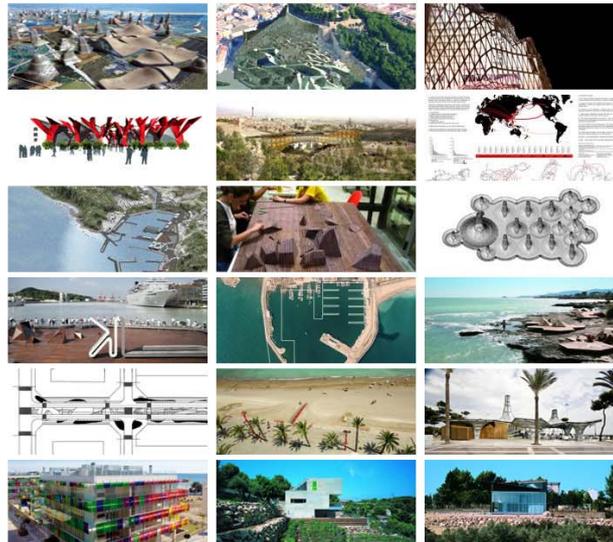
Recurso	Si / No	Número (en el conjunto de la web)	Presencia en portada	Presencia dentro de una sección de la web	Presencia autónoma	Otros comentarios
Tipologías de mensaje / contenidos predominantes						
Noticia	No	No	No	No		
Reportaje	No	No	No	No		
Explicación proyecto	Si	Gran cantidad	Si	Si		

Fuente: (Elaboración propia)

Explicación proyecto

Guallart Architects

[projects](#)
[blog](#)
[books](#)
[background](#)
[contact](#)
[links](#)



<http://www.guallart.com/projects>

Guallart Architects

projects
blog
books
background
contact
links



HYPERCATALUNYA

Barcelona. Spain 2003
MACBA Exhibition

In 2003 we carried out a study called HyperCatalunya, which sought to identify the potentialities of Catalonia as city. The project was undertaken in conjunction with specialists in the different strata of information that configure the territory (nodes, networks and environments) with the aim of discovering new categories of projects with which to address the habitability of a territory in the process of urbanization.

If our cities have grown over the centuries without acknowledging any limit to their growth, in the last forty years Paris and London—and Barcelona to a lesser degree—have discovered that there is no longer any vacant land on which to expand. Our research revealed that if the accelerating urbanization of Catalonia continued at the present rate there would be no more land to build on anywhere in the country by 2375.

Projects that once seemed infinitely extended in time eventually reach completion. Barcelona's Eixample 'new town' was built in 60 years, and the metropolitan area in 80. This being so, there should be a plan to design, occupy and manage ever larger territories — cities, countries and continents.

Why should our cities, including even those areas most deficient in urban structures, be conserved as they are today? What percentage of the beauty of a city that attracts tourists from around the world are we willing to gamble in transforming it, in exchange for what percentage of increased efficiency and capacity to attract contemporary global functions into our city centres? Constructing the city on itself must be part of a new strategic project, willing to learn from the founding geographic and environmental values of the city. The material from which our cities are constructed can no longer be the same in an era in which there is no longer a virgin natural environment from which to extract raw materials.

We therefore consider that inhabiting the territory should be based on a process of landscape engineering, a hybridizing of natural and artificial structures to create new materialities. Buildings are thus more an eruption of a preformative magma capable of being inhabited than an inert structure that needs to draw energy from its environment to survive. If architecture is landscape, buildings are mountains

Credits:

Exhibition Date: 2003

Client: Generalitat de Catalunya, Institut Català del Sòl

Architecture: Guallart Architects

Main architects: Vicente Guallart, María Díaz, Lucas Cappelli

Collaborators: Leonardo Novelo, Lucas Jagodnik, Horacio Suaya, Sonia Sosa, Diego Dragotto, Carla Molinari

3D images: Tobias Laarman, Lucas Cappelli

<http://www.guallart.com/projects/hipercatalunya>

El website de la oficina, www.guallart.com, no incorpora ninguna de las principales herramientas de diálogo on-line: Foros, chats y encuestas.

Recurso	Si / No	Número (en el conjunto de la web)	Presencia en portada	Presencia dentro de una sección de la web	Presencia autónoma	Otros comentarios
Herramientas dialógicas						
Foros	No	No	No	No		
Chats	No	No	No	No		
Encuestas	No	No	No	No		

Fuente: (Elaboración propia)

Con relación a la incorporación de plataformas de creación y gestión de contenidos 2.0, www.guallart.com utiliza la herramienta videoblog como diario on-line que actualiza continuamente sus contenidos, opiniones, etc....



Recurso	Si / No	Número (en el conjunto de la web)	Presencia en portada	Presencia dentro de una sección de la web	Presencia autónoma	Otros comentarios
Plataformas de creación y gestión de contenidos 2.0						
Weblogs	Si	1	Si	No		
Photoblogs	No	No	No	No		
Audioblogs	No	No	No	No		
Videoblogs	No	No	No	No		
Wikis	No	No	No	No		

Fuente: (Elaboración propia)

Weblogs



The screenshot shows the homepage of the website 'VICENTE GUALLART LÓGICA NATURAL'. The main content area features a blog post titled 'Primera piedra. Fugee, Taiwán.' dated '24 Febrero 2009 | 13:02'. To the left is a navigation menu with categories like 'EXPOSICIÓN', 'ROCAS', 'PARAMÉTRICAS', 'MICROCOSTAS', 'VINAROS', 'ÁRBOLES', 'PARAMÉTRICOS', and 'SOMBRILLAS FUGEE'. To the right is a sidebar with sections 'DOCS' (listing 'ENTREVISTAS (1)', 'FABRICACIÓN (6)', 'FOTOS (13)', 'IVAM EXHIBITION (1)', 'RESEÑAS (22)', 'TECNOLOGÍA (4)', 'TEXTOS (7)') and 'G-ZONE' (listing 'G-TEXT (3)', 'G-LOGICS (2)', 'G-NETWORK (1)', 'G-PROJECTS (9)'). At the bottom, there is a 'GUALLART NEXT' section and a navigation bar for the month of April 2012.

En cuanto a la aparición de contenidos 2.0, www.guallart.com no hace uso de estas herramientas.

Recurso	Si / No	Número (en el conjunto de la web)	Presencia en portada	Presencia dentro de una sección de la web	Presencia autónoma	Otros comentarios
Contenidos 2.0						
Mashups	No	No	No	No		
Podcasts	No	No	No	No		
Lectores RSS	No	No	No	No		
Servicios para telefonía móvil	No	No	No	No		

Fuente: (Elaboración propia)

El estudio de arquitectura de Vicente Gullart , www.gullart.com, no utiliza ningún tipo de marcadores sociales o etiquetas en su página web.

Recurso	Si / No	Número (en el conjunto de la web)	Presencia en portada	Presencia dentro de una sección de la web	Presencia autónoma	Otros comentarios
Metacontenidos						
Etiquetas o tags	No	No	No	No		
Folksonomía (Folksonomy)	No	No	No	No		
Marcadores sociales (Social bookmarking)	No	No	No	No		

Fuente: (Elaboración propia)

El estudio de arquitectura de Vicente Gullart , www.gullart.com no permite en ninguno de los apartados de su website la participación directa de sus clientes ni de usuarios de la plataforma en general.

Recurso	Si / No	Número (en el conjunto de la web)	Presencia en portada	Presencia dentro de una sección de la web	Presencia autónoma	Otros comentarios
Participación directa de los usuarios						
Personalización de página de inicio	No	No	No	No		
Herramientas para la votación de los contenidos por los usuarios	No	No	No	No		

Fuente: (Elaboración propia)

En cuanto a otros servicios de la web 2.0, tan extendidos y utilizados en la actualidad diariamente por millones de usuarios, www.guallart.com no hace ningún uso de ellos para comunicarse con sus actuales clientes o lo que es también muy importante, con potenciales clientes usuarios del cibermedio.

Recurso	Si / No	Número (en el conjunto de la web)	Presencia en portada	Presencia dentro de una sección de la web	Presencia autónoma	Otros comentarios
Otros servicios de la web 2.0						
Redes sociales (Facebook u otras)	No	No	No	No		
Redes de información (Twitter)	No	No	No	No		

Fuente: (Elaboración propia)

3.2.10.- ESTUDIO DE ARQUITECTURA: ABALOS + HERREROS

ESTUDIO DE ARQUITECTURA:	ABALOS + HERREROS
FUENTE:	www.herrer SARQUITECTOS.COM

TABLA GENERAL DE USO DE LOS RECURSOS DE LA WEB 2.0

HERREROS

Hacer [acerca herrer SARQUITECTOS](#) | [proyectos](#) | [publicaciones](#) | [media](#) | [eventos](#) | [grupo](#) | [contacto](#) english

Noticias

Premio VIII BIALA:
El Proyecto Madrid Centro ha sido premiado en la VIII Bienal de Arquitectura y Urbanismo en la categoría de Trabajos de Investigación Aplicada.

Premio AR House Award:
La Casa Garaña 18.1 ha sido premiada por la Architectural Review junto con otras 4 obras en el Concurso AR House Award 2012.

Selección premios europeos de Urbanismo:
El Proyecto Madrid Centro ha sido seleccionado por la AETU para concurrir con su apoyo a los Premios Europeos de Urbanismo que otorga el Consejo Europeo de Urbanistas.

Máxima puntuación:
Nuestro proyecto en el Concurso Internacional para la Nueva Estación Intermodal de Santiago de Compostela Plaza, balcón, puerta ha sido calificado por el jurado con la máxima puntuación entre las 7 propuestas presentadas.

Próximos eventos

1.23 mayo:
Conferencia de Juan Herreros en sobre Educación y diseño, dentro del ciclo Bauhaus lectures 2012, Bauhaus Dessau, Alemania.

1.11 junio:
Juan Herreros participa en el ciclo abierto de conferencias UZKMonday, Berlin, Alemania.

1.14 junio:
Conferencia de Juan Herreros "Play-Boxes for Fun" para la clausura del Curso de Especialización en Instalaciones Efímeras de la ETSAM, Madrid.

1.19 junio:
Juan Herreros participa en el coloquio Processing environment organizado por la AA Visiting School Bilbao-San Sebastián en el Museo Guggenheim de Bilbao.



leer más +

© Juan Herreros Arquitectos, SL. Todos los derechos reservados.

Fuente: (www.herrer SARQUITECTOS.COM)

Web de excesivo carácter estático para un despacho de fuerte presencia en las revistas de actualidad arquitectónica.



La tabla de análisis general sobre los atributos informativos en cada web en **el estudio de arquitectura de ABALOS + HERREROS** responde a las siguientes características:

Recurso	Si / No	Número (en el conjunto de la web)	Presencia en portada	Presencia dentro de una sección de la web	Presencia autónoma	Otros comentarios
Tipología de atributos informativos en cada web						
Texto	Si	Gran cantidad	Si	Si		
Fotografías	Si	Gran cantidad	Bucle de fotografías	Si		
Galería de fotografías	No	No	No	No		
Video	Si	2	No	Si		
Infografías	Si	Gran cantidad	Si	Si		

Fuente: (Elaboración propia)

El website del estudio de arquitectura, www.herrerosarquitectos.com, hace referencia a diferentes noticias relevantes relacionadas con el propio estudio de arquitectura: conferencias, exposiciones, premios,... que puedan resultar de interés para los usuarios o clientes. No aparecen noticias de interés ajenas a la participación del propio gabinete.

El website del estudio de arquitectura, www.herrerosarquitectos.com, explica detalladamente los proyectos realizados como información de interés para los usuarios o clientes.

Recurso	Si / No	Número (en el conjunto de la web)	Presencia en portada	Presencia dentro de una sección de la web	Presencia autónoma	Otros comentarios
Tipologías de mensaje / contenidos predominantes						
Noticia	Si	4	Si	No		
Reportaje	No	No	No	No		
Explicación proyecto	Si	Gran cantidad	No	Si		

Fuente: (Elaboración propia)



Noticias

Hacer clic para ir a: [acerca herrerosarquitectos](#)

[} proyectos](#) [} publicaciones](#) [} media](#) [} eventos](#) [} grupo](#) [} contacto](#)

[english](#)

Noticias

Premio VIII BIAU:
El Proyecto Madrid Centro ha sido premiado en la VIII Bial de Arquitectura y Urbanismo en la categoría de Trabajos de Investigación Aplicada.

Premio AR House Award:
La Casa Garzoa 10.1 ha sido premiada por la Architectural Review junto con otras 4 obras en el Concurso AR House Awards 2012.

Selección premios europeos de Urbanismo:
El Proyecto Madrid Centro ha sido seleccionado por la AETU para concurrir con su apoyo a los Premios Europeos de Urbanismo que otorga el Consejo Europeo de Urbanistas.

Máxima puntuación:
Nuestro proyecto en el Concurso Internacional para la Nueva Estación Intermodal de Santiago de Compostela Plaza, balcón, puerta ha sido calificado por el jurado con la máxima puntuación entre las 7 propuestas presentadas.

Próximos eventos

1.23 mayo:
Conferencia de Juan Herreros en sobre Educación y diseño, dentro del ciclo Bauhaus lectures 2012, Bauhaus Dessau, Alemania.

1.11 junio:
Juan Herreros participa en el ciclo abierto de conferencias U&Lmonday, Berlín, Alemania.

1.14 junio:
Conferencia de Juan Herreros "Play-Boxes for Fun" para la clausura del Curso de Especialización en Instalaciones Efimeras de la ETSAM, Madrid.

1.19 junio:
Juan Herreros participa en el coloquio Processing environments organizado por la AA Visiting School Bilbao-San Sebastián en el Museo Guggenheim de Bilbao.



[leer más +](#)



Nuestro homenaje a Luis M. Mansilla

© Juan Herreros Arquitectos, SL. Todos los derechos reservados.

Hacer clic para ir a: [acerca herrerosarquitectos](#)

[} proyectos](#) [} publicaciones](#) [} media](#) [} eventos](#) [} grupo](#) [} contacto](#)

[english](#)

eventos 2012:

próximos eventos

1.23 mayo:
Conferencia de Juan Herreros en sobre Educación y diseño, dentro del ciclo Bauhaus lectures 2012, Bauhaus Dessau, Alemania.

1.11 junio:
Juan Herreros participa en el ciclo abierto de conferencias U&Lmonday, Berlín, Alemania.

1.14 junio:
Conferencia de Juan Herreros "Play-Boxes for Fun" para la clausura del Curso de Especialización en Instalaciones Efimeras de la ETSAM, Madrid.

1.19 junio:
Juan Herreros participa en el coloquio Processing environments organizado por la AA Visiting School Bilbao-San Sebastián en el Museo Guggenheim de Bilbao.

eventos pasados

1.8 mayo:
Jornada dedicada a la memoria de Luis M. Mansilla. Además de Juan Herreros, participan: R. Monse, J. Navarro Baldeveg, J. Quejgas, I. Abalos, E. Walker, S. Allen, S. Whiting, etc. ETSAM, Madrid. *Reproducida en directo por internet.*

1.19 abril:
Ponencia de Juan Herreros en el Encuentro de Construcción Internacional, Madrid.

1.30 marzo:
Conferencia de Juan Herreros en el Ciclo de Conferencias Primavera 2012 en la UIC, Universidad de Illinois, Chicago, EEUU.

1.27 marzo:
Participación de Juan Herreros en el Ciclo de Conferencias ULTRAMAR en el Colegio de Arquitectos de Cádiz.

1.9 febrero:
Conferencia de Juan Herreros en la X-Week del Studio-X Rio de Janeiro de la GSAPP, Universidad de Columbia, Brasil. [leer más +](#)



[} 2012](#) [} 2011](#) [} 2010](#) [} 2009](#) [} 2008](#) [} 2007](#) [} 2006](#) [} 2005](#) [} 2004](#) [} 2003](#)

http://www.herrerosarquitectos.com/Ind_Eventos12.html



Explicación proyectos

Hacer acerca herrerosarquitectos } proyectos } publicaciones } media } eventos } grupo } contacto

estación santiago

Santiago de Compostela, 2011
Estación Intermodal
Concurso Internacional por selección de cv
Máxima puntuación
Superficie: 7.667 m²

cliente: Adif / arquitectura: Herreros Arquitectos + Rubio & Alvarez Sala / director de proyecto: Juan Herreros / responsables de proyecto: Ramón Bermúdez, Jens Richter / equipo de proyecto: Víctor Lacima, Blanca Sánchez, Ana Torres, Mikel Martínez, Andreas Kalrveit, Eric Lilhanand, Maria Rius (HA), Gabriela Hombrevilla, Javier Rubio (RAS) / Ingeniería General: INTECSA / Estrategia: BOMA / Instalaciones: Urculo Ingenieros consultores / Maqueta: Jorge Quispe / Infografía: Poliedro Estudio

La nueva estación intermodal de Santiago de Compostela afronta tres responsabilidades que le otorgan cierta singularidad: la obligatoriedad de asumir la condición de capital de la Comunidad Autónoma de Galicia con el movimiento y dinamismo que

estación santiago

Bogotá, Colombia 2011
Centro Intr. de Convenciones de Bogotá
Concurso Internacional por invitación
1er premio
Superficie: 73.350m²

cliente: CCB / Corferias / arquitectura: D. Bermúdez + Herreros Arquitectos / director: Jens Richter / responsable de proyecto: Ramón Bermúdez / colaboradores: Gonzalo Rivas, Margarita Martínez, Víctor Lacima, Ivan Guerrero, Ana Torres, Carmen Antón, Verónica Meléndez

urban folly

Gwangju, Corea del Sur 2011
Communication Int.
Encargo: En curso
Superficie: 460 m²

cliente: Gwangju Metropolitan City / arquitectura: Herreros Arquitectos / director: Jens Richter / colaboradores: Margarita Martínez, Gonzalo Rivas Zinno / arquitecto local: D'espacio Architects

pmc

Proyecto Estratégico Madrid Centro
Proyecto en desarrollo
Superficie cedatada: 5000 ha

cliente: Ayuntamiento de Madrid, Área de Urbanismo y Vivienda, Oficina del Centro / directores: Herreros Arquitectos (HA), Espinosa Arquitectos (EA), Salvador Pérez Arroyo / responsables del proyecto: R. Bermúdez (HA), J. Barros (EA), V. Meléndez (HA-fase I) / colaboradores: F. Vaga, R. Roburim, J. Socha, I. Bragado, A. Yaldizabe, M. Martínez, G. Rivas, V. Lacima, X. Robledo

museo munch

Oslo, Noruega 2011
Concurso Internacional por invitación
1er premio. Proyecto en curso
Superficie útil: 12.300 m²

cliente: Oslo Kommune / arquitectura: Herreros Arquitectos / director: Jens Richter / responsable del proyecto: Paola Simoes / colaboradores: Carmen Antón, Diego Barajas, Margarita Martínez Barbero, Gonzalo Rivas Zinno, Ramón Bermúdez, Carlos Bayod, Xavier Robledo, Spencer Leaf... / arquitecto local: Lpo Arkitektur

torre panamá

Panamá 2011
Torre Banco de Panamá
Encargo: En construcción
Superficie: 35.595 m²

cliente: Banco de Panamá / arquitectura: Herreros Arquitectos, Mallot & Mallot / responsables del proyecto: Jens Richter (HA), Ignacio Mallot y O.M&M / colaboradores: Gonzalo Rivas, Carmen Antón, Joanna Socha, Ruben Taboada (M&M) / consultoría de fachada: Grupo Entesa

} todos } 2012/11 } 2010 } 2009 } 2008 } 2007 } 2006 } 2005 } 2004 } 2003...

http://www.herrerosarquitectos.com/Ind_Proyectos.html

Hacer acerca herrerosarquitectos } proyectos } publicaciones } media } eventos } grupo } contacto

estación santiago

Santiago de Compostela, 2011
Estación Intermodal
Concurso Internacional por selección de cv
Máxima puntuación
Superficie: 7.667 m²

cliente: Adif / arquitectura: Herreros Arquitectos + Rubio & Alvarez Sala / director de proyecto: Juan Herreros / responsables de proyecto: Ramón Bermúdez, Jens Richter / equipo de proyecto: Víctor Lacima, Blanca Sánchez, Ana Torres, Mikel Martínez, Andreas Kalrveit, Eric Lilhanand, Maria Rius (HA), Gabriela Hombrevilla, Javier Rubio (RAS) / Ingeniería General: INTECSA / Estrategia: BOMA / Instalaciones: Urculo Ingenieros consultores / Maqueta: Jorge Quispe / Infografía: Poliedro Estudio

La nueva estación intermodal de Santiago de Compostela afronta tres responsabilidades que le otorgan cierta singularidad: la obligatoriedad de asumir la condición de capital de la Comunidad Autónoma de Galicia con el movimiento y dinamismo que

estación santiago

alternativas de construcción

La estación intermodal está formada por una estación de trenes y otra de bicicletas. En las estaciones se atienden como una única, pero se no orgánica que la construcción y funcionamiento no pueden ser independientes.

alternativas de construcción / conexión ciudad-naturaleza

} todos } 2012/11 } 2010 } 2009 } 2008 } 2007 } 2006 } 2005 } 2004 } 2003...

El website de la oficina, www.herrerosarquitectos.com no incorpora ninguna de las principales herramientas de diálogo on-line: Foros, chats y encuestas.



Recurso	Si / No	Número (en el conjunto de la web)	Presencia en portada	Presencia dentro de una sección de la web	Presencia autónoma	Otros comentarios
Herramientas dialógicas						
Foros	No	No	No	No		
Chats	No	No	No	No		
Encuestas	No	No	No	No		

Fuente: (Elaboración propia)

Con relación a la incorporación de plataformas de creación y gestión de contenidos 2.0, www.herrerarquitectos.com no utiliza ningún tipo de diario on-line que actualice continuamente sus contenidos, opiniones, etc....

Recurso	Si / No	Número (en el conjunto de la web)	Presencia en portada	Presencia dentro de una sección de la web	Presencia autónoma	Otros comentarios
Plataformas de creación y gestión de contenidos 2.0						
Weblogs	No	No	No	No		
Photoblogs	No	No	No	No		
Audioblogs	No	No	No	No		
Videoblogs	No	No	No	No		
Wikis	No	No	No	No		

Fuente: (Elaboración propia)

En cuanto a la aparición de contenidos 2.0, www.herrerarquitectos.com no hace uso de estas herramientas.

Recurso	Si / No	Número (en el conjunto de la web)	Presencia en portada	Presencia dentro de una sección de la web	Presencia autónoma	Otros comentarios
Contenidos 2.0						
Mashups	No	No	No	No		
Podcasts	No	No	No	No		
Lectores RSS	No	No	No	No		
Servicios para telefonía móvil	No	No	No	No		

Fuente: (Elaboración propia)

El estudio de arquitectura de Abalos + Herreros, www.herrer SARQUITECTOS.COM, no utiliza ningún tipo de marcadores sociales o etiquetas en su página web.

Recurso	Si / No	Número (en el conjunto de la web)	Presencia en portada	Presencia dentro de una sección de la web	Presencia autónoma	Otros comentarios
Metacontenidos						
Etiquetas o tags	No	No	No	No		
Folksonomía (Folksonomy)	No	No	No	No		
Marcadores sociales (Social bookmarking)	No	No	No	No		

Fuente: (Elaboración propia)

El estudio de arquitectura de Abalos + Herreros, www.herrer SARQUITECTOS.COM, no permite en ninguno de los apartados de su website la participación directa de sus clientes ni de usuarios de la plataforma en general.

Recurso	Si / No	Número (en el conjunto de la web)	Presencia en portada	Presencia dentro de una sección de la web	Presencia autónoma	Otros comentarios
Participación directa de los usuarios						
Personalización de página de inicio	No	No	No	No		
Herramientas para la votación de los contenidos por los usuarios	No	No	No	No		

Fuente: (Elaboración propia)

En cuanto a otros servicios de la web 2.0, tan extendidos y utilizados en la actualidad diariamente por millones de usuarios, www.herrerarquitectos.com no hace ningún uso de ellos para comunicarse con sus actuales clientes o lo que es también muy importante, con potenciales clientes usuarios del cibermedio.

Recurso	Si / No	Número (en el conjunto de la web)	Presencia en portada	Presencia dentro de una sección de la web	Presencia autónoma	Otros comentarios
Otros servicios de la web 2.0						
Redes sociales (Facebook u otras)	No	No	No	No		
Redes de información (Twitter)	No	No	No	No		

Fuente: (Elaboración propia)

3.2.11.- ESTUDIO DE ARQUITECTURA: ALBERTO CAMPO BAEZA

ESTUDIO DE ARQUITECTURA:	ALBERTO CAMPO BAEZA
FUENTE:	www.campobaeza.com



Fuente: (www.campobaeza.com)

La tabla de análisis general sobre los atributos informativos en cada web en **el estudio de arquitectura de ALBERTO CAMPO BAEZA** responde a las siguientes características:

Recurso	Si / No	Número (en el conjunto de la web)	Presencia en portada	Presencia dentro de una sección de la web	Presencia autónoma	Otros comentarios
Tipología de atributos informativos en cada web						
Texto	Si	Varios	No	Si		
Fotografías	Si	Numerosas	Si	No		
Galería de fotografías	Si	Varias	No	Si		
Video	Si	15	No	Si		
Infografías	No	No	No	No		
Enlaces	Si	3	Si	No		

Fuente: (Elaboración propia)

Desde la web **del estudio de arquitectura de ALBERTO CAMPO BAEZA** se puede acceder a un buscador de noticias, vídeos y enlaces sobre la figura del arquitecto. Lejos de fomentar una participación más activa, se colocan enlaces que actualizan la imagen del *site* pero que vuelven a servir para lo que ya teníamos la página corporativa: mostrar la producción edilicia del arquitecto en cuestión.

Enlaces



Flickr

+Tú **Búsqueda** Imágenes Maps Play YouTube Noticias Gmail Docs Calendar Más -

Google pertusainserte@gmail.com -

Búsqueda Aproximadamente 16.100 resultados (0,23 segundos)

Todo

- Imágenes
- Maps
- Videos
- Noticias
- Shopping
- Más

Valencia
Cambiar ubicación

La Web
Páginas en español
Páginas de España
Páginas extranjeras traducidas
Más herramientas

Flickr: estudio campo baeza's Photostream
www.flickr.com/photos/campobaeza/ - Traducir esta página
estudio **campo baeza's** buddy icon. estudio **campo baeza's** photostream Pro User - CollectionsSetsGalleriesTagsPeopleArchivesFavoritesProfile - Send ...
Visitaste esta página el 11/06/12.

Alberto Campo Baeza | Flickr - Photo Sharing! 
www.flickr.com/photos/ivancotado/5485371902/
28 Feb 2011 - Gracias Iván, me vendrá de maravilla seguro! yo que estoy empezando en el mundillo del interiorismo. Aprovecho para darte la enhorabuena ...

El Cubo del Banco Mare Nostrum - Alberto Campo Baeza | Flickr ...
www.flickr.com/photos/landahlauts/3232465454/
Granada (Andalucía) (Antigua Sede Central de CajaGRANADA) Impluvium de Luz - Arquitecto: **Alberto Campo Baeza** More info here Apareció en mi blog ...

Granada - Museo Memoria de Andalucía - Alberto Campo Baeza ...
www.flickr.com/photos/fotosdearquitectura/7081797317/
Granada - Museo Memoria de Andalucía - **Alberto Campo Baeza** ... To take full advantage of **Flickr**, you should use a JavaScript-enabled browser and install the ...

Museo Memoria de Andalucía y Centro Cultural ... - Flickr 
www.flickr.com/photos/antoniojulius/3989584839/
1 Oct 2009 - Arq: **Alberto Campo Baeza** ... www.flickr.com/groups/superlucius/ ... muy interesante ese espacio circular con la rampa de Alberto Campo.

Museo Memoria de Andalucía y Centro Cultural ... - Flickr 
www.flickr.com/photos/antoniojulius/3970355078/
Museo Memoria de Andalucía y Centro Cultural CajaGranada. Arq: **Alberto Campo**

<https://www.google.es/search?q=alberto+campo+baeza+flickr>

Vimeo

+Tú **Búsqueda** Imágenes Maps Play YouTube Noticias Gmail Docs Calendar Más -

Google pertusainserte@gmail.com -

Búsqueda Aproximadamente 12.800 resultados (0,18 segundos)

Todo

- Imágenes
- Maps
- Videos
- Noticias
- Shopping
- Más

Valencia
Cambiar ubicación

Cualquier duración
Corta (0-4 minutos)
Media (4-20 minutos)
Larga (20 minutos o más)

La Web
Páginas en español
Páginas de España
Páginas extranjeras traducidas
Más herramientas

Sugerencia: [Buscar solo resultados en español](#). Puedes especificar el idioma de búsqueda en [Preferencias](#).

Alberto Campo Baeza on Vimeo 
vimeo.com/campobaeza - Traducir esta página
Vimeo Basics Everything you need to know about this place. ... **Alberto CAMPO BAEZA** born in Valladolid (1946), first saw the light in CADIZ (Spain) and the ...

Elogio a la luz - Alberto Campo Baeza on Vimeo 
vimeo.com/9818864
28 Feb 2010 - 25 min
Creative Commons Find licensed videos on **Vimeo** ... **Vimeo** Basics Everything you need to know about this ...

MA on Vimeo 
vimeo.com/11874655
19 May 2010 - 3 min
designed by **Alberto Campo Baeza** <http://campobaeza.com> ... **Vimeo** Basics Everything you need to know ...

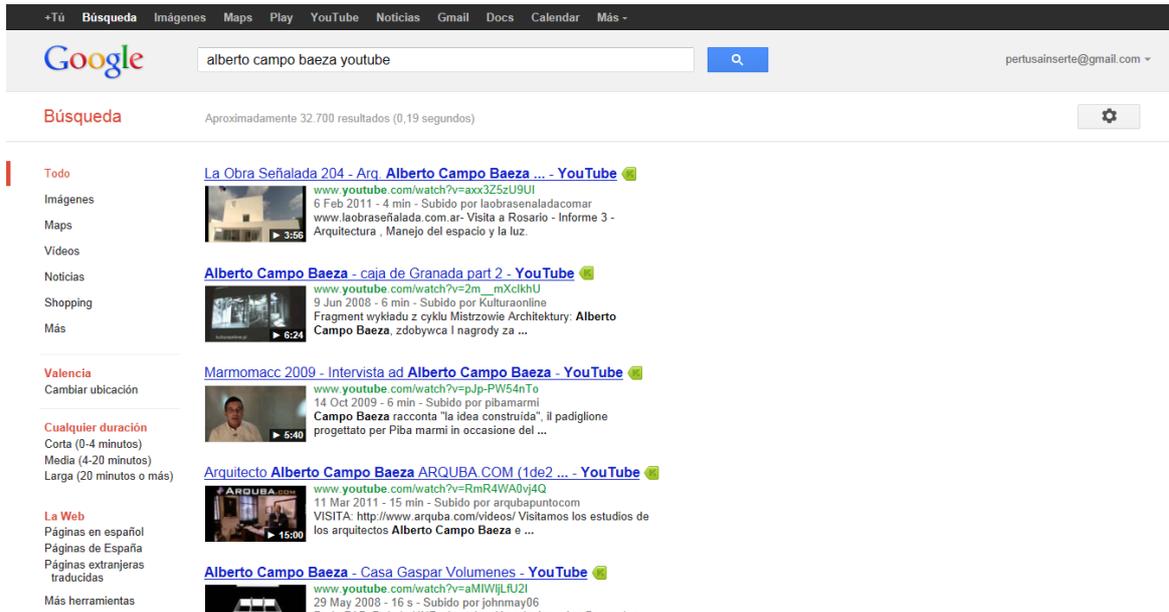
Faked ArchID's on Vimeo 
vimeo.com/10005774
8 Mar 2010 - 11 min
Creative Commons Find licensed videos on **Vimeo** ... Rem Koolhaas, Jean Nouvel, Álvaro Siza ...

campo[site] on Vimeo 
vimeo.com/8575743

<https://www.google.es/search?q=alberto+campo+baeza+vimeo>



Youtube



The screenshot shows a Google search interface with the query 'alberto campo baeza youtube'. The search results list several YouTube videos, including 'La Obra Señalada 204 - Arq. Alberto Campo Baeza ... - YouTube', 'Alberto Campo Baeza - caja de Granada part 2 - YouTube', 'Marmomacc 2009 - Entrevista ad Alberto Campo Baeza - YouTube', 'Arquitecto Alberto Campo Baeza ARQUBA.COM (1de2 ... - YouTube', and 'Alberto Campo Baeza - Casa Gaspar Volumenes - YouTube'.

<https://www.google.es/search?q=alberto+campo+baeza+youtube>

El website del estudio de arquitectura, www.campobaeza.com, explica detalladamente los proyectos realizados como información de interés para los usuarios o clientes.

Recurso	Si / No	Número (en el conjunto de la web)	Presencia en portada	Presencia dentro de una sección de la web	Presencia autónoma	Otros comentarios
Tipologías de mensaje / contenidos predominantes						
Noticia	No	No	No	No		
Reportaje	No	No	No	No		
Explicación proyecto	Si	Gran numero	No	Si		

Fuente: (Elaboración propia)



Explicación proyecto

ALBERTO CAMPO BAEZA

PROFILE ARCHITECTURE PUBLICATIONS VIDEOS CONTACT

IN PROGRESS SELECTED WORK COMPLETE CATALOGUE BY DATE BY LOCATION BY TYPE

COMPLETE CATALOGUE 1 OF 4

2012 COBQUECURA 2012 ZAHARA 2012 LANZAROTE II 2011 OFFICES ZAMORA 2010 SAMARA 2009 RUFO HOUSE
 2009 CINERIPORT 2009 EC 2009 PIBAMARIM 2009 MA 2008 PORTA MILANO 2008 SAN SEBASTIAN
 2008 OLNICK SPANU 2008 MOLINER 2007 BENETTON 2007 HOUSING CÁDIZ 2006 MONTECARMELO 2006 NMAC
 2005 DBJC 2005 CHICLANA 2005 CIRCULO 2005 ESSAUIRA 2005 GUERRERO 2004 WINERY

[Flickr](#) | [Vimeo](#) | [Youtube](#)

ALBERTO CAMPO BAEZA

PROFILE ARCHITECTURE PUBLICATIONS VIDEOS CONTACT

IN PROGRESS SELECTED WORK COMPLETE CATALOGUE BY DATE BY LOCATION BY TYPE

PREVIOUS PROJECT NEXT PROJECT

CENTRO CULTURAL

Colaborador Miguel Ciria

Se nos pide un Centro Cultural al borde del mar, en un paisaje llano en Cobquecura, Chile. El paisaje tiene la belleza de la desolación, del desierto, del infinito. Se nos pide que el Centro Cultural sea sobrio y estable, y que sus materiales sean duraderos y de fácil conservación: concreto, vidrio y madera.

Cuando Pedro de Valdivia funda Santiago de Chile, establece como estrategia geométrica para la creación de nuevas ciudades, la trama romana universal.

Proponemos una sencilla trama de 4x4 metros. Una plataforma de 24x24 metros, con una trama de 4x4, levantada por encima de la arena. Una pieza principal, el espacio multifuncional, que no es más que una estructura de 12x12 metros que simplemente acristalamos. Una pieza de servicios, despachos, aseos y almacén, que no es más que una estructura de 4x12 metros que cerramos para esos usos, dejando la estructura vista. Una pieza emergente, torre o faro, que no es más que una estructura vacía de 4x4 metros y varias alturas. Como un esqueleto vacío que luego iremos colonizando.

Su función principal es servir de referencia desde lejos. Como si de un faro se tratara. La otra función es ver el mar desde lo alto, como lo hacen los pájaros. Entre la carretera y nuestra plataforma, un cuadrado de 12x12 metros, con trama de 4x4, con una plantación de árboles del lugar, para dar sombra. Entre nuestra plataforma y el mar, otra plataforma vacía, de estancia a cielo abierto.

Nuestro intento es hacer un conjunto sencillo y hermoso con la mayor economía de medios. Una arquitectura sin tiempo, o mejor, donde el tiempo quede suspendido.

IMAGE DRAWING TEXT 13 OF 13

[Flickr](#) | [Vimeo](#) | [Youtube](#)

El website de la oficina, www.campobaeza.com no incorpora ninguna de las principales herramientas de diálogo on-line: Foros, chats y encuestas.



Recurso	Si / No	Número (en el conjunto de la web)	Presencia en portada	Presencia dentro de una sección de la web	Presencia autónoma	Otros comentarios
Herramientas dialógicas						
Foros	No	No	No	No		
Chats	No	No	No	No		
Encuestas	No	No	No	No		

Fuente: (Elaboración propia)

Con relación a la incorporación de plataformas de creación y gestión de contenidos 2.0, www.campobaeza.com no utiliza ningún tipo de diario on-line que actualice continuamente sus contenidos, opiniones, etc....

Recurso	Si / No	Número (en el conjunto de la web)	Presencia en portada	Presencia dentro de una sección de la web	Presencia autónoma	Otros comentarios
Plataformas de creación y gestión de contenidos 2.0						
Weblogs	No	No	No	No		
Photoblogs	No	No	No	No		
Audioblogs	No	No	No	No		
Videoblogs	No	No	No	No		
Wikis	No	No	No	No		

Fuente: (Elaboración propia)

En cuanto a la aparición de contenidos 2.0, www.campobaeza.com no hace uso de estas herramientas.

Recurso	Si / No	Número (en el conjunto de la web)	Presencia en portada	Presencia dentro de una sección de la web	Presencia autónoma	Otros comentarios
Contenidos 2.0						
Mashups	No	No	No	No		
Podcasts	No	No	No	No		
Lectores RSS	No	No	No	No		
Servicios para telefonía móvil	No	No	No	No		

Fuente: (Elaboración propia)

El estudio de arquitectura de Campo Baeza, www.campobaeza.com , no utiliza ningún tipo de marcadores sociales o etiquetas en su página web.

Recurso	Si / No	Número (en el conjunto de la web)	Presencia en portada	Presencia dentro de una sección de la web	Presencia autónoma	Otros comentarios
Metacontenidos						
Etiquetas o tags	No	No	No	No		
Folksonomía (Folksonomy)	No	No	No	No		
Marcadores sociales (Social bookmarking)	No	No	No	No		

Fuente: (Elaboración propia)

El estudio de arquitectura de Campo Baeza, www.campobaeza.com no permite en ninguno de los apartados de su website la participación directa de sus clientes ni de usuarios de la plataforma en general.

Recurso	Si / No	Número (en el conjunto de la web)	Presencia en portada	Presencia dentro de una sección de la web	Presencia autónoma	Otros comentarios
Participación directa de los usuarios						
Personalización de página de inicio	No	No	No	No		
Herramientas para la votación de los contenidos por los usuarios	No	No	No	No		

Fuente: (Elaboración propia)

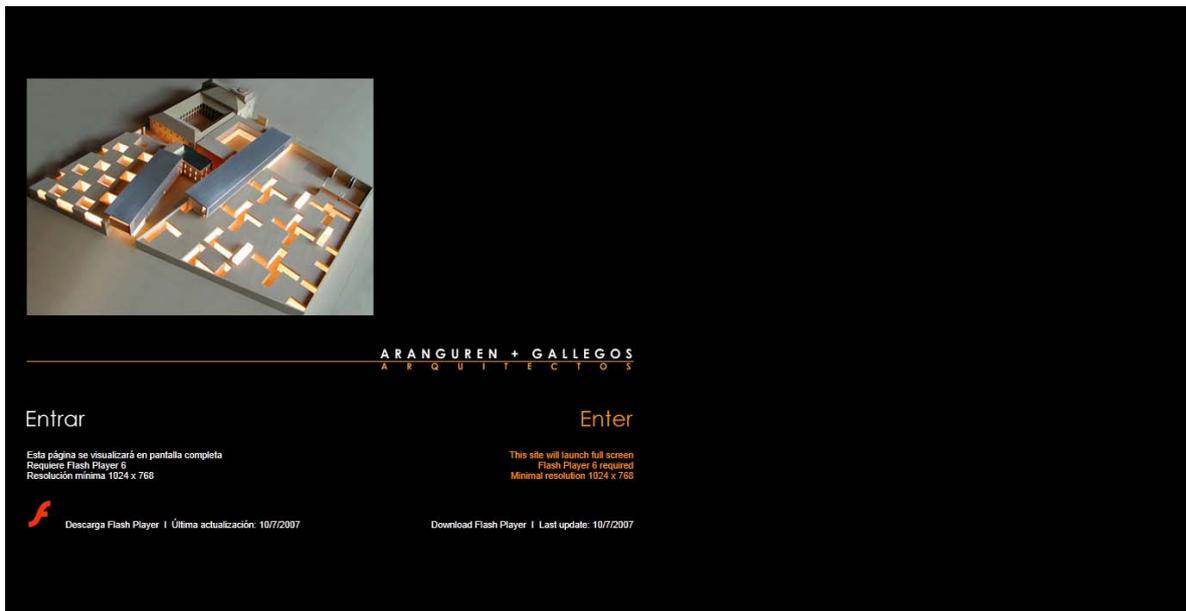
En cuanto a otros servicios de la web 2.0, tan extendidos y utilizados en la actualidad diariamente por millones de usuarios, www.campobaeza.com no hace ningún uso de ellos para comunicarse con sus actuales clientes o lo que es también muy importante, con potenciales clientes usuarios del cibermedio.

Recurso	Si / No	Número (en el conjunto de la web)	Presencia en portada	Presencia dentro de una sección de la web	Presencia autónoma	Otros comentarios
Otros servicios de la web 2.0						
Redes sociales (Facebook u otras)	No	No	No	No		
Redes de información (Twitter)	No	No	No	No		

Fuente: (Elaboración propia)

3.2.12.- ESTUDIO DE ARQUITECTURA: ARANGUREN Y GALLEGOS

ESTUDIO DE ARQUITECTURA:	ARANGUREN Y GALLEGOS
FUENTE:	www.arangurengallegos.com



Fuente: (www.arangurengallegos.com)

Página web de imagen moderna pero marcado carácter estático propio de generaciones anteriores. El usuario una vez dentro sólo puede ver los proyectos presentados junto a una explicación del mismo pero no tiene a su alcance la posibilidad de saber cual es la actualidad del despacho.

La tabla de análisis general sobre los atributos informativos en cada web en **el estudio de arquitectura de ARANGUREN + GALLEGOS** responde a las siguientes características:

Recurso	Si / No	Número (en el conjunto de la web)	Presencia en portada	Presencia dentro de una sección de la web	Presencia autónoma	Otros comentarios
Tipología de atributos informativos en cada web						
Texto	Si	Gran cantidad	No	Si		
Fotografías	Si	Gran cantidad	No	Si		
Galería de fotografías	No	No	No	No		
Video	No	No	No	No		
Infografías	Si	En proyectos	No	No		
Enlaces	No	No	No	No		

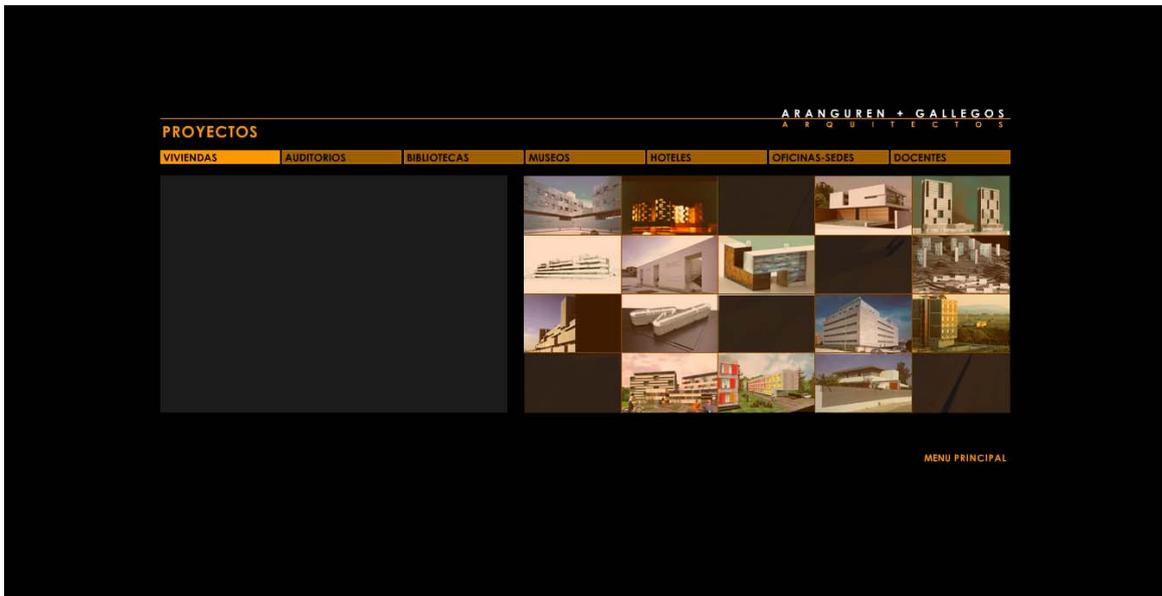
Fuente: (Elaboración propia)

El website del estudio de arquitectura, www.arangurengallegos.com, explica detalladamente los proyectos realizados como información de interés para los usuarios o clientes.

Recurso	Si / No	Número (en el conjunto de la web)	Presencia en portada	Presencia dentro de una sección de la web	Presencia autónoma	Otros comentarios
Tipologías de mensaje / contenidos predominantes						
Noticia	No	No	No	No		
Reportaje	No	No	No	No		
Explicación proyecto	Si	Gran cantidad	No	Si		

Fuente: (Elaboración propia)

Explicación proyecto



http://www.arangurengallegos.com/espanol/menu_principal.html



El website de la oficina, www.arangurengallegos.com no incorpora ninguna de las principales herramientas de diálogo on-line: Foros, chats y encuestas.



Recurso	Si / No	Número (en el conjunto de la web)	Presencia en portada	Presencia dentro de una sección de la web	Presencia autónoma	Otros comentarios
Herramientas dialógicas						
Foros	No	No	No	No		
Chats	No	No	No	No		
Encuestas	No	No	No	No		

Fuente: (Elaboración propia)

Con relación a la incorporación de plataformas de creación y gestión de contenidos 2.0, www.arangurengallegos.com no utiliza ningún tipo de diario on-line que actualice continuamente sus contenidos, opiniones, etc....

Recurso	Si / No	Número (en el conjunto de la web)	Presencia en portada	Presencia dentro de una sección de la web	Presencia autónoma	Otros comentarios
Plataformas de creación y gestión de contenidos 2.0						
Weblogs	No	No	No	No		
Photoblogs	No	No	No	No		
Audioblogs	No	No	No	No		
Videoblogs	No	No	No	No		
Wikis	No	No	No	No		

Fuente: (Elaboración propia)

En cuanto a la aparición de contenidos 2.0, www.arangurengallegos.com no hace uso de estas herramientas.

Recurso	Si / No	Número (en el conjunto de la web)	Presencia en portada	Presencia dentro de una sección de la web	Presencia autónoma	Otros comentarios
Contenidos 2.0						
Mashups	No	No	No	No		
Podcasts	No	No	No	No		
Lectores RSS	No	No	No	No		
Servicios para telefonía móvil	No	No	No	No		

Fuente: (Elaboración propia)

El estudio de arquitectura de Aranguren + Gallegos, www.arangurengallegos.com , no utiliza ningún tipo de marcadores sociales o etiquetas en su página web.

Recurso	Si / No	Número (en el conjunto de la web)	Presencia en portada	Presencia dentro de una sección de la web	Presencia autónoma	Otros comentarios
Metacontenidos						
Etiquetas o tags	No	No	No	No		
Folksonomía (Folksonomy)	No	No	No	No		
Marcadores sociales (Social bookmarking)	No	No	No	No		

Fuente: (Elaboración propia)

El estudio de arquitectura de Aranguren + Gallegos, www.arangurengallegos.com no permite en ninguno de los apartados de su website la participación directa de sus clientes ni de usuarios de la plataforma en general.

Recurso	Si / No	Número (en el conjunto de la web)	Presencia en portada	Presencia dentro de una sección de la web	Presencia autónoma	Otros comentarios
Participación directa de los usuarios						
Personalización de página de inicio	No	No	No	No		
Herramientas para la votación de los contenidos por los usuarios	No	No	No	No		

Fuente: (Elaboración propia)

En cuanto a otros servicios de la web 2.0, tan extendidos y utilizados en la actualidad diariamente por millones de usuarios, www.arangurengallegos.com no hace ningún uso de ellos para comunicarse con sus actuales clientes o lo que es también muy importante, con potenciales clientes usuarios del cibermedio.

Recurso	Si / No	Número (en el conjunto de la web)	Presencia en portada	Presencia dentro de una sección de la web	Presencia autónoma	Otros comentarios
Otros servicios de la web 2.0						
Redes sociales (Facebook u otras)	No	No	No	No		
Redes de información (Twitter)	No	No	No	No		

Fuente: (Elaboración propia)

3.2.13.- ESTUDIO DE ARQUITECTURA: ENRIC RUIZ GELI

ESTUDIO DE ARQUITECTURA:	ENRIC RUIZ GELI
FUENTE:	www.ruiz-geli.com

Edificio de Oficinas Media-TIC en el 22@ Barcelona. El Consorci y 22@

BUCKMINSTER FULLER INSTITUTE
www.bfi.org
vimeo.com/buckyfuller

ENRIC RUIZ-GELI MARCH 26th 2012
URBAN RETROFITTING IN VALLADOLID
MILLENNIUM PROJECT

smartgeometry+

ENRIC RUIZ-GELI
RENSSELAER POLYTECHNIC INSTITUTE, TROY
NEW YORK - 24 MARCH 2012

2012
material intensities
simulation, energy, environment

Media-ICT wins WAF
2011: World's Best
Building of the Year!

World Architecture Festival
Barcelona
2-4 November
2011

Media-ICT Lecture at
AA - Architectural Association
01.03.11 by Enric Ruiz-Geli

Enric Ruiz-Geli
© Luis Pios

Prototypes CAD/CAM
Built Projects
Work in Progress
Stage Design - Theater
Cooperation
Competitions

Exhibitions
Awards
Publications
Latest Conferences
News
R+D+I Cloud 9 Pool
Contact

elBullifoundation

Fuente: (www.ruiz-geli.com)

Página web del controvertido arquitecto encargado de proyectar la Bulli Foundation (<http://www.bullifoundation.org/>) desde donde Ferrán Adrià se dispone a cambiar el rumbo de su actividad culinaria al frente de un edificio casi al 100% sostenible y eficiente.

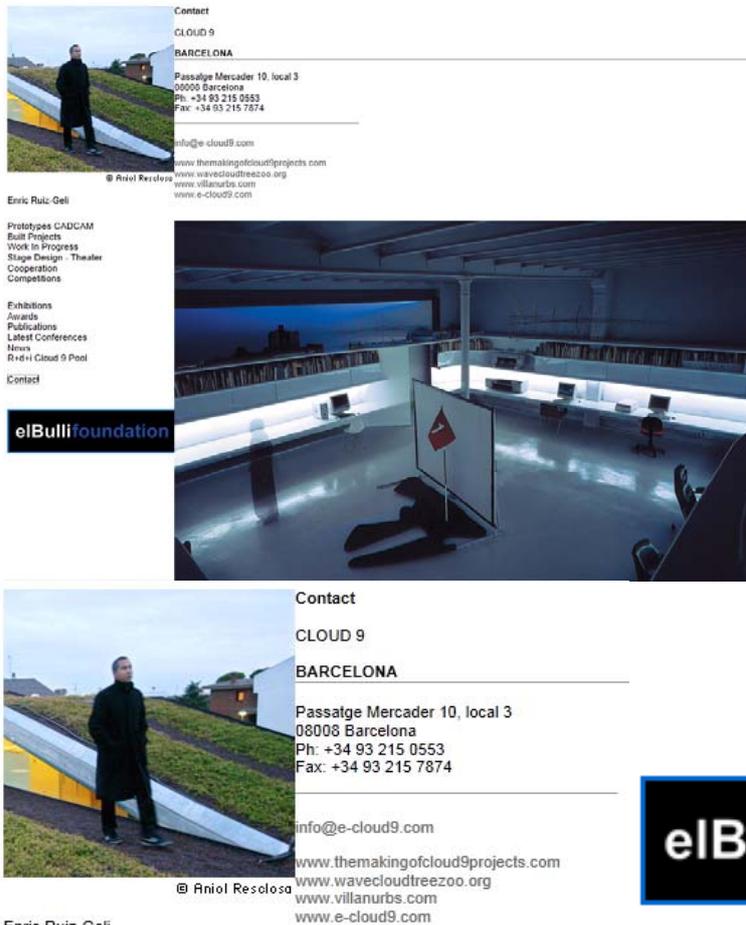


La tabla de análisis general sobre los atributos informativos en cada web en **el estudio de arquitectura de ENRIC RUIZ GELI** responde a las siguientes características:

Recurso	Si / No	Número (en el conjunto de la web)	Presencia en portada	Presencia dentro de una sección de la web	Presencia autónoma	Otros comentarios
Tipología de atributos informativos en cada web						
Texto	Si	Gran cantidad	Si	SI		
Fotografías	Si	Gran cantidad	Si	SI		
Galería de fotografías						
Video	Si	Gran cantidad	Si	SI		
Infografías	Si	Gran cantidad	Si	SI		
Enlaces	Si	5	No	Si		

Fuente: (Elaboración propia)

Enlaces



Contact
CLOUD 9
BARCELONA
Passatge Mercader 10, local 3
08008 Barcelona
Ph: +34 93 215 0553
Fax: +34 93 215 7874
info@e-cloud9.com
www.themakingofcloud9projects.com
www.wavecloudtreezoo.org
www.villanurbs.com
www.e-cloud9.com
@ Rnol Resclosa

Enric Ruiz-Geli
Prototypes CAD/CAM
Built Projects
Work in Progress
Stage Design - Theater
Cooperation
Competitions
Exhibitions
Awards
Publications
Latest Conferences
News
R+H Cloud 9 Pool
Contact

eIBullifoundation

Contact
CLOUD 9
BARCELONA
Passatge Mercader 10, local 3
08008 Barcelona
Ph: +34 93 215 0553
Fax: +34 93 215 7874
info@e-cloud9.com
www.themakingofcloud9projects.com
www.wavecloudtreezoo.org
www.villanurbs.com
www.e-cloud9.com

eIBullifoundation

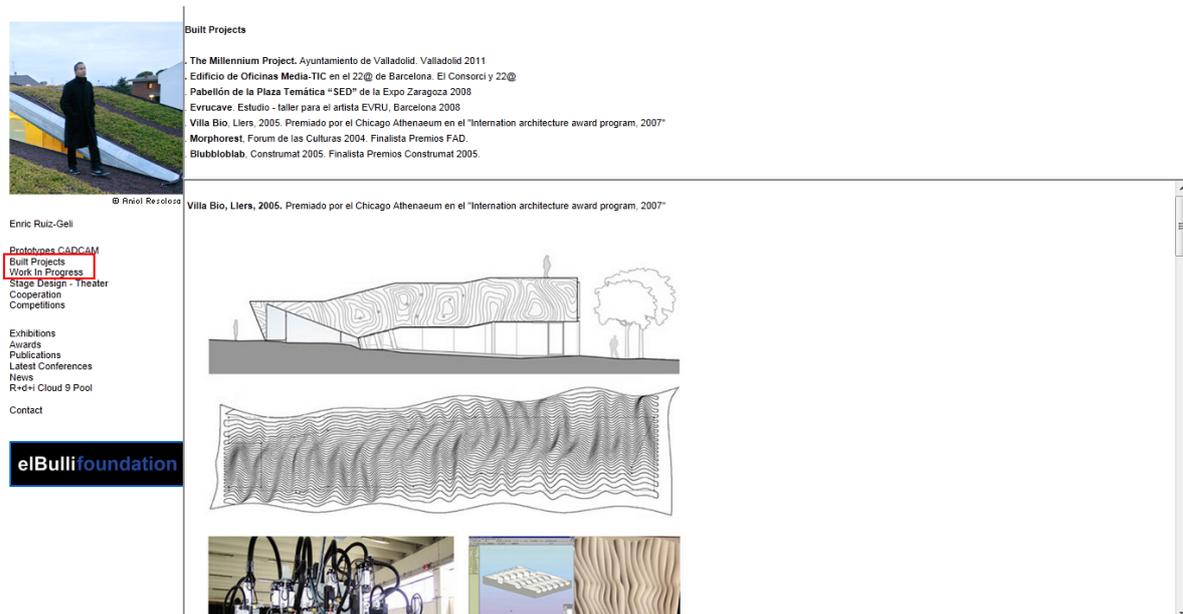


El website del estudio de arquitectura, www.ruiz-geli.com, explica detalladamente los proyectos realizados como información de interés para los usuarios o clientes.

Recurso	Si / No	Número (en el conjunto de la web)	Presencia en portada	Presencia dentro de una sección de la web	Presencia autónoma	Otros comentarios
Tipologías de mensaje / contenidos predominantes						
Noticia	No	No	No	No		
Reportaje	No	No	No	No		
Explicación proyecto	Si	Varios	Si	Si		

Fuente: (Elaboración propia)

Explicación proyecto



Built Projects

- The Millennium Project. Ayuntamiento de Valladolid. Valladolid 2011
- Edificio de Oficinas Media-TIC en el Z2@ de Barcelona. El Consorci y Z2@
- Pabellón de la Plaza Temática "SED" de la Expo Zaragoza 2008
- Evrucove. Estudio - taller para el artista EVRU, Barcelona 2008
- Villa Bio, Liers, 2005. Premiado por el Chicago Athenaeum en el "Internation architecture award program, 2007"
- Morphorest, Forum de las Culturas 2004. Finalista Premios FAD
- Blubbloblab, Construmat 2005. Finalista Premios Construmat 2005.

Villa Bio, Liers, 2005. Premiado por el Chicago Athenaeum en el "Internation architecture award program, 2007"

Enric Ruiz-Geli

- Proyectos CAD/CAM
- Built Projects
- Work in Progress
- Stage Design - Theater
- Cooperation
- Competitions
- Exhibitions
- Awards
- Publications
- Latest Conferences
- News
- R+d+i Cloud 9 Pool
- Contact

elBulli foundation

<http://www.ruiz-geli.com/>

El website de la oficina, www.ruiz-geli.com no incorpora ninguna de las principales herramientas de diálogo on-line: Foros, chats y encuestas.



Recurso	Si / No	Número (en el conjunto de la web)	Presencia en portada	Presencia dentro de una sección de la web	Presencia autónoma	Otros comentarios
Herramientas dialógicas						
Foros	No	No	No	No		
Chats	No	No	No	No		
Encuestas	No	No	No	No		

Fuente: (Elaboración propia)

Con relación a la incorporación de plataformas de creación y gestión de contenidos 2.0, www.ruiz-geli.com no utiliza ningún tipo de diario on-line que actualice continuamente sus contenidos, opiniones, etc....pero presenta una pestaña destinada a "work in progress" desde donde mantiene actualizada la información relativa a su actividad.

Recurso	Si / No	Número (en el conjunto de la web)	Presencia en portada	Presencia dentro de una sección de la web	Presencia autónoma	Otros comentarios
Plataformas de creación y gestión de contenidos 2.0						
Weblogs	No	No	No	No		
Photoblogs	No	No	No	No		
Audioblogs	No	No	No	No		
Videoblogs	No	No	No	No		
Wikis	No	No	No	No		

Fuente: (Elaboración propia)

En cuanto a la aparición de contenidos 2.0, www.ruiz-geli.com no hace uso de estas herramientas.

Recurso	Si / No	Número (en el conjunto de la web)	Presencia en portada	Presencia dentro de una sección de la web	Presencia autónoma	Otros comentarios
Contenidos 2.0						
Mashups	No	No	No	No		
Podcasts	No	No	No	No		
Lectores RSS	No	No	No	No		
Servicios para telefonía móvil	No	No	No	No		

Fuente: (Elaboración propia)

El estudio de arquitectura de ENRIC RUIZ GELI, www.ruiz-geli.com, no utiliza ningún tipo de marcadores sociales o etiquetas en su página web.

Recurso	Si / No	Número (en el conjunto de la web)	Presencia en portada	Presencia dentro de una sección de la web	Presencia autónoma	Otros comentarios
Metacontenidos						
Etiquetas o tags	No	No	No	No		
Folksonomía (Folksonomy)	No	No	No	No		
Marcadores sociales (Social bookmarking)	No	No	No	No		

Fuente: (Elaboración propia)

El estudio de arquitectura de ENRIC RUIZ GELI, www.ruiz-geli.com no permite en ninguno de los apartados de su website la participación directa de sus clientes ni de usuarios de la plataforma en general.

Recurso	Si / No	Número (en el conjunto de la web)	Presencia en portada	Presencia dentro de una sección de la web	Presencia autónoma	Otros comentarios
Participación directa de los usuarios						
Personalización de página de inicio	No	No	No	No		
Herramientas para la votación de los contenidos por los usuarios	No	No	No	No		

Fuente: (Elaboración propia)

En cuanto a otros servicios de la web 2.0, tan extendidos y utilizados en la actualidad diariamente por millones de usuarios, www.ruiz-geli.com no hace ningún uso de ellos para comunicarse con sus actuales clientes o lo que es también muy importante, con potenciales clientes usuarios del cibermedio.

Recurso	Si / No	Número (en el conjunto de la web)	Presencia en portada	Presencia dentro de una sección de la web	Presencia autónoma	Otros comentarios
Otros servicios de la web 2.0						
Redes sociales (Facebook u otras)	No	No	No	No		
Redes de información (Twitter)	No	No	No	No		

Fuente: (Elaboración propia)

3.2.14.- ESTUDIO DE ARQUITECTURA: CARME PINÓS

ESTUDIO DE ARQUITECTURA:	CARME PINÓS
FUENTE:	www.cpinos.com



Fuente: (www.cpinos.com)

Página web muy sobria con carácter meramente expositivo. Se encuentra muy alejada de los parámetros estudiados en la aplicación de la web social o web 2.0

La tabla de análisis general sobre los atributos informativos en cada web en **el estudio de arquitectura de CARME PINÓS** responde a las siguientes características:

Recurso	Si / No	Número (en el conjunto de la web)	Presencia en portada	Presencia dentro de una sección de la web	Presencia autónoma	Otros comentarios
Tipología de atributos informativos en cada web						
Texto	Si	Gran cantidad	No	Si		
Fotografías	Si	Gran cantidad	No	Si		
Galería de fotografías	No	No	No	No		
Video	No	No	No	No		
Infografías	Si	Gran cantidad	No	Si		
Enlaces	No	No	No	No		

Fuente: (Elaboración propia)

El website del estudio de arquitectura, www.cpinos.com, explica detalladamente los proyectos realizados como información de interés para los usuarios o clientes.

Recurso	Si / No	Número (en el conjunto de la web)	Presencia en portada	Presencia dentro de una sección de la web	Presencia autónoma	Otros comentarios
Tipologías de mensaje / contenidos predominantes						
Noticia	No	No	No	No		
Reportaje	No	No	No	No		
Explicación proyecto	Si	Gran cantidad	No	Si		

Fuente: (Elaboración propia)

Explicación proyecto



<http://www.cpinos.com/spanish/home-esp.html#Barcelona>

El website de la oficina, www.cpinos.com no incorpora ninguna de las principales herramientas de diálogo on-line: Foros, chats y encuestas.

Recurso	Si / No	Número (en el conjunto de la web)	Presencia en portada	Presencia dentro de una sección de la web	Presencia autónoma	Otros comentarios
Herramientas dialógicas						
Foros	No	No	No	No		
Chats	No	No	No	No		
Encuestas	No	No	No	No		

Fuente: (Elaboración propia)

Con relación a la incorporación de plataformas de creación y gestión de contenidos 2.0, www.cpinos.com no utiliza ningún tipo de diario on-line que actualice continuamente sus contenidos, opiniones, etc....



Recurso	Si / No	Número (en el conjunto de la web)	Presencia en portada	Presencia dentro de una sección de la web	Presencia autónoma	Otros comentarios
Plataformas de creación y gestión de contenidos 2.0						
Weblogs	No	No	No	No		
Photoblogs	No	No	No	No		
Audioblogs	No	No	No	No		
Videoblogs	No	No	No	No		
Wikis	No	No	No	No		

Fuente: (Elaboración propia)

En cuanto a la aparición de contenidos 2.0, www.cpinos.com no hace uso de estas herramientas.

Recurso	Si / No	Número (en el conjunto de la web)	Presencia en portada	Presencia dentro de una sección de la web	Presencia autónoma	Otros comentarios
Contenidos 2.0						
Mashups	No	No	No	No		
Podcasts	No	No	No	No		
Lectores RSS	No	No	No	No		
Servicios para telefonía móvil	No	No	No	No		

Fuente: (Elaboración propia)

El estudio de arquitectura de **CARME PINÓS**, www.cpinos.com, no utiliza ningún tipo de marcadores sociales o etiquetas en su página web.

Recurso	Si / No	Número (en el conjunto de la web)	Presencia en portada	Presencia dentro de una sección de la web	Presencia autónoma	Otros comentarios
Metacontenidos						
Etiquetas o tags	No	No	No	No		
Folksonomía (Folksonomy)	No	No	No	No		
Marcadores sociales (Social bookmarking)	No	No	No	No		

Fuente: (Elaboración propia)

El estudio de arquitectura de **CARME PINÓS**, www.cpinos.com no permite en ninguno de los apartados de su website la participación directa de sus clientes ni de usuarios de la plataforma en general.

Recurso	Si / No	Número (en el conjunto de la web)	Presencia en portada	Presencia dentro de una sección de la web	Presencia autónoma	Otros comentarios
Participación directa de los usuarios						
Personalización de página de inicio	No	No	No	No		
Herramientas para la votación de los contenidos por los usuarios	No	No	No	No		

Fuente: (Elaboración propia)

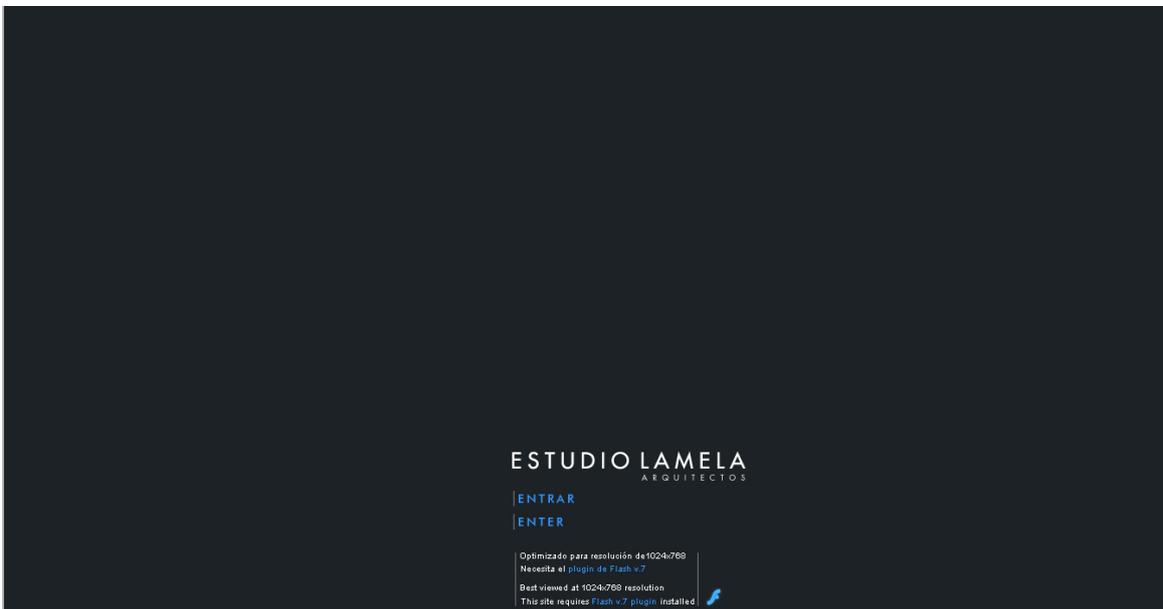
En cuanto a otros servicios de la web 2.0, tan extendidos y utilizados en la actualidad diariamente por millones de usuarios, www.cpinos.com no hace ningún uso de ellos para comunicarse con sus actuales clientes o lo que es también muy importante, con potenciales clientes usuarios del cibermedio.

Recurso	Si / No	Número (en el conjunto de la web)	Presencia en portada	Presencia dentro de una sección de la web	Presencia autónoma	Otros comentarios
Otros servicios de la web 2.0						
Redes sociales (Facebook u otras)	No	No	No	No		
Redes de información (Twitter)	No	No	No	No		

Fuente: (Elaboración propia)

3.2.16.- ESTUDIO DE ARQUITECTURA: ANTONIO LAMELA - CARLOS LAMELA

ESTUDIO DE ARQUITECTURA:	ANTONIO LAMELA - CARLOS LAMELA
FUENTE:	www.lamela.com



Fuente: (www.lamela.com)

La tabla de análisis general sobre los atributos informativos en cada web en **el estudio de arquitectura de LAMELA** responde a las siguientes características:

Recurso	Si / No	Número (en el conjunto de la web)	Presencia en portada	Presencia dentro de una sección de la web	Presencia autónoma	Otros comentarios
Tipología de atributos informativos en cada web						
Texto	Si	Gran cantidad	No	Si		
Fotografías	Si	Gran cantidad	No	Si		
Galería de fotografías	No	No	No	No		
Video	Si	Gran cantidad	No	Si		
Infografías	Si	Gran cantidad	No	Si		
Enlaces	No	No	No	No		

Fuente: (Elaboración propia)

El website del estudio de arquitectura, www.lamela.com, hace referencia a diferentes noticias relevantes relacionadas con el propio estudio de arquitectura: conferencias, exposiciones, premios,... que puedan resultar de interés para los usuarios o clientes.

No aparecen noticias de interés ajenas a la participación del propio gabinete.

El website del estudio de arquitectura, www.lamela.com, explica detalladamente los proyectos realizados como información de interés para los usuarios o clientes.

Recurso	Si / No	Número (en el conjunto de la web)	Presencia en portada	Presencia dentro de una sección de la web	Presencia autónoma	Otros comentarios
Tipologías de mensaje / contenidos predominantes						
Noticia	Si	Gran cantidad	Si	Si		
Reportaje	No	No	No	No		
Explicación proyecto	Si	Gran cantidad	No	Si		

Fuente: (Elaboración propia)

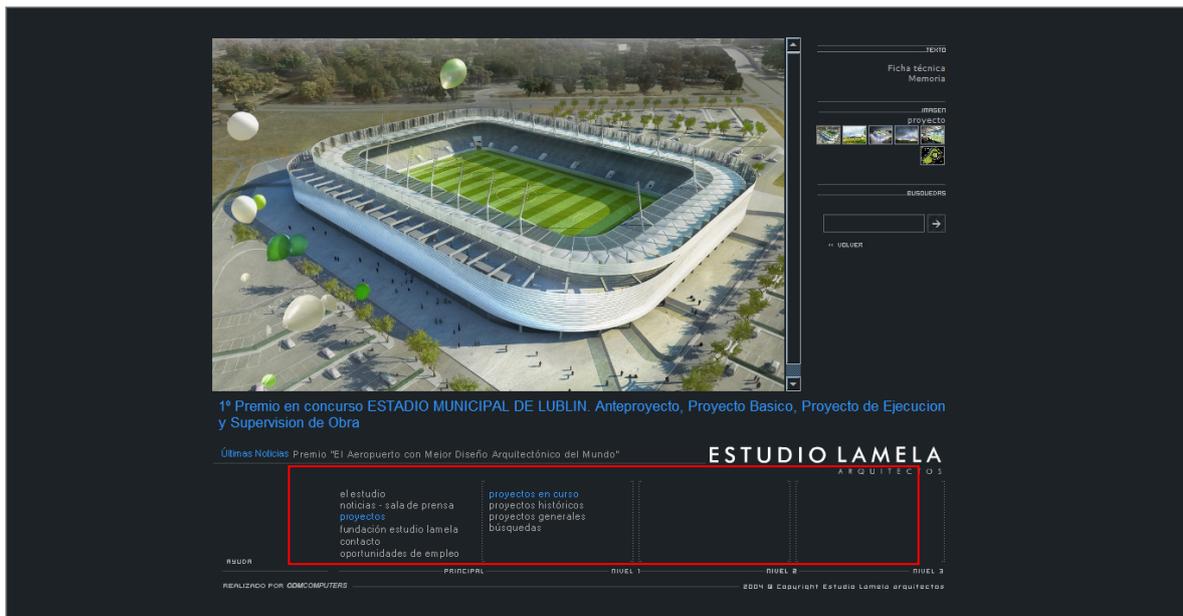
Noticias

<http://www.lamela.com/indexE.html>

Explicación proyecto

<http://www.lamela.com/nuevo/verFicha.php?idioma=es&id=520>





<http://www.lamela.com/indexE.html>

El website de la oficina, www.lamela.com, no incorpora ninguna de las principales herramientas de diálogo on-line: Foros, chats y encuestas.

Recurso	Si / No	Número (en el conjunto de la web)	Presencia en portada	Presencia dentro de una sección de la web	Presencia autónoma	Otros comentarios
Herramientas dialógicas						
Foros	No	No	No	No		
Chats	No	No	No	No		
Encuestas	No	No	No	No		

Fuente: (Elaboración propia)

Con relación a la incorporación de plataformas de creación y gestión de contenidos 2.0, www.lamela.com no utiliza ningún tipo de diario on-line que actualice continuamente sus contenidos, opiniones, etc....



Recurso	Si / No	Número (en el conjunto de la web)	Presencia en portada	Presencia dentro de una sección de la web	Presencia autónoma	Otros comentarios
Plataformas de creación y gestión de contenidos 2.0						
Weblogs	No	No	No	No		
Photoblogs	No	No	No	No		
Audioblogs	No	No	No	No		
Videoblogs	No	No	No	No		
Wikis	No	No	No	No		

Fuente: (Elaboración propia)

En cuanto a la aparición de contenidos 2.0, www.lamela.com no hace uso de estas herramientas.

Recurso	Si / No	Número (en el conjunto de la web)	Presencia en portada	Presencia dentro de una sección de la web	Presencia autónoma	Otros comentarios
Contenidos 2.0						
Mashups	No	No	No	No		
Podcasts	No	No	No	No		
Lectores RSS	No	No	No	No		
Servicios para telefonía móvil	No	No	No	No		

Fuente: (Elaboración propia)

El estudio de arquitectura de LAMELA, www.lamela.com, no utiliza ningún tipo de marcadores sociales o etiquetas en su página web.

Recurso	Si / No	Número (en el conjunto de la web)	Presencia en portada	Presencia dentro de una sección de la web	Presencia autónoma	Otros comentarios
Metacontenidos						
Etiquetas o tags	No	No	No	No		
Folksonomía (Folksonomy)	No	No	No	No		
Marcadores sociales (Social bookmarking)	No	No	No	No		

Fuente: (Elaboración propia)

El estudio de arquitectura de LAMELA, www.lamela.com no permite en ninguno de los apartados de su website la participación directa de sus clientes ni de usuarios de la plataforma en general.

Recurso	Si / No	Número (en el conjunto de la web)	Presencia en portada	Presencia dentro de una sección de la web	Presencia autónoma	Otros comentarios
Participación directa de los usuarios						
Personalización de página de inicio	No	No	No	No		
Herramientas para la votación de los contenidos por los usuarios	No	No	No	No		

Fuente: (Elaboración propia)

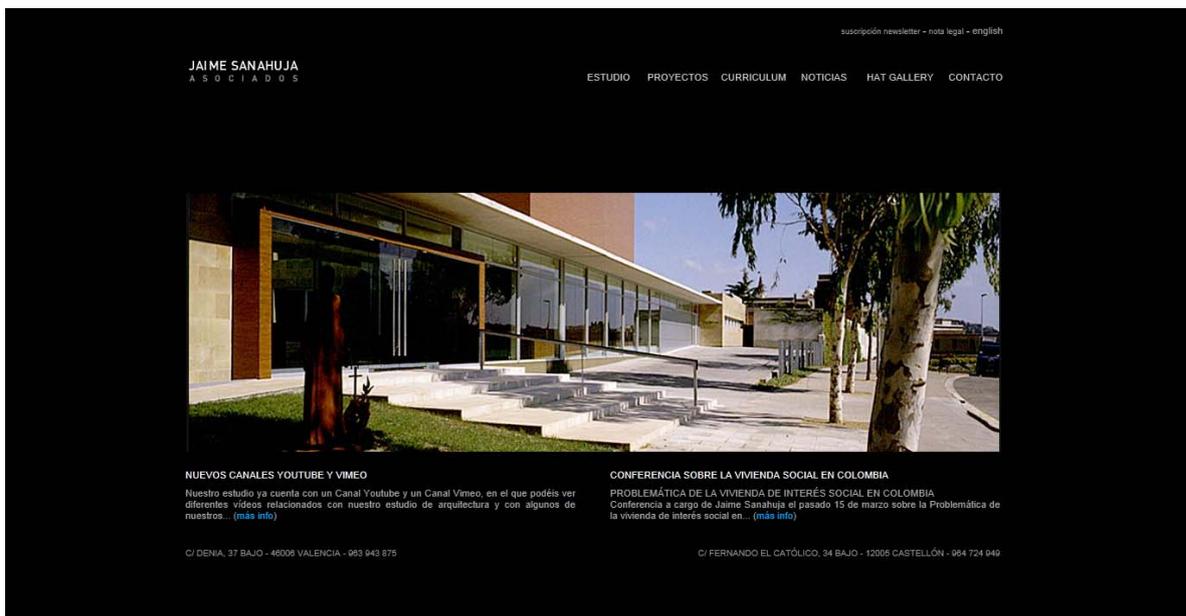
En cuanto a otros servicios de la web 2.0, tan extendidos y utilizados en la actualidad diariamente por millones de usuarios, www.lamela.com no hace ningún uso de ellos para comunicarse con sus actuales clientes o lo que es también muy importante, con potenciales clientes usuarios del cibermedio.

Recurso	Si / No	Número (en el conjunto de la web)	Presencia en portada	Presencia dentro de una sección de la web	Presencia autónoma	Otros comentarios
Otros servicios de la web 2.0						
Redes sociales (Facebook u otras)	No	No	No	No		
Redes de información (Twitter)	No	No	No	No		

Fuente: (Elaboración propia)

3.2.17.- ESTUDIO DE ARQUITECTURA: JAIME SANAHUJA

ESTUDIO DE ARQUITECTURA:	JAIME SANAHUJA
FUENTE:	www.jaimesanahuja.com



Fuente: (www.jaimesanahuja.com)

Página corporativa que deja de lado la presencia en redes sociales pero que incorpora gran cantidad de herramientas destinadas a la presencia en plataformas que permitan la publicidad estática de la empresa.



La tabla de análisis general sobre los atributos informativos en cada web en el estudio de arquitectura de JAIME SANAHUJA responde a las siguientes características:

Recurso	Si / No	Número (en el conjunto de la web)	Presencia en portada	Presencia dentro de una sección de la web	Presencia autónoma	Otros comentarios
Tipología de atributos informativos en cada web						
Texto	Si	Varios	No	Si		
Fotografías	Si	Gran cantidad	No	No		
Galería de fotografías	No	No	No	No		
Video	No	No	No	No		
Infografías	Si	Algunos proyectos	No	No		
Enlaces	No	No	No	No		

Fuente: (Elaboración propia)

El website del estudio de arquitectura, www.jaimesanahuja.com, hace referencia a diferentes noticias relevantes relacionadas con el propio estudio de arquitectura: conferencias, exposiciones, premios,... que puedan resultar de interés para los usuarios o clientes. No aparecen noticias de interés ajenas a la participación del propio gabinete.

El website del estudio de arquitectura, www.jaimesanahuja.com, explica detalladamente los proyectos realizados como información de interés para los usuarios o clientes.

Recurso	Si / No	Número (en el conjunto de la web)	Presencia en portada	Presencia dentro de una sección de la web	Presencia autónoma	Otros comentarios
Tipologías de mensaje / contenidos predominantes						
Noticia	Si	Varias	Si	Si		
Reportaje	No	No	No	No		
Explicación proyecto	Si	Gran cantidad	No	No		

Fuente: (Elaboración propia)



Noticias

subscripción newsletter - nota legal - english

JAIME SANAHUJA
ASOCIADOS

ESTUDIO PROYECTOS CURRICULUM NOTICIAS HAT GALLERY CONTACTO

NUEVOS CANALES YOUTUBE Y VIMEO
11/04/2012
Nuestro estudio ya cuenta con un Canal Youtube y un Canal Vimeo, en el que podéis ver diferentes vídeos relacionados con nuestro estudio de arquitectura y con algunos de nuestros proyectos realizados. Aquí os dejamos ambos links:
Youtube: <http://www.youtube.com/user/JAIMESANAHUJA/feed>
Vimeo: <http://vimeo.com/user10517628/videos/sort/plays>

CONFERENCIA SOBRE LA VIVIENDA SOCIAL EN COLOMBIA
27/03/2012
PROBLEMÁTICA DE LA VIVIENDA DE INTERÉS SOCIAL EN COLOMBIA
Conferencia a cargo de Jaime Sanahuja el pasado 15 de marzo sobre la Problemática de la vivienda de interés social en Colombia, un estudio comparativo de la vivienda de interés social en Colombia en relación al desarrollo de la vivienda protegida en España. Modelos urbanísticos y propuestas de futuro.
Lugar: Escuela de Arquitectura de la Universidad Pontificia Bolivariana de Medellín, Colombia.
<http://www.upb.edu.co>

AFAR MEDIA - HAT GALLERY
22/02/2012
FIND THE SOUL OF TRAVEL
La revista internacional Afar Media, con base en San Francisco, California, publica un reportaje sobre la ciudad de Valencia, en la que Hat Gallery, nuestra plataforma para el diálogo entre

<http://www.jaimesanahuja.com/es/noticias/>

Explicación proyectos

subscripción newsletter - nota legal - english

JAIME SANAHUJA
ASOCIADOS

ESTUDIO PROYECTOS CURRICULUM NOTICIAS HAT GALLERY CONTACTO

OBRA RESIDENCIAL

PROYECTO
Torrebellver
Proyecto de 8 viviendas en la urbanización Torrebellver en Oropesa del Mar (Castellón).

SITUACION
Parcelas 118-119-120. Urbanización Torrebellver. Oropesa del Mar.

FECHA INICIO
Enero de 2001

FECHA FINALIZACION
Enero de 2002

PROMOTOR
Urte CCB Benicassim, S.L.

ARQUITECTOS
Jaime Sanahuja Rochera
Carlos Guzmán Beltrán
Alejandro Rubert Laguna
Emilio Cubillos Gimeno

APAREJADOR
Felipe García Amat

CONTRATISTA
Construcciones Castaño S.L.

+ INFORMACIÓN

<http://www.jaimesanahuja.com/es/proyectos/tipo,1/obras/>

El website de la oficina, www.jaimesanahuja.com, no incorpora ninguna de las principales herramientas de diálogo on-line: Foros, chats y encuestas.



Recurso	Si / No	Número (en el conjunto de la web)	Presencia en portada	Presencia dentro de una sección de la web	Presencia autónoma	Otros comentarios
Herramientas dialógicas						
Foros	No	No	No	No		
Chats	No	No	No	No		
Encuestas	No	No	No	No		

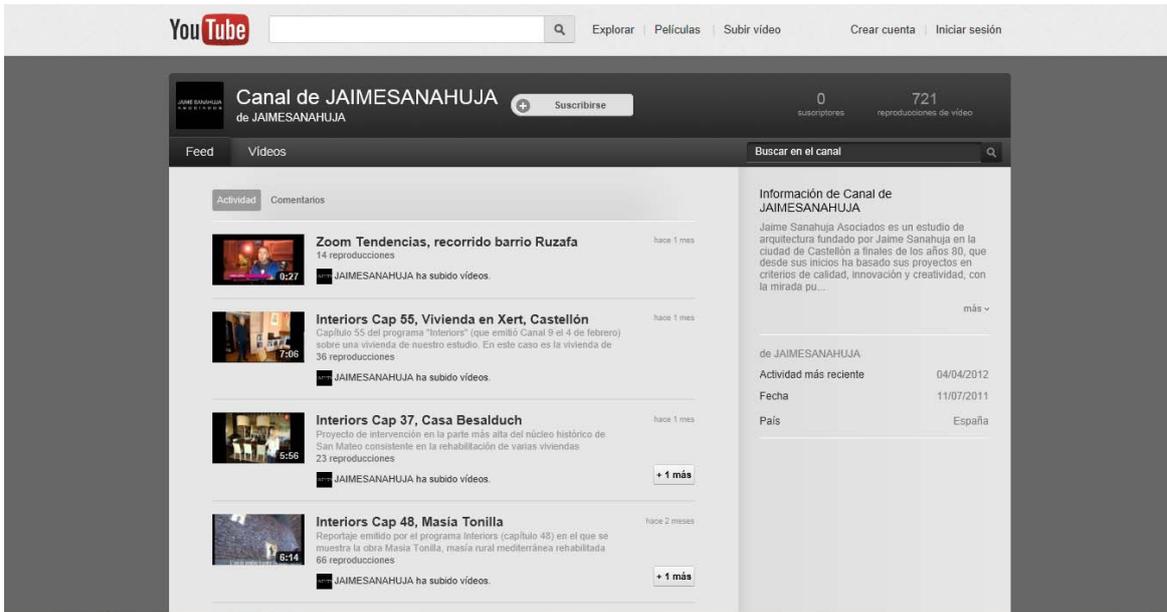
Fuente: (Elaboración propia)

Con relación a la incorporación de plataformas de creación y gestión de contenidos 2.0, www.jaimesanahuja.com utiliza el videoblogs como herramienta on-line que actualiza continuamente sus contenidos, opiniones, etc...

Recurso	Si / No	Número (en el conjunto de la web)	Presencia en portada	Presencia dentro de una sección de la web	Presencia autónoma	Otros comentarios
Plataformas de creación y gestión de contenidos 2.0						
Weblogs	No	No	No	No		
Photoblogs	No	No	No	No		
Audioblogs	No	No	No	No		
Videoblogs	Si	1	No	No		
Wikis	No	No	No	No		

Fuente: (Elaboración propia)

Videoblogs



Canal de JAIMESANAHUJA
de JAIMESANAHUJA

0 suscriptores 721 reproducciones de vídeo

Feed Videos

Actividad Comentarios

Zoom Tendencias, recorrido barrio Ruzafa
14 reproducciones
hace 1 mes
JAIMESANAHUJA ha subido vídeos.

Interiors Cap 55, Vivienda en Xert, Castellón
Capítulo 55 del programa "Interiors" (que emitió Canal 9 el 4 de febrero) sobre una vivienda de nuestro estudio. En este caso es la vivienda de
36 reproducciones
hace 1 mes
JAIMESANAHUJA ha subido vídeos.

Interiors Cap 37, Casa Besalduch
Proyecto de intervención en la parte más alta del núcleo histórico de San Mateo consistente en la rehabilitación de varias viviendas
23 reproducciones
hace 1 mes
JAIMESANAHUJA ha subido vídeos. + 1 más

Interiors Cap 48, Masía Tonilla
Reportaje emitido por el programa Interiors (capítulo 48) en el que se muestra la obra Masía Tonilla, masía rural mediterránea rehabilitada
66 reproducciones
hace 2 meses
JAIMESANAHUJA ha subido vídeos. + 1 más

Información de Canal de JAIMESANAHUJA
Jaime Sanahuja Asociados es un estudio de arquitectura fundado por Jaime Sanahuja en la ciudad de Castellón a finales de los años 80, que desde sus inicios ha basado sus proyectos en criterios de calidad, innovación y creatividad, con la mirada pu...
más ▾

de JAIMESANAHUJA

Actividad más reciente 04/04/2012

Fecha 11/07/2011

País España

<http://www.youtube.com/user/JAIMESANAHUJA/feed>



vimeo Join Log In Explore Help Search

JAIME SANAHUJA ASOCIADOS's Videos

9 Videos 0 Appearances 9 Total

Sort: Date / Alphabetical / Plays / Likes / Comments / Duration

Consell de...
Estudio Arquitectura Valencia
8 Plays

Consell de...
MINI LOFT
7 Plays

Interiors Cap 40, Palau dels Ossets
7 Plays

Palau dels Ossets, entrevista en Cor de Festa
7 Plays

BROWSE VIDEOS

Here are all the videos that **JAIME SANAHUJA ASOCIADOS** has uploaded to Vimeo. Appearances are videos that JAIME SANAHUJA ASOCIADOS has been credited in by others.

Follow

vimeo FESTIVAL + AWARDS
NEW YORK CITY, JUNE 7-9TH
LEARN MORE

ALSO CHECK OUT

<http://vimeo.com/user10517628/videos/sort:plays>



En cuanto a la aparición de contenidos 2.0, www.jaimesanahuja.com no hace uso de estas herramientas.

Recurso	Si / No	Número (en el conjunto de la web)	Presencia en portada	Presencia dentro de una sección de la web	Presencia autónoma	Otros comentarios
Contenidos 2.0						
Mashups	No	No	No	No		
Podcasts	No	No	No	No		
Lectores RSS	No	No	No	No		
Servicios para telefonía móvil	No	No	No	No		

Fuente: (Elaboración propia)

El estudio de arquitectura de JAIME SANAHUJA, www.jaimesanahuja.com, no utiliza ningún tipo de marcadores sociales o etiquetas en su página web.

Recurso	Si / No	Número (en el conjunto de la web)	Presencia en portada	Presencia dentro de una sección de la web	Presencia autónoma	Otros comentarios
Metacontenidos						
Etiquetas o tags	No	No	No	No		
Folksonomía (Folksonomy)	No	No	No	No		
Marcadores sociales (Social bookmarking)	No	No	No	No		

Fuente: (Elaboración propia)

El estudio de arquitectura de JAIME SANAHUJA, www.jaimesanahuja.com no permite en ninguno de los apartados de su website la participación directa de sus clientes ni de usuarios de la plataforma en general.



Recurso	Si / No	Número (en el conjunto de la web)	Presencia en portada	Presencia dentro de una sección de la web	Presencia autónoma	Otros comentarios
Participación directa de los usuarios						
Personalización de página de inicio	No	No	No	No		
Herramientas para la votación de los contenidos por los usuarios	No	No	No	No		

Fuente: (Elaboración propia)

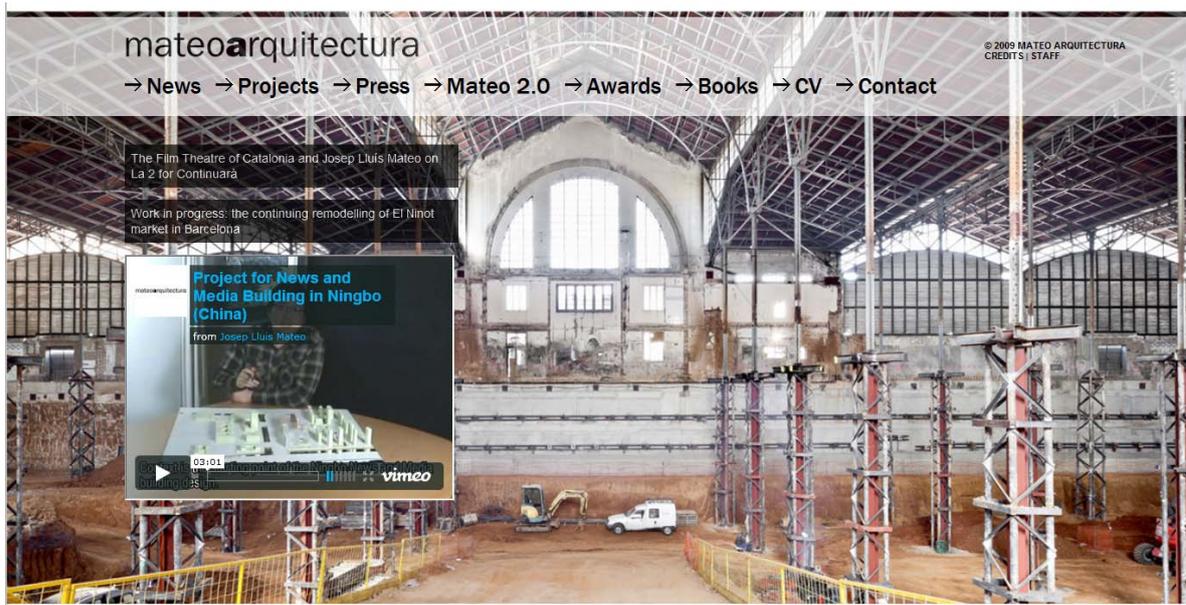
En cuanto a otros servicios de la web 2.0, tan extendidos y utilizados en la actualidad diariamente por millones de usuarios, www.jaimesanahuja.com no hace ningún uso de ellos para comunicarse con sus actuales clientes o lo que es también muy importante, con potenciales clientes usuarios del cibermedio.

Recurso	Si / No	Número (en el conjunto de la web)	Presencia en portada	Presencia dentro de una sección de la web	Presencia autónoma	Otros comentarios
Otros servicios de la web 2.0						
Redes sociales (Facebook u otras)	No	No	No	No		
Redes de información (Twitter)	No	No	No	No		

Fuente: (Elaboración propia)

3.2.18.- ESTUDIO DE ARQUITECTURA: JOSEP LLUÍS MATEO

ESTUDIO DE ARQUITECTURA:	JOSEP LLUÍS MATEO
FUENTE:	www.mateo-maparchitect.com



Fuente: (www.mateo-maparchitect.com)

Página web de un arquitecto concienciado de la importancia de la web 2.0 en la actualidad, has el punto de crear una pestaña ex-profeso para ello y customizada con su apellido: Mateo 2.0.

Desd ela misma se puede acceder directamente a enlaces a Viimeo, Twitter, Facebook y Flickr, garantizando por ello su presencia en las plataformas sociales de más adeptos así como en algunas de las más utilizadas para galerías de fotos y videos.

La tabla de análisis general sobre los atributos informativos en cada web en **el estudio de arquitectura de JOSEP LLUÍS MATEO** responde a las siguientes características:

Recurso	Si / No	Número (en el conjunto de la web)	Presencia en portada	Presencia dentro de una sección de la web	Presencia autónoma	Otros comentarios
Tipología de atributos informativos en cada web						
Texto	Si	Gran cantidad	Si	Si		
Fotografías	Si	Gran cantidad	Si	Si		
Galería de fotografías	Si	Varias	Si	Si		
Video	Si	Gran cantidad	Si	Si		
Infografías	Si	Gran cantidad	Si	Si		
Enlaces	No	No	No	No		

Fuente: (Elaboración propia)

El website del estudio de arquitectura, www.mateo-maparchitect.com, hace referencia a diferentes noticias relevantes relacionadas con el propio estudio de arquitectura: conferencias, exposiciones, premios,... que puedan resultar de interés para los usuarios o clientes. No aparecen noticias de interés ajenas a la participación del propio gabinete.

El website del estudio de arquitectura, www.mateo-maparchitect.com, explica detalladamente los proyectos realizados como información de interés para los usuarios o clientes.

Recurso	Si / No	Número (en el conjunto de la web)	Presencia en portada	Presencia dentro de una sección de la web	Presencia autónoma	Otros comentarios
Tipologías de mensaje / contenidos predominantes						
Noticia	Si	Gran cantidad	Si	Si		
Reportaje	No	No	No	No		
Explicación proyecto	Si	Gran cantidad	Si	Si		

Fuente: (Elaboración propia)

Noticias

mateoarquitectura

29 May '12 The Film Theatre of Catalonia and Josep Lluís Mateo on La 2 for Continuarà



Click on the image to watch the video

more »

Posted in 2012

Tags: Barcelona, Catalonia, Catalunya, Continuarà, Film Theatre, FilMOTECA, Josep Lluís Mateo, La 2, MAP Architects, MAP Arquitectes, Mateo Arquitectura, RTVE, TV

16 May '12 Work in progress: the continuing remodelling of El Ninot market in Barcelona



A space halfway between Josep Lluís Mateo's universe of ideas and the physical world of reality: buildings, projects, texts, events...

News (76)

2009 (5)

2010 (22)

2011 (39)

2012 (10)

- > The Film Theatre of Catalonia ...
- > Work in progress: the continui ...
- > Project for News and Media Bui ...
- > The Film Theatre of Catalonia ...
- > Work in progress: Prague Natio ...
- > Project: Pôle Multimodal Nice ...
- > Work in progress : THE START O ...
- > Work in progress: Tête de Pon ...
- > Exhibition: Spanish Architectu ...
- > Work in progress: The continui ...

Books (8)

Awards

Projects

[Main projects](#)

[Other projects](#)

Press

[Clipping Online](#)

[Clipping Offline](#)

[Videos](#)

[Press kits](#)

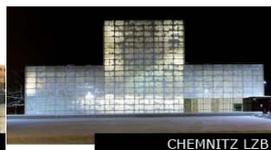
<http://www.mateo-maparchitect.com/category/news/>

Explicación

proyecto

mateoarquitectura

Main projects



A space halfway between Josep Lluís Mateo's universe of ideas and the physical world of reality: buildings, projects, texts, events...

News (76)

Books (8)

Awards

Projects

[Main projects](#)

[Other projects](#)

Press

[Clipping Online](#)

[Clipping Offline](#)

[Videos](#)

[Press kits](#)

Mateo 2.0

[vimeo](#)

[flickr](#)

[facebook](#)

[twitter Mateo](#)

[Arquitectura](#)

Links

[CV PDF](#)

[Contact](#)

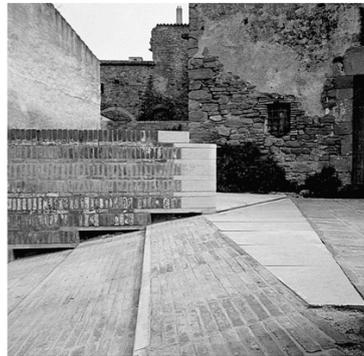
<http://www.mateo-maparchitect.com/main-projects/>



mateoarquitectura

ULLASTRET

Development of the medieval town of Ullastret (Girona)



Typology: Urban development and rehabilitation of the Ullastret Medieval Town
Project: 1982
Construction: 1983-1985
Site: Town of Ullastret, Baix Empordà, Girona (Spain)
Photo: Ferran Freixa

"...The atmosphere of Ullastret -that is, the peculiar sense of place- resembles a still life in which all objects appear primarily as representations of themselves. As parts of such a still life, the relics of the past cease to be merely old and instead satisfy our modern desire for the historical."

Josep Lluís Mateo (1995)

A space halfway between Josep Lluís Mateo's universe of ideas and the physical world of reality: buildings, projects, texts, events...

News (76)
Books (8)

Awards

Projects

Main projects
Other projects

Press

Clipping Online
Clipping Offline
Videos
Press kits

Mateo 2.0

vimeo
flickr
facebook
twitter Mateo
Arquitectura

Links

CV PDF
Contact

El website de la oficina, www.mateo-maparchitect.com, no incorpora ninguna de las principales herramientas de diálogo on-line: Foros, chats y encuestas.

Recurso	Sí / No	Número (en el conjunto de la web)	Presencia en portada	Presencia dentro de una sección de la web	Presencia autónoma	Otros comentarios
Herramientas dialógicas						
Foros	No	No	No	No		
Chats	No	No	No	No		
Encuestas	No	No	No	No		

Fuente: (Elaboración propia)

Con relación a la incorporación de plataformas de creación y gestión de contenidos 2.0, www.mateo-maparchitect.com utiliza varias de las herramientas a su alcance: photoblogs y videoblogs como diario on-line que actualiza continuamente sus contenidos, opiniones, etc.



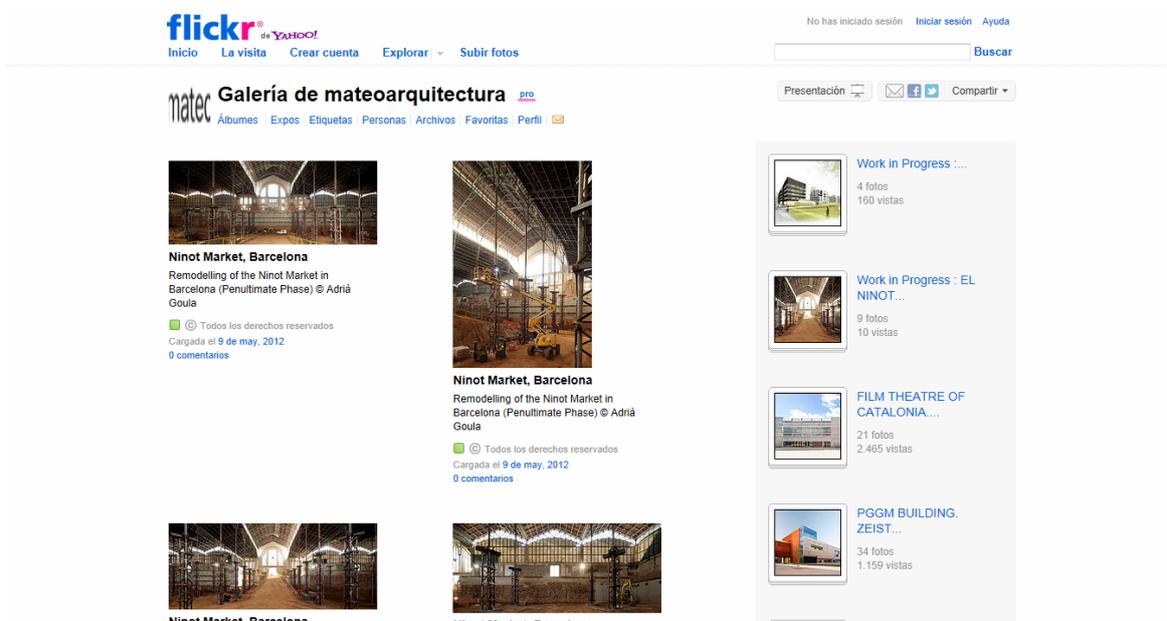
Recurso	Si / No	Número (en el conjunto de la web)	Presencia en portada	Presencia dentro de una sección de la web	Presencia autónoma	Otros comentarios
Plataformas de creación y gestión de contenidos 2.0						
Weblogs	No	No	No	No		
Photoblogs	Si	1	Si	No		
Audioblogs	No	No	No	No		
Videoblogs	Si	1	Si	No		
Wikis	No	No	No	No		

Fuente: (Elaboración propia)

Photoblog

La página también permite acceder a una serie de galerías en **flickr** donde aparecen sus principales proyectos y en especial aquellos más recientes.

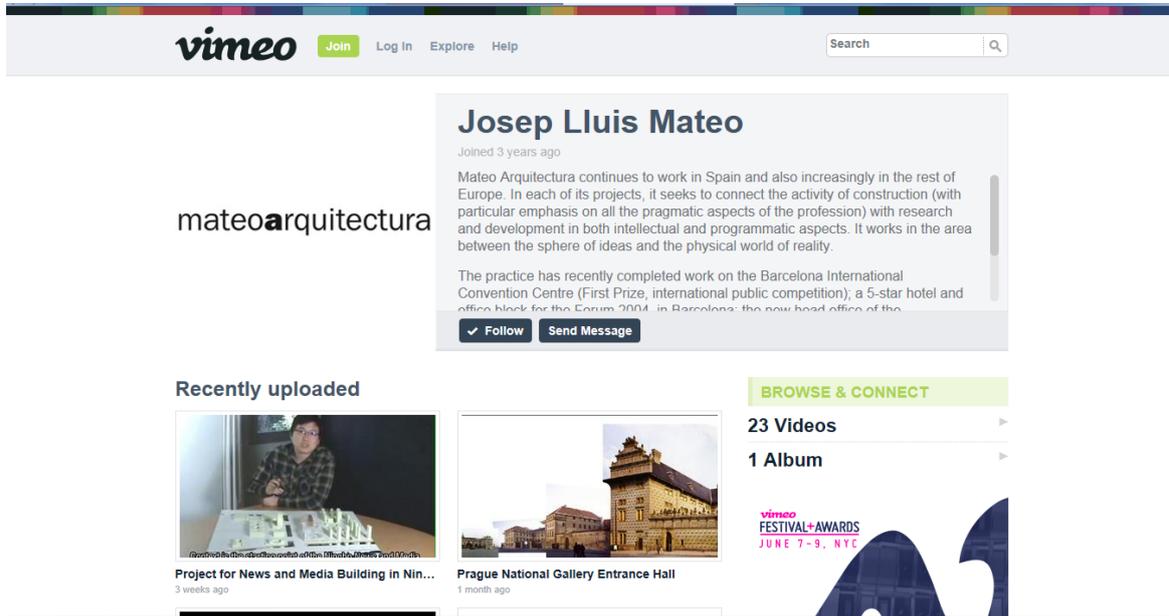
Una vez entras en una de estas galerías, accedes a una breve explicación del proyecto y a una serie de fotografías de la misma.



The screenshot shows a Flickr gallery page for 'mateoarquitectura'. The main content features a grid of photos showing the interior of the Ninot Market under renovation. The first photo is titled 'Ninot Market, Barcelona' and describes the 'Remodelling of the Ninot Market in Barcelona (Penultimate Phase) © Adrià Goula'. It includes a copyright notice and a date of '9 de may, 2012'. To the right, there is a sidebar with a list of other galleries, including 'Work in Progress ...', 'Work in Progress : EL NINOT...', 'FILM THEATRE OF CATALONIA...', and 'PGGM BUILDING ZEIST...'. The page also has navigation links like 'Inicio', 'La visita', 'Crear cuenta', 'Explorar', and 'Subir fotos'.

<http://www.flickr.com/photos/mateoarquitectura/>

Videoblog



<http://vimeo.com/user1722424>

En cuanto a la aparición de contenidos 2.0, www.mateo-maparchitect.com no hace uso de estas herramientas.

Recurso	Si / No	Número (en el conjunto de la web)	Presencia en portada	Presencia dentro de una sección de la web	Presencia autónoma	Otros comentarios
Contenidos 2.0						
Mashups	No	No	No	No		
Podcasts	No	No	No	No		
Lectores RSS	No	No	No	No		
Servicios para telefonía móvil	No	No	No	No		

Fuente: (Elaboración propia)

El estudio de arquitectura de JOSEP LLUÍS MATEO, www.mateo-maparchitect.com, no utiliza ningún tipo de marcadores sociales o etiquetas en su página web.



Recurso	Si / No	Número (en el conjunto de la web)	Presencia en portada	Presencia dentro de una sección de la web	Presencia autónoma	Otros comentarios
Metacontenidos						
Etiquetas o tags	No	No	No	No		
Folksonomía (Folksonomy)	No	No	No	No		
Marcadores sociales (Social bookmarking)	No	No	No	No		

Fuente: (Elaboración propia)

El estudio de arquitectura de **JOSEP LLUÍS MATEO**, www.mateo-maparchitect.com, no permite en ninguno de los apartados de su website la participación directa de sus clientes ni de usuarios de la plataforma en general.

Recurso	Si / No	Número (en el conjunto de la web)	Presencia en portada	Presencia dentro de una sección de la web	Presencia autónoma	Otros comentarios
Participación directa de los usuarios						
Personalización de página de inicio	No	No	No	No		
Herramientas para la votación de los contenidos por los usuarios	No	No	No	No		

Fuente: (Elaboración propia)

En cuanto a otros servicios de la web 2.0, tan extendidos y utilizados en la actualidad diariamente por millones de usuarios, el estudio de arquitectura de **JOSEP LLUÍS MATEO**, www.mateo-maparchitect.com, contiene dentro de su página principal una pestaña desplegable dedicada exclusivamente a web 2.0 (Mateo2.0) con enlaces a Facebook , Fickr, Twitter y Vimeo.

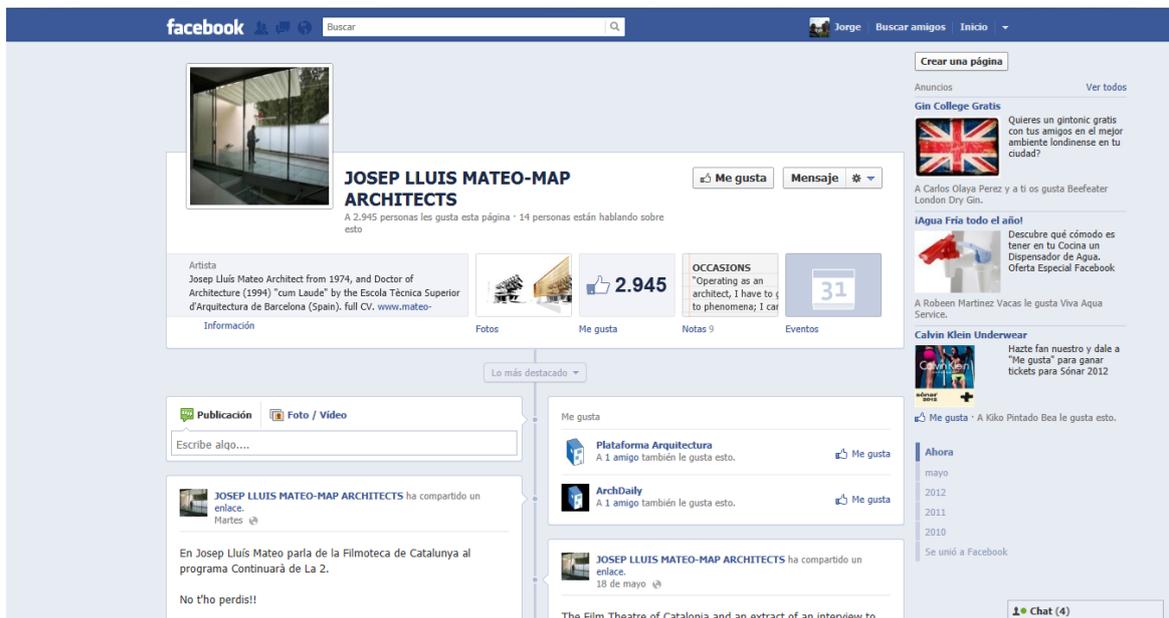
Recurso	Si / No	Número (en el conjunto de la web)	Presencia en portada	Presencia dentro de una sección de la web	Presencia autónoma	Otros comentarios
Otros servicios de la web 2.0						
Redes sociales (Facebook u otras)	Si	1	Si	Si		
Redes de información (Twitter)	Si	1	Si	Si		

Fuente: (Elaboración propia)

Facebook

Enlace directo a la página de Facebook donde además de los datos de contacto y presentar **2.945 "me gusta"** en el momento de la impresión de pantalla, presenta los últimos proyectos realizados a partir de fotografías y pequeños comentarios.

Noticias relativas al estudio: apariciones en prensa, televisión etc,....



<https://www.facebook.com/pages/JOSEP-LLUIS-MATEO-MAP-ARCHITECTS/195377440122>



Twitter

Desde el enlace a Twitter, el estudio presenta noticias relativas a los últimos proyectos en ejecución, concursos,...

Adjunta **noticias** relacionadas con el sector (arquitecturalvideos,....)

279 Tweets

322 Following

2.740 Followers

<http://twitter.com/#!/MateoArq>



3.2.19.- ESTUDIO DE ARQUITECTURA: NOMAD

ESTUDIO DE ARQUITECTURA:	NOMAD
FUENTE:	www.nomad.as



Fuente: (www.nomad.as)

La tabla de análisis general sobre los atributos informativos en cada web en **el estudio de arquitectura de NOMAD** responde a las siguientes características:

Recurso	Si / No	Número (en el conjunto de la web)	Presencia en portada	Presencia dentro de una sección de la web	Presencia autónoma	Otros comentarios
Tipología de atributos informativos en cada web						
Texto	Si	Varios	No	Si		
Fotografías	Si	Varias	Si	Si		
Galería de fotografías	No	No	No	No		
Video	No	No	No	No		
Infografías	Si	Varias	Si	Si		
Enlaces	No	No	No	No		

Fuente: (Elaboración propia)

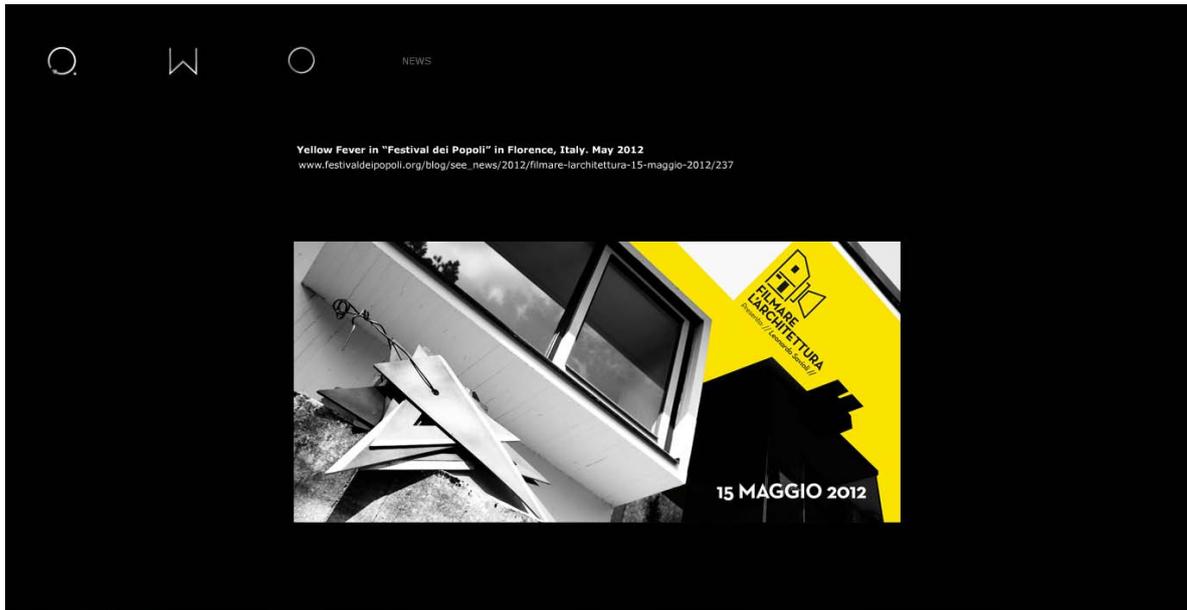
El website del estudio de arquitectura, www.nomad.as, hace referencia a diferentes noticias relevantes relacionadas con el propio estudio de arquitectura: conferencias, exposiciones, premios,... que puedan resultar de interés para los usuarios o clientes. No aparecen noticias de interés ajenas a la participación del propio gabinete.

El website del estudio de arquitectura, www.nomad.as, explica detalladamente los proyectos realizados como información de interés para los usuarios o clientes.

Recurso	Si / No	Número (en el conjunto de la web)	Presencia en portada	Presencia dentro de una sección de la web	Presencia autónoma	Otros comentarios
Tipologías de mensaje / contenidos predominantes						
Noticia	Si	Gran cantidad	No	Si		
Reportaje	No	No	No	No		
Explicación proyecto	Si	Varias	No	Si		

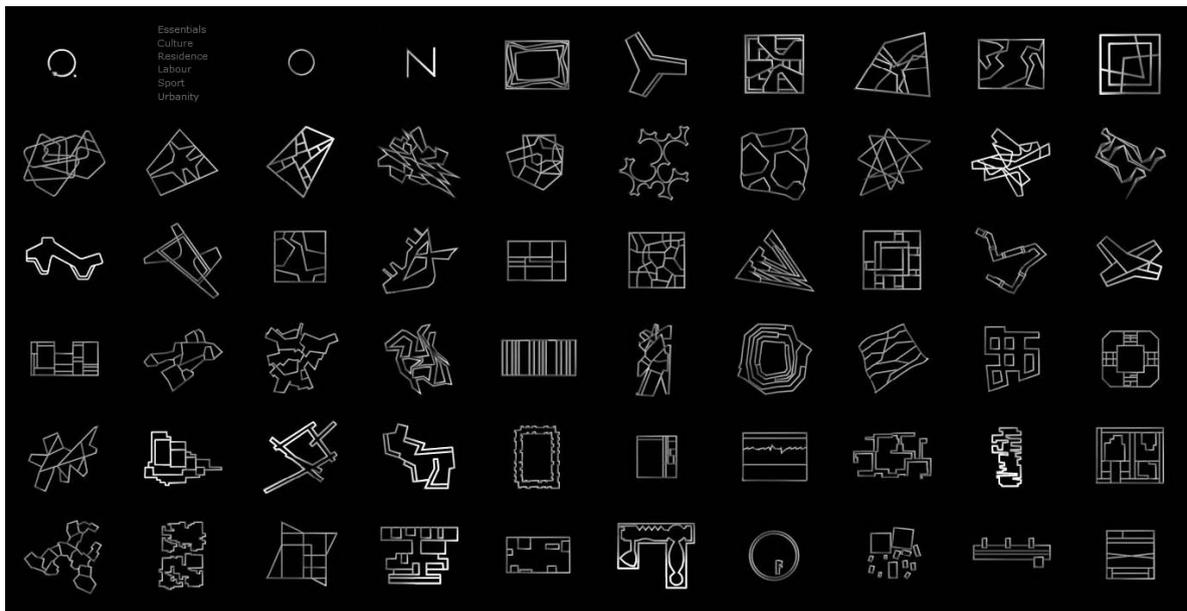
Fuente: (Elaboración propia)

Noticias



<http://www.nomad.as/html/current.html>

Explicación proyecto



<http://www.nomad.as/index2.html>



<http://www.nomad.as/html/lau1.html>

El website de la oficina, www.nomad.as, no incorpora ninguna de las principales herramientas de diálogo on-line: Foros, chats y encuestas.

Recurso	Si / No	Número (en el conjunto de la web)	Presencia en portada	Presencia dentro de una sección de la web	Presencia autónoma	Otros comentarios
Herramientas dialógicas						
Foros	No	No	No	No		
Chats	No	No	No	No		
Encuestas	No	No	No	No		

Fuente: (Elaboración propia)

Con relación a la incorporación de plataformas de creación y gestión de contenidos 2.0, www.nomad.as no utiliza ningún tipo de diario on-line que actualice continuamente sus contenidos, opiniones, etc....



Recurso	Si / No	Número (en el conjunto de la web)	Presencia en portada	Presencia dentro de una sección de la web	Presencia autónoma	Otros comentarios
Plataformas de creación y gestión de contenidos 2.0						
Weblogs	No	No	No	No		
Photoblogs	No	No	No	No		
Audioblogs	No	No	No	No		
Videoblogs	No	No	No	No		
Wikis	No	No	No	No		

Fuente: (Elaboración propia)

En cuanto a la aparición de contenidos 2.0, www.nomad.as no hace uso de estas herramientas.

Recurso	Si / No	Número (en el conjunto de la web)	Presencia en portada	Presencia dentro de una sección de la web	Presencia autónoma	Otros comentarios
Contenidos 2.0						
Mashups	No	No	No	No		
Podcasts	No	No	No	No		
Lectores RSS	No	No	No	No		
Servicios para telefonía móvil	No	No	No	No		

Fuente: (Elaboración propia)

El estudio de arquitectura NOMAD , www.nomad.as, no utiliza ningún tipo de marcadores sociales o etiquetas en su página web.

Recurso	Si / No	Número (en el conjunto de la web)	Presencia en portada	Presencia dentro de una sección de la web	Presencia autónoma	Otros comentarios
Metacontenidos						
Etiquetas o tags	No	No	No	No		
Folksonomía (Folksonomy)	No	No	No	No		
Marcadores sociales (Social bookmarking)	No	No	No	No		

Fuente: (Elaboración propia)

El estudio de arquitectura **NOMAD**, www.nomad.as, no permite en ninguno de los apartados de su website la participación directa de sus clientes ni de usuarios de la plataforma en general.

Recurso	Si / No	Número (en el conjunto de la web)	Presencia en portada	Presencia dentro de una sección de la web	Presencia autónoma	Otros comentarios
Participación directa de los usuarios						
Personalización de página de inicio	No	No	No	No		
Herramientas para la votación de los contenidos por los usuarios	No	No	No	No		

Fuente: (Elaboración propia)

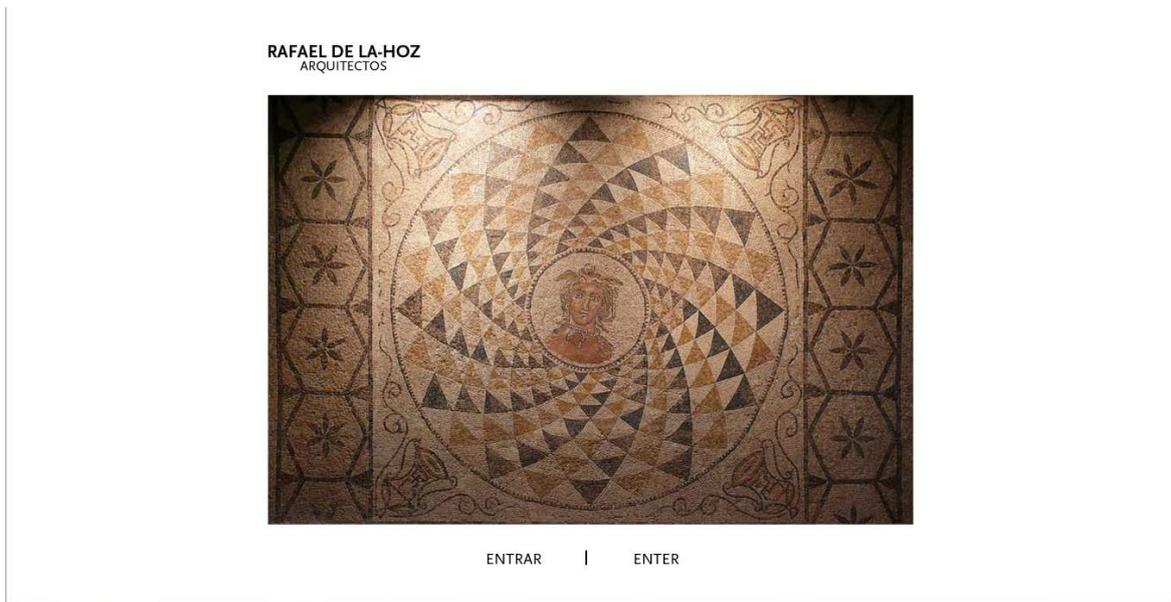
En cuanto a otros servicios de la web 2.0, tan extendidos y utilizados en la actualidad diariamente por millones de usuarios, www.nomad.as no hace ningún uso de ellos para comunicarse con sus actuales clientes o lo que es también muy importante, con potenciales clientes usuarios del cibermedio.

Recurso	Si / No	Número (en el conjunto de la web)	Presencia en portada	Presencia dentro de una sección de la web	Presencia autónoma	Otros comentarios
Otros servicios de la web 2.0						
Redes sociales (Facebook u otras)	No	No	No	No		
Redes de información (Twitter)	No	No	No	No		

Fuente: (Elaboración propia)

3.2.20.- ESTUDIO DE ARQUITECTURA: RAFAEL DE LA HOZ

ESTUDIO DE ARQUITECTURA:	RAFAEL DE LA HOZ
FUENTE:	www.rafaeldelahoz.com



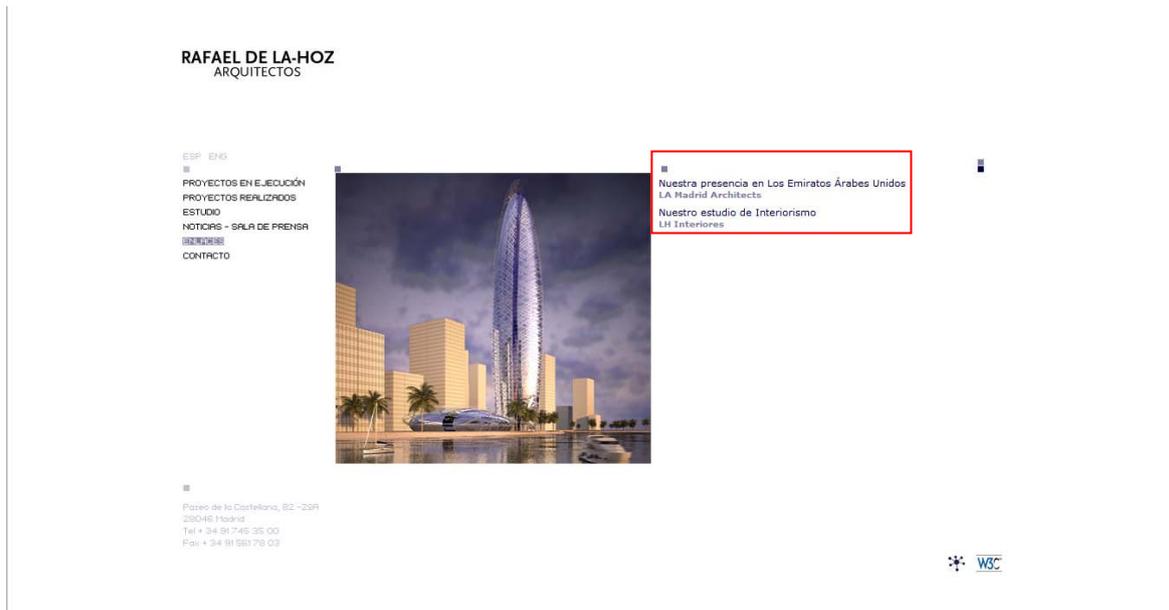
Fuente: (www.rafaeldelahoz.com)

La tabla de análisis general sobre los atributos informativos en cada web en **el estudio de arquitectura de RAFAEL DE LA HOZ** responde a las siguientes características:

Recurso	Si / No	Número (en el conjunto de la web)	Presencia en portada	Presencia dentro de una sección de la web	Presencia autónoma	Otros comentarios
Tipología de atributos informativos en cada web						
Texto	Si	Varios	No	Si		
Fotografías	Si	Gran cantidad	No	Si		
Galería de fotografías	No	No	No	No		
Video	No	No	No	No		
Infografías	Si	Varias	No	Si		
Enlaces	Si	2	No	Si		

Fuente: (Elaboración propia)

Enlaces



Nuestra presencia en Los Emiratos Árabes Unidos LA Madrid Architects

Nuestro estudio de Interiorismo LH Interiores

El website del estudio de arquitectura, www.rafaeldelahoz.com, hace referencia a diferentes noticias relevantes relacionadas con el propio estudio de arquitectura: conferencias, exposiciones, premios,... que puedan resultar de interés para los usuarios o clientes.

No aparecen noticias de interés ajenas a la participación del propio gabinete.

El website del estudio de arquitectura, www.rafaeldelahoz.com, explica detalladamente los proyectos realizados como información de interés para los usuarios o clientes y actualiza periódicamente el apartado de noticias, lo cual mantiene con cierta vida el portal y la opción de volver al mismo con el objeto de conocer nueva información sobre el estudio.



Recurso	Si / No	Número (en el conjunto de la web)	Presencia en portada	Presencia dentro de una sección de la web	Presencia autónoma	Otros comentarios
Tipologías de mensaje / contenidos predominantes						
Noticia	Si	Gran cantidad	No	Si		
Reportaje	No	No	No	No		
Explicación proyecto	Si	Gran cantidad	No	Si		

Fuente: (Elaboración propia)

Noticias

RAFAEL DE LA-HOZ ARQUITECTOS

ESP ENG

PROYECTOS EN EJECUCIÓN

PROYECTOS REALIZADOS

OPINIONES

ENLACES

CONTACTO

El proyecto "Puerta umbría", de la UTE Acciona Ingeniería y Rafael de La-Hoz Arquitectos, elegido para la nueva Estación del AVE Huelva
Leer +

Se reinaugura en Madrid Habitat en el edificio de Oficinas Castellana 79
Leer +

El arquitecto Rafael de La-Hoz finaliza junto al Paseo de la Castellana de Madrid el edificio del Nuevo Auditorio Rafael del Pino
Leer +

Las Torres de Hércules (Los Barrios, Cádiz) rozan ya los 100 metros y consolidan las 20 plantas.
Leer +

Rafael de La-Hoz presenta el futuro edificio de los Juzgados de lo Penal, de la Ciudad de la Justicia de Madrid.
Leer +

Rafael de La-Hoz recibe la Distinción COAM a la Obra de los Arquitectos por el edificio del Consejo
Leer +

Puerta Umbría Estación Huelva Alta Velocidad
"Posiblemente el proyecto puede entenderse como un gran retablo horizontal que ilumina, protege e informa"
Leer +

Proponemos una Estación que pretende ser una verdadera Estación Termino.
Leer +

No es por tanto un lugar de paso, sino un lugar donde las personas cambian su velocidad de movimiento y allí donde Huelva se presenta al viajero y el lugar donde se le despide.
Leer +

No hemos propuesto por tanto un simple apeadero donde abandonamos un tren que continúa su viaje, sino una Estación que debe ser el fin y el inicio de todo viaje.
Leer +

Por lo tanto proponemos con todas sus consecuencias un nuevo acontecimiento urbano en un lugar único que contribuya a la creación de crecimiento urbano de calidad en Huelva.
Leer +

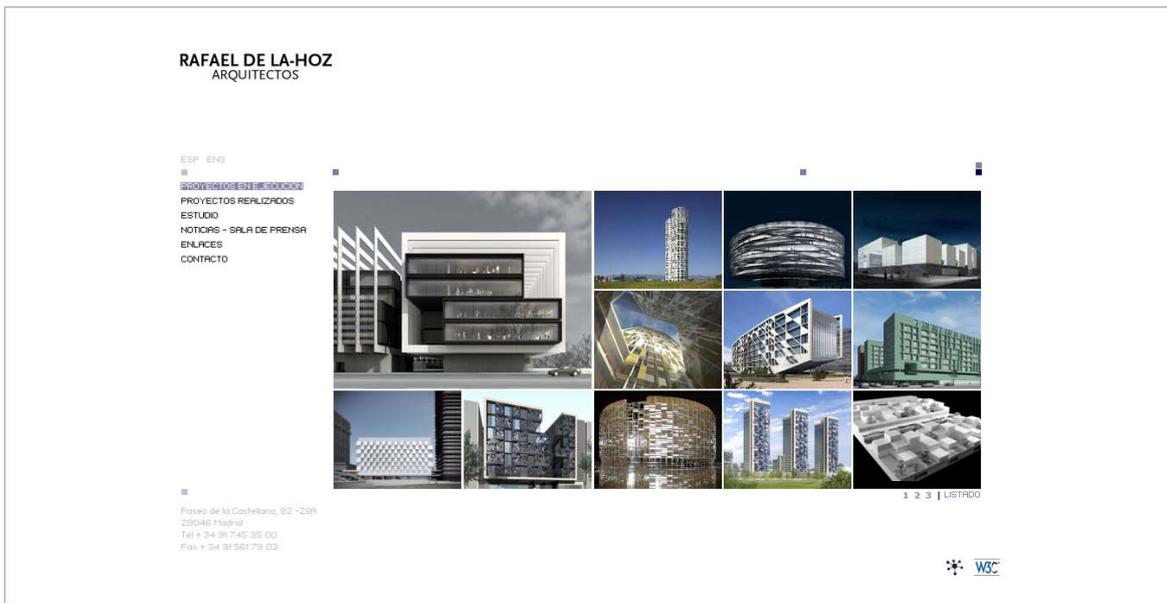
Tahira Pass
Leer +

Paseo de la Castellana, 82 -20B
28045 Madrid
Tel + 34 91 745 35 00
Fax + 34 91 561 78 03

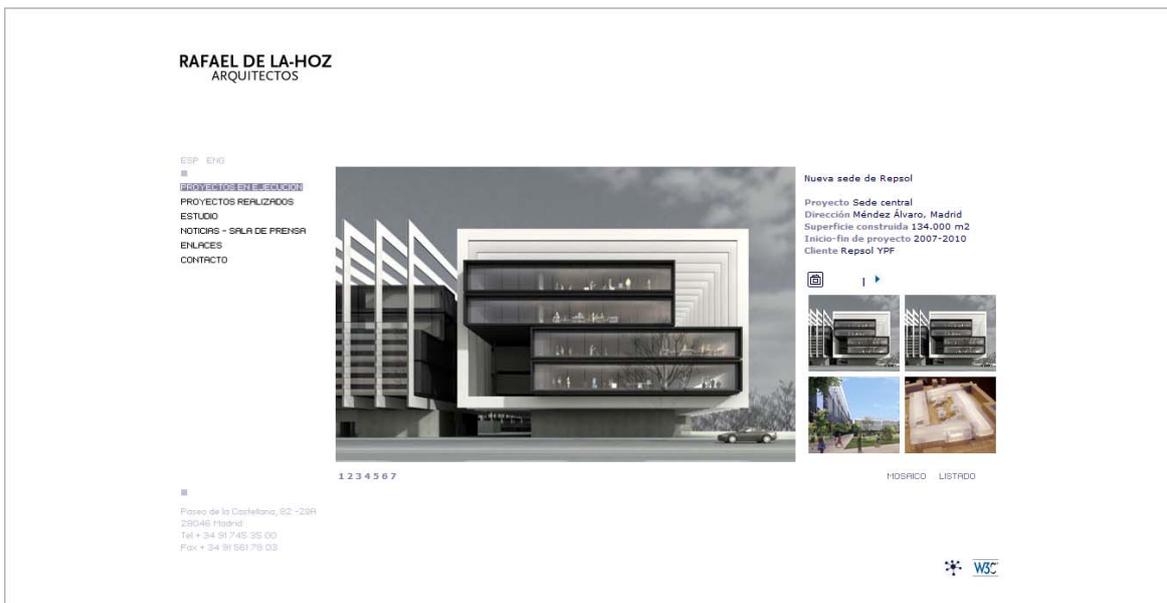
WSC

<http://www.rafaeldelahoz.com/index.asp>





<http://www.rafaeldelahoz.com/index.asp>



El website de la oficina, www.rafaeldelahoz.com, no incorpora ninguna de las principales herramientas de diálogo on-line: Foros, chats y encuestas.



Recurso	Si / No	Número (en el conjunto de la web)	Presencia en portada	Presencia dentro de una sección de la web	Presencia autónoma	Otros comentarios
Herramientas dialógicas						
Foros	No	No	No	No		
Chats	No	No	No	No		
Encuestas	No	No	No	No		

Fuente: (Elaboración propia)

Con relación a la incorporación de plataformas de creación y gestión de contenidos 2.0, www.rafaeldelaho.com no utiliza ningún tipo de diario on-line que actualice continuamente sus contenidos, opiniones, etc....

Recurso	Si / No	Número (en el conjunto de la web)	Presencia en portada	Presencia dentro de una sección de la web	Presencia autónoma	Otros comentarios
Plataformas de creación y gestión de contenidos 2.0						
Weblogs	No	No	No	No		
Photoblogs	No	No	No	No		
Audioblogs	No	No	No	No		
Videoblogs	No	No	No	No		
Wikis	No	No	No	No		

Fuente: (Elaboración propia)

En cuanto a la aparición de contenidos 2.0, www.rafaeldelaho.com no hace uso de estas herramientas.

Recurso	Si / No	Número (en el conjunto de la web)	Presencia en portada	Presencia dentro de una sección de la web	Presencia autónoma	Otros comentarios
Contenidos 2.0						
Mashups	No	No	No	No		
Podcasts	No	No	No	No		
Lectores RSS	No	No	No	No		
Servicios para telefonía móvil	No	No	No	No		

Fuente: (Elaboración propia)

El estudio de arquitectura de Rafael de la Hoz , www.rafaeldelahoz.com, no utiliza ningún tipo de marcadores sociales o etiquetas en su página web.

Recurso	Si / No	Número (en el conjunto de la web)	Presencia en portada	Presencia dentro de una sección de la web	Presencia autónoma	Otros comentarios
Metacontenidos						
Etiquetas o tags	No	No	No	No		
Folksonomía (Folksonomy)	No	No	No	No		
Marcadores sociales (Social bookmarking)	No	No	No	No		

Fuente: (Elaboración propia)

El estudio de arquitectura de Rafael de la Hoz , www.rafaeldelahoz.com, no permite en ninguno de los apartados de su website la participación directa de sus clientes ni de usuarios de la plataforma en general.

Recurso	Si / No	Número (en el conjunto de la web)	Presencia en portada	Presencia dentro de una sección de la web	Presencia autónoma	Otros comentarios
Participación directa de los usuarios						
Personalización de página de inicio	No	No	No	No		
Herramientas para la votación de los contenidos por los usuarios	No	No	No	No		

Fuente: (Elaboración propia)

En cuanto a otros servicios de la web 2.0, tan extendidos y utilizados en la actualidad diariamente por millones de usuarios, www.rafaeldelahoz.com no hace ningún uso de ellos para comunicarse con sus actuales clientes o lo que es también muy importante, con potenciales clientes usuarios del cibermedio.

Recurso	Si / No	Número (en el conjunto de la web)	Presencia en portada	Presencia dentro de una sección de la web	Presencia autónoma	Otros comentarios
Otros servicios de la web 2.0						
Redes sociales (Facebook u otras)	No	No	No	No		
Redes de información (Twitter)	No	No	No	No		

Fuente: (Elaboración propia)

3.2.21.- ESTUDIO DE ARQUITECTURA: SANTIAGO CALATRAVA

ESTUDIO DE ARQUITECTURA:	SANTIAGO CALATRAVA
FUENTE:	www.calatrava.com



La tabla de análisis general sobre los atributos informativos en cada web en **el estudio de arquitectura de SANTIAGO CALATRAVA** responde a las siguientes características:

Recurso	Si / No	Número (en el conjunto de la web)	Presencia en portada	Presencia dentro de una sección de la web	Presencia autónoma	Otros comentarios
Tipología de atributos informativos en cada web						
Texto	Si	Varias	No	Si		
Fotografías	Si	Varias	No	Si		
Galería de fotografías	Si	Varias	No	Si		
Video	Si	Varios	No	Si		
Infografías	Si	Varias	No	Si		
Enlaces	No	No	No	No		

Fuente: (Elaboración propia)

El website del estudio de arquitectura, www.calatrava.com, explica detalladamente los proyectos realizados como información de interés para los usuarios o clientes.

Recurso	Si / No	Número (en el conjunto de la web)	Presencia en portada	Presencia dentro de una sección de la web	Presencia autónoma	Otros comentarios
Tipologías de mensaje / contenidos predominantes						
Noticia	No	No	No	No		
Reportaje	No	No	No	No		
Explicación proyecto	Si	Varias	No	Si		

Fuente: (Elaboración propia)

Explicación proyecto



<http://www.calatrava.com/#/Biography/All?mode=english>

El website de la oficina, www.calatrava.com no incorpora ninguna de las principales herramientas de diálogo on-line: Foros, chats y encuestas.

Recurso	Si / No	Número (en el conjunto de la web)	Presencia en portada	Presencia dentro de una sección de la web	Presencia autónoma	Otros comentarios
Herramientas dialógicas						
Foros	No	No	No	No		
Chats	No	No	No	No		
Encuestas	No	No	No	No		

Fuente: (Elaboración propia)

Con relación a la incorporación de plataformas de creación y gestión de contenidos 2.0, www.calatrava.com no utiliza ningún tipo de diario on-line que actualice continuamente sus contenidos, opiniones, etc....



Recurso	Si / No	Número (en el conjunto de la web)	Presencia en portada	Presencia dentro de una sección de la web	Presencia autónoma	Otros comentarios
Plataformas de creación y gestión de contenidos 2.0						
Weblogs	No	No	No	No		
Photoblogs	No	No	No	No		
Audioblogs	No	No	No	No		
Videoblogs	No	No	No	No		
Wikis	No	No	No	No		

Fuente: (Elaboración propia)

En cuanto a la aparición de contenidos 2.0, www.calatrava.com no hace uso de estas herramientas.

Recurso	Si / No	Número (en el conjunto de la web)	Presencia en portada	Presencia dentro de una sección de la web	Presencia autónoma	Otros comentarios
Contenidos 2.0						
Mashups	No	No	No	No		
Podcasts	No	No	No	No		
Lectores RSS	No	No	No	No		
Servicios para telefonía móvil	No	No	No	No		

Fuente: (Elaboración propia)

El estudio de arquitectura de SANTIAGO CALATRAVA, www.calatrava.com, no utiliza ningún tipo de marcadores sociales o etiquetas en su página web.

Recurso	Si / No	Número (en el conjunto de la web)	Presencia en portada	Presencia dentro de una sección de la web	Presencia autónoma	Otros comentarios
Metacontenidos						
Etiquetas o tags	No	No	No	No		
Folksonomía (Folksonomy)	No	No	No	No		
Marcadores sociales (Social bookmarking)	No	No	No	No		

Fuente: (Elaboración propia)

El estudio de arquitectura de **SANTIAGO CALATRAVA**, www.calatrava.com permite la participación directa de sus clientes y usuarios mediante una pestaña diseñada para poder enviar comentarios de un modo directo a su departamento de RRPP (relaciones públicas).

Recurso	Si / No	Número (en el conjunto de la web)	Presencia en portada	Presencia dentro de una sección de la web	Presencia autónoma	Otros comentarios
Participación directa de los usuarios						
Personalización de página de inicio	No	No	No	No		
Herramientas para la votación de los contenidos por los usuarios	No	No	No	No		
Otros (especificar)	Si	1	Si	Si		Posibilidad de enviar comentarios a la web

Fuente: (Elaboración propia)

The screenshot displays the website for Santiago Calatrava. At the top, there is a navigation menu with 'BIOGRAPHY' and 'SELECTED WORKS'. Below this, there are tabs for 'ALL', 'PROJECTS', 'MILESTONES', 'AWARDS', and 'EXHIBITIONS'. The main content area features a large image of a circular stadium-like structure with the text 'University of South Florida' above it. To the right, there is a vertical timeline titled 'CURRENT' with years from 2010 down to 1951. The timeline lists various projects and awards, such as 'Università degli Studi di Roma "Tor Vergata" Rome, Italy' and 'Woodrow Wilson Award for Public Service'. Below the main image, there is a contact form with fields for 'SUBJECT:', 'NAME:', 'EMAIL:', and 'MESSAGE', along with 'CANCEL' and 'SUBMIT' buttons. At the bottom of the contact form, there are social media icons for Twitter and Facebook, and the text 'EMAIL | ADDRESS'.

En cuanto a otros servicios de la web 2.0, tan extendidos y utilizados en la actualidad diariamente por millones de usuarios, **el estudio de arquitectura de SANTIAGO CALATRAVA, www.calatrava.com** está presente en Facebook y Twitter.

Recurso	Si / No	Número (en el conjunto de la web)	Presencia en portada	Presencia dentro de una sección de la web	Presencia autónoma	Otros comentarios
Otros servicios de la web 2.0						
Redes sociales (Facebook u otras)	Si	1	Si	Si		
Redes de información (Twitter)	Si	1	Si	Si		

Fuente: (Elaboración propia)





EMAIL | ADDRESS

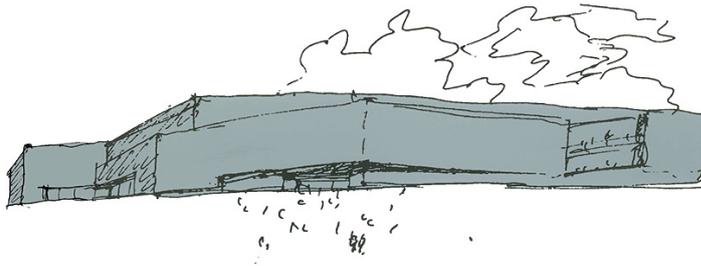
En cuanto a Facebook, **el estudio de arquitectura de SANTIAGO CALATRAVA**, www.calatrava.com presenta un icono de la plataforma y una vez intentas entrar no abre ninguna pantalla.

En cuanto a Twitter, **el estudio de arquitectura de SANTIAGO CALATRAVA**, www.calatrava.com permite escribir un único tweet por entrada a la web.

3.2.21.- ESTUDIO DE ARQUITECTURA: GUILLERMO VÁZQUEZ CONSUEGRA

ESTUDIO DE ARQUITECTURA:	GUILLERMO VÁZQUEZ CONSUEGRA
FUENTE:	www.vazquezconsuegra.com

VAZQUEZ CONSUEGRA



PROYECTOS

CURRICULUM

CONTACTO

CONCURSOS

NOTICIAS

Fuente: (www.vazquezconsuegra.com)

La tabla de análisis general sobre los atributos informativos en cada web en **el estudio de arquitectura de GUILLERMO VÁZQUEZ CONSUEGRA** responde a las siguientes características:

Recurso	Si / No	Número (en el conjunto de la web)	Presencia en portada	Presencia dentro de una sección de la web	Presencia autónoma	Otros comentarios
Tipología de atributos informativos en cada web						
Texto	Si	Gran cantidad	No	Si		
Fotografías	Si	Gran cantidad	No	Si		
Galería de fotografías	Si	Varias	No	Si		
Video	No	No	No	No		
Infografías	Si	Varias	Si	Si		
Enlaces	No	No	No	No		

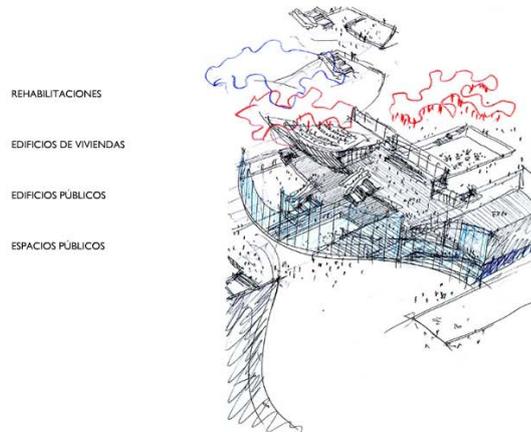
Fuente: (Elaboración propia)

El website del estudio de arquitectura, www.vazquezconsuegra.com, explica detalladamente los proyectos realizados como información de interés para los usuarios o clientes.

Recurso	Si / No	Número (en el conjunto de la web)	Presencia en portada	Presencia dentro de una sección de la web	Presencia autónoma	Otros comentarios
Tipologías de mensaje / contenidos predominantes						
Noticia	No	No	No	No		
Reportaje	No	No	No	No		
Explicación proyecto	Si	Gran cantidad	No	Si		

Fuente: (Elaboración propia)

Explicación proyecto



NOTICIAS CONCURSOS CONTACTO CV

<http://www.vazquezconsuegra.com/Proyectos.html>



home | 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11 12 13 14 15 16 17 18 19 20 21 22 23 24 25 26 Ficha Técnica NOTICIAS PROYECTOS CONTACTO CV

http://www.vazquezconsuegra.com/San_Telmo.html

El website de la oficina, www.vazquezconsuegra.com no incorpora ninguna de las principales herramientas de diálogo on-line: Foros, chats y encuestas.



Recurso	Si / No	Número (en el conjunto de la web)	Presencia en portada	Presencia dentro de una sección de la web	Presencia autónoma	Otros comentarios
Herramientas dialógicas						
Foros	No	No	No	No		
Chats	No	No	No	No		
Encuestas	No	No	No	No		

Fuente: (Elaboración propia)

Con relación a la incorporación de plataformas de creación y gestión de contenidos 2.0, www.vazquezconsuegra.com no utiliza ningún tipo de diario on-line que actualice continuamente sus contenidos, opiniones, etc....

Recurso	Si / No	Número (en el conjunto de la web)	Presencia en portada	Presencia dentro de una sección de la web	Presencia autónoma	Otros comentarios
Plataformas de creación y gestión de contenidos 2.0						
Weblogs	No	No	No	No		
Photoblogs	No	No	No	No		
Audioblogs	No	No	No	No		
Videoblogs	No	No	No	No		
Wikis	No	No	No	No		

Fuente: (Elaboración propia)

En cuanto a la aparición de contenidos 2.0, www.vazquezconsuegra.com no hace uso de estas herramientas.

Recurso	Si / No	Número (en el conjunto de la web)	Presencia en portada	Presencia dentro de una sección de la web	Presencia autónoma	Otros comentarios
Contenidos 2.0						
Mashups	No	No	No	No		
Podcasts	No	No	No	No		
Lectores RSS	No	No	No	No		
Servicios para telefonía móvil	No	No	No	No		

Fuente: (Elaboración propia)

El estudio de arquitectura de **GUILLERMO VÁZQUEZ CONSUEGRA**, www.vazquezconsuegra.com, no utiliza ningún tipo de marcadores sociales o etiquetas en su página web.

Recurso	Si / No	Número (en el conjunto de la web)	Presencia en portada	Presencia dentro de una sección de la web	Presencia autónoma	Otros comentarios
Metacontenidos						
Etiquetas o tags	No	No	No	No		
Folksonomía (Folksonomy)	No	No	No	No		
Marcadores sociales (Social bookmarking)	No	No	No	No		

Fuente: (Elaboración propia)

El estudio de arquitectura de **GUILLERMO VÁZQUEZ CONSUEGRA**, www.vazquezconsuegra.com, no permite en ninguno de los apartados de su website la participación directa de sus clientes ni de usuarios de la plataforma en general.

Recurso	Si / No	Número (en el conjunto de la web)	Presencia en portada	Presencia dentro de una sección de la web	Presencia autónoma	Otros comentarios
Participación directa de los usuarios						
Personalización de página de inicio	No	No	No	No		
Herramientas para la votación de los contenidos por los usuarios	No	No	No	No		

Fuente: (Elaboración propia)

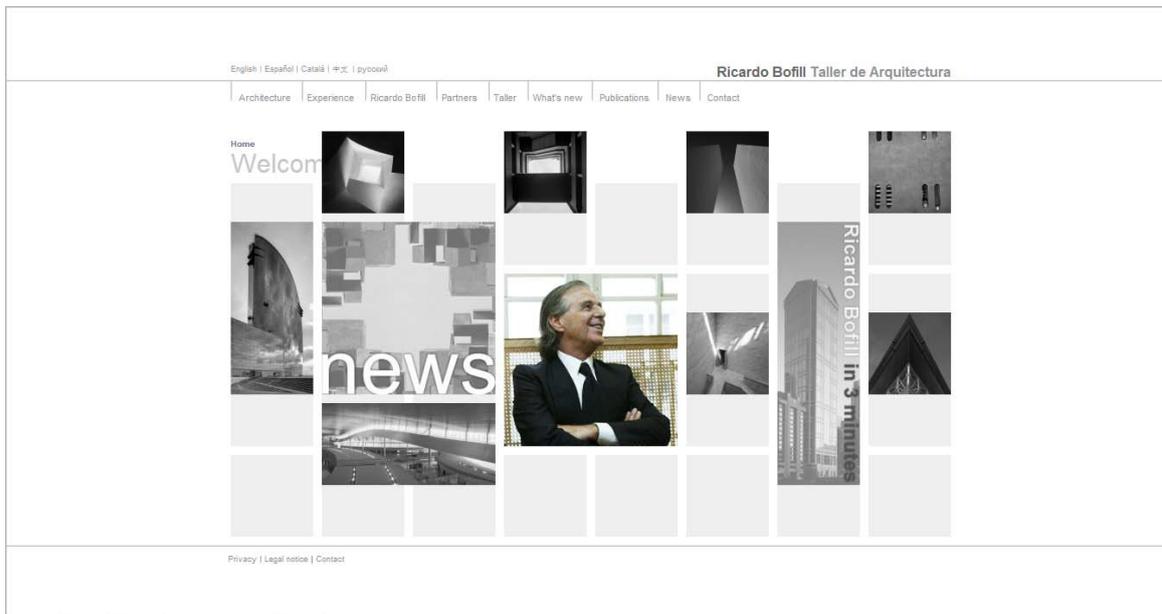
En cuanto a otros servicios de la web 2.0, tan extendidos y utilizados en la actualidad diariamente por millones de usuarios, www.vazquezconsuegra.com no hace ningún uso de ellos para comunicarse con sus actuales clientes o lo que es también muy importante, con potenciales clientes usuarios del cibermedio.

Recurso	Si / No	Número (en el conjunto de la web)	Presencia en portada	Presencia dentro de una sección de la web	Presencia autónoma	Otros comentarios
Otros servicios de la web 2.0						
Redes sociales (Facebook u otras)	No	No	No	No		
Redes de información (Twitter)	No	No	No	No		

Fuente: (Elaboración propia)

3.2.22.- ESTUDIO DE ARQUITECTURA: RICARDO BOFILL

ESTUDIO DE ARQUITECTURA:	RICARDO BOFILL
FUENTE:	www.ricardobofill.com



Fuente: (www.ricardobofill.com)

La tabla de análisis general sobre los atributos informativos en cada web en **el estudio de arquitectura de RICARDO BOFIL** responde a las siguientes características:

Recurso	Si / No	Número (en el conjunto de la web)	Presencia en portada	Presencia dentro de una sección de la web	Presencia autónoma	Otros comentarios
Tipología de atributos informativos en cada web						
Texto	Si	Gran cantidad	No	Si		
Fotografías	Si	Gran cantidad	No	Si		
Galería de fotografías	No	No	No	No		
Video	Si	Varios	No	Si		
Infografías	Si	Varios	No	Si		
Enlaces	No	No	No	No		

Fuente: (Elaboración propia)

El website del estudio de arquitectura, www.ricardobofill.com, hace referencia a diferentes noticias relevantes relacionadas con el propio estudio de arquitectura: conferencias, exposiciones, premios,... que puedan resultar de interés para los usuarios o clientes. No aparecen noticias de interés ajenas a la participación del propio gabinete.

El website del estudio de arquitectura, www.ricardobofill.com, explica detalladamente los proyectos realizados como información de interés para los usuarios o clientes.

Recurso	Si / No	Número (en el conjunto de la web)	Presencia en portada	Presencia dentro de una sección de la web	Presencia autónoma	Otros comentarios
Tipologías de mensaje / contenidos predominantes						
Noticia	Si	Gran cantidad	No	Si		
Reportaje	No	No	No	No		
Explicación proyecto	Si	Gran cantidad	No	Si		

Fuente: (Elaboración propia)

Noticias

English | Español | Català | 中文 | বাংলা

Ricardo Bofill Taller de Arquitectura

Architecture | Experience | Ricardo Bofill | Partners | Taller | What's new | Publications | News | Contact

Home » News Site map

News

- ▶ The team of Ricardo Bofill Taller de Arquitectura and the agency Barcelona Regional has been selected to elaborate the Concept for the New Agglomeration of Moscow.
21/02/2012
The team of Ricardo Bofill Taller de Arquitectura and the agency Barcelona Regional has been selected...
- ▶ The "Crescent" of Salerno rises from the earth
16/02/2012
The ground plan of the "Crescent of Salerno" designed by Master Ricardo Bofill, a large square town...
- ▶ A LITTLE BROTHER OF BARCELONA AIRPORT
23/01/2012
Spanish architect Ricardo Bofill, who has designed Barcelona Airport, "2010 Europe Best Airport"...
- ▶ Ricardo Bofill's Vanke Tomorrow Plaza project
12/01/2012
Ricardo Bofill's Vanke Tomorrow Plaza project located in DaHun, south of Shenyang Golden Corridor...
- ▶ The project "Oceanic", designed by architect Ricardo Bofill
14/12/2011
The project "Oceanic", designed by architect Ricardo Bofill, French company Unibail-Rodamco will invest...

1 | 2 | 3 | 4 | 5 | ... | 9 | Next

Privacy | Legal notice | Contact

Register to receive our newsletter

Name & surname Email

<http://www.ricardobofill.com/en/3891/News.htm>

Explicación proyecto

English | Español | Català | 中文 | বাংলা

Ricardo Bofill Taller de Arquitectura

Architecture | Experience | Ricardo Bofill | Partners | Taller | What's new | Publications | News | Contact

Typology | Chronology | Alphabetical | Built projects | Worldmap

Home » Architecture » Typology Site map

Architecture / Typology

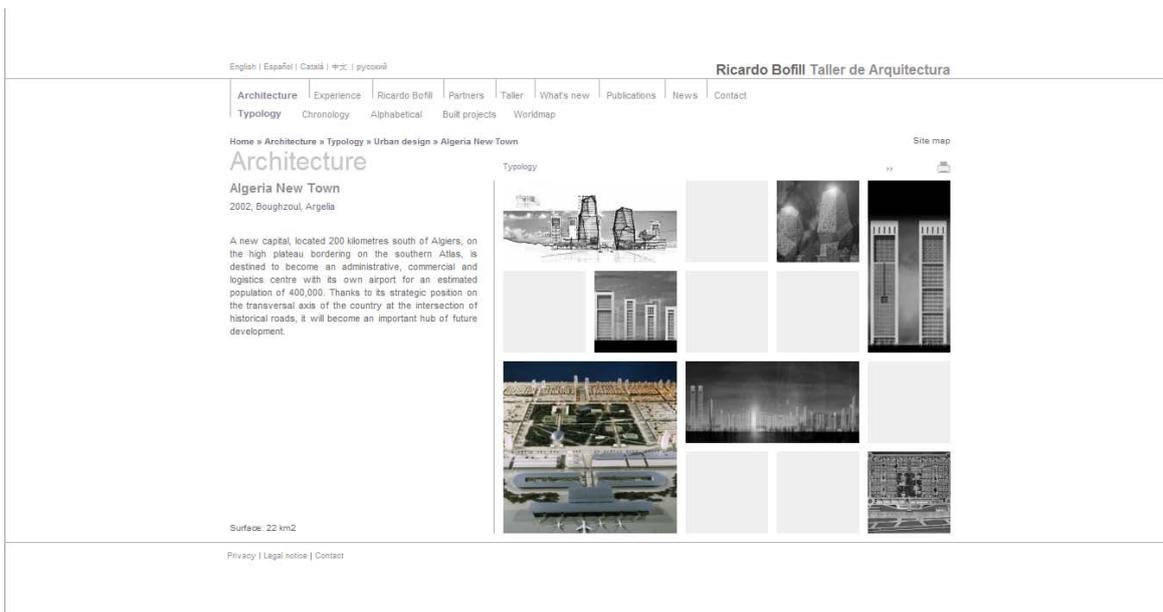
- ▶ Urban design
- ▶ Public buildings
- ▶ Offices
- ▶ Housing
- ▶ Hotels
- ▶ Parks and gardens
- ▶ Mix use
- ▶ Other equipments



Privacy | Legal notice | Contact

<http://www.ricardobofill.com/en/5191/Architecture/Typology.htm>





<http://www.ricardobofill.com/en/9231/Architecture/Algeria-New-Town.htm>

El website de la oficina, www.ricardobofill.com no incorpora ninguna de las principales herramientas de diálogo on-line: Foros, chats y encuestas.

Recurso	Sí / No	Número (en el conjunto de la web)	Presencia en portada	Presencia dentro de una sección de la web	Presencia autónoma	Otros comentarios
Herramientas dialógicas						
Foros	No	No	No	No		
Chats	No	No	No	No		
Encuestas	No	No	No	No		

Fuente: (Elaboración propia)

Con relación a la incorporación de plataformas de creación y gestión de contenidos 2.0, www.ricardobofill.com no utiliza ningún tipo de diario on-line que actualice continuamente sus contenidos, opiniones, etc....

Recurso	Si / No	Número (en el conjunto de la web)	Presencia en portada	Presencia dentro de una sección de la web	Presencia autónoma	Otros comentarios
Plataformas de creación y gestión de contenidos 2.0						
Weblogs	No	No	No	No		
Photoblogs	No	No	No	No		
Audioblogs	No	No	No	No		
Videoblogs	No	No	No	No		
Wikis	No	No	No	No		

Fuente: (Elaboración propia)

En cuanto a la aparición de contenidos 2.0, www.ricardobofill.com hace uso de lectores RSS. Desde su página, y utilizando la aplicación, podemos acceder a múltiples noticias relativas al estudio, incluso las reflejadas en portales ajenos al corporativo.

Recurso	Si / No	Número (en el conjunto de la web)	Presencia en portada	Presencia dentro de una sección de la web	Presencia autónoma	Otros comentarios
Contenidos 2.0						
Mashups	No	No	No	No		
Podcasts	No	No	No	No		
Lectores RSS	Si	1	No	No		
Servicios para telefonía móvil	No	No	No	No		

Fuente: (Elaboración propia)

Lector RSS

The screenshot shows the website's navigation menu at the top: English | Español | Català | 中文 | pycones. The main navigation includes Architecture, Experience, Ricardo Bofill, Partners, Taller, What's new, Publications, News, and Contact. The 'News' section features a list of articles with dates and titles, such as 'The team of Ricardo Bofill Taller de Arquitectura and the agency Barcelona Regional has been selected to elaborate the Concept for the New Agglomeration of Moscow.' A large 'news' graphic is overlaid on the right side of the news list. A red box highlights an RSS icon in the bottom left corner of the page.

Register to receive our newsletter

Name & surname E-mail

The screenshot shows an RSS feed reader interface. At the top, it says 'News from Ricardo Bofill, Taller de Arquitectura' and 'Está viendo una fuente cuyo contenido se actualiza con frecuencia.' Below this, there is a list of news items. The first item is 'Bofill believes that Beijing will be a success' with a right-pointing arrow. The text of the article follows, starting with 'In an interview published today by the magazine "Unica", Ricardo Bofill, the Spanish architect, said that Beijing over the last few years was turning into a "Hollywood for architecture".' A sidebar on the right shows 'Mostrando 45 / 45' items, with 'Ordenar por:' set to 'Fecha'.

<http://www.ricardobofill.com/en/4541/News.rss>



El estudio de arquitectura de RICARDO BOFILL, www.ricardobofill.com no utiliza ningún tipo de marcadores sociales o etiquetas en su página web.

Recurso	Si / No	Número (en el conjunto de la web)	Presencia en portada	Presencia dentro de una sección de la web	Presencia autónoma	Otros comentarios
Metacontenidos						
Etiquetas o tags	No	No	No	No		
Folksonomía (Folksonomy)	No	No	No	No		
Marcadores sociales (Social bookmarking)	No	No	No	No		

Fuente: (Elaboración propia)

El estudio de arquitectura de RICARDO BOFILL, www.ricardobofill.com no permite en ninguno de los apartados de su website la participación directa de sus clientes ni de usuarios de la plataforma en general.

Recurso	Si / No	Número (en el conjunto de la web)	Presencia en portada	Presencia dentro de una sección de la web	Presencia autónoma	Otros comentarios
Participación directa de los usuarios						
Personalización de página de inicio	No	No	No	No		
Herramientas para la votación de los contenidos por los usuarios	No	No	No	No		

Fuente: (Elaboración propia)

En cuanto a otros servicios de la web 2.0, tan extendidos y utilizados en la actualidad diariamente por millones de usuarios, www.ricardobofill.com no hace ningún uso de ellos para

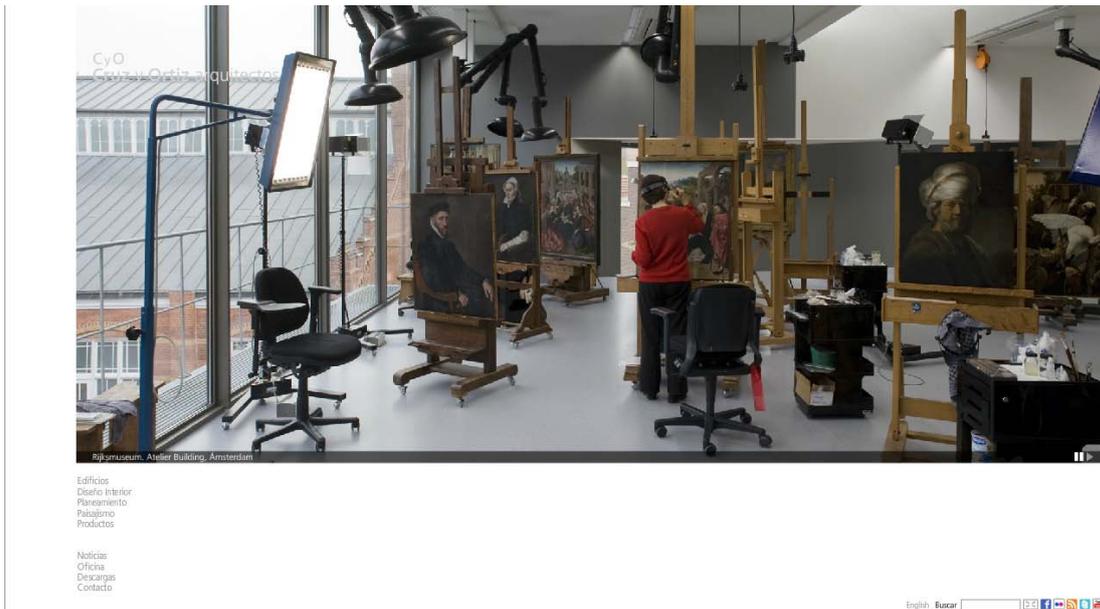
comunicarse con sus actuales clientes o lo que es también muy importante, con potenciales clientes usuarios del cibermedio.

Recurso	Si / No	Número (en el conjunto de la web)	Presencia en portada	Presencia dentro de una sección de la web	Presencia autónoma	Otros comentarios
Otros servicios de la web 2.0						
Redes sociales (Facebook u otras)	No	No	No	No		
Redes de información (Twitter)	No	No	No	No		

Fuente: (Elaboración propia)

3.2.23.- ESTUDIO DE ARQUITECTURA: CRUZ + ORTIZ

ESTUDIO DE ARQUITECTURA:	CRUZ + ORTÍZ
FUENTE:	www.cruzyortiz.com



Fuente: (www.cruzyortiz.com)

La tabla de análisis general sobre los atributos informativos en cada web en **el estudio de arquitectura de CRUZ Y ORTIZ** responde a las siguientes características:

Recurso	Si / No	Número (en el conjunto de la web)	Presencia en portada	Presencia dentro de una sección de la web	Presencia autónoma	Otros comentarios
Tipología de atributos informativos en cada web						
Texto	Si	Gran cantidad	No	Si		
Fotografías	Si	Gran cantidad	Si. Bucle de fotografías.	Si		
Galería de fotografías	No	No	No	No		
Video	No	No	No	No		
Infografías	Si	Varias	No	Si		
Enlaces	No	No	No	No		

Fuente: (Elaboración propia)

El website del estudio de arquitectura, www.cruzyortiz.com, hace referencia a diferentes noticias relevantes relacionadas con el propio estudio de arquitectura: conferencias, exposiciones, premios,... que puedan resultar de interés para los usuarios o clientes. No aparecen noticias de interés ajenas a la participación del propio gabinete pero la gran cantidad de noticias de actualidad, en especial sobre el despacho, pueden despertar cierto interés en visitar nuevamente la página.

El website del estudio de arquitectura, www.cruzyortiz.com, explica detalladamente los proyectos realizados como información de interés para los usuarios o clientes.

Recurso	Si / No	Número (en el conjunto de la web)	Presencia en portada	Presencia dentro de una sección de la web	Presencia autónoma	Otros comentarios
Tipologías de mensaje / contenidos predominantes						
Noticia	Si	Gran cantidad	No	Si		
Reportaje	No	No	No	No		
Explicación proyecto	Si	Varias	No	Si		

Fuente: (Elaboración propia)



Noticias



Rijksmuseum, Atelier Building, Amsterdam

CyO Cruz y Ortiz arquitectos

Edificios
Diseño Interior
Planamiento
Paisajismo
Productos

Actual
Archivo
Área de Prensa

Concurso para 110 viviendas en Zurich
Nuevo Estadio del Atlético Madrid
Entrevista a Cruz y Ortiz en TV Arquitectura
Nueva entrada sobre Cruz y Ortiz en TV Arquitectura
Centro Colecciones de Museos Estatales-San Fernando de Heras
Firmada el Acta de replanteo del Nuevo Estadio para el ATH de Madrid
Segunda Fase: Coruña Sede de la Cultura Europea
Cruz y Ortiz arquitectos estrena página web

Noticias
Oficina
Descargas
Contacto

English Buzcar 

<http://www.cruzyortiz.com/>

Explicación proyecto



CyO Cruz y Ortiz arquitectos

Edificios
Diseño Interior
Planamiento
Paisajismo
Productos

Seleccionados
Otros

Museos y Galerias
Transporte
Deporte y Ocio
Oficinas
Educación y Cultura
Residencial
Hotels

The New Rijksmuseum, Edificio Principal, Amsterdam
The New Rijksmuseum, Pabellón Judicial, Amsterdam
The New Rijksmuseum, Atelier Building, Amsterdam
The New Rijksmuseum, Info Center, Amsterdam
The New Rijksmuseum, Study Center, Amsterdam
Museo del Mar, Baluarte Candalaria, Cádiz
Mundo Marino, Doñana, Huelva
Palacio de España, Espinosa 2000, Huesca

Noticias
Oficina
Descargas
Contacto

Imágenes
Dibujos
Videos

Obra completa "Museos y Galerias"

English Buzcar 

<http://www.cruzyortiz.com/>

El website de la oficina, www.cruzyortiz.com no incorpora ninguna de las principales herramientas de diálogo on-line: Foros, chats y encuestas.



Recurso	Si / No	Número (en el conjunto de la web)	Presencia en portada	Presencia dentro de una sección de la web	Presencia autónoma	Otros comentarios
Herramientas dialógicas						
Foros	No	No	No	No		
Chats	No	No	No	No		
Encuestas	No	No	No	No		

Fuente: (Elaboración propia)

Con relación a la incorporación de plataformas de creación y gestión de contenidos 2.0, www.cruzyortiz.com utiliza varias de las herramientas a su alcance: photoblogs y videoblogs como diario on-line que actualiza continuamente sus contenidos, opiniones, etc...

Recurso	Si / No	Número (en el conjunto de la web)	Presencia en portada	Presencia dentro de una sección de la web	Presencia autónoma	Otros comentarios
Plataformas de creación y gestión de contenidos 2.0						
Weblogs	No	No	No	No		
Photoblogs	Si	1	Si	No		
Audioblogs	No	No	No	No		
Videoblogs	Si	1	Si	No		
Wikis	No	No	No	No		

Fuente: (Elaboración propia)

CyO
Cruz y Ortiz arquitectos

Conjunto Java Eiland, Amsterdam

Edificios
Diseño Interior
Planesamiento
Patrimonio
Productos

Noticias
Oficina
Descargas
Contacto

English Buscar

Buscar



Photoblog

The screenshot shows a Flickr gallery page for 'Cruz y Ortiz arquitectos'. The page features a grid of six photographs of the Basel train station. Each photo has a caption and metadata. The top navigation bar includes the Flickr logo, 'Inicio', 'La visita', 'Crear cuenta', 'Explorar', and 'Subir fotos'. A search bar and a 'Buscar' button are also present. The gallery title is 'Galeria de Cruz y Ortiz arquitectos' with a 'CyO' tag. Below the title are links for 'Álbumes', 'Expos', 'Etiquetas', 'Personas', 'Archivos', 'Favoritas', and 'Perfil'. A 'Presentación' button and social media sharing icons are located to the right of the gallery title.

18-320
Basel train station. By Cruz y Ortiz.
© Todos los derechos reservados
Cargada el 14 de dic, 2010
0 comentarios

16-320
Basel train station. By Cruz y Ortiz.
© Todos los derechos reservados
Cargada el 14 de dic, 2010
0 comentarios

12-320
Basel train station. By Cruz y Ortiz.
© Todos los derechos reservados
Cargada el 14 de dic, 2010
0 comentarios

11-320
Basel train station. By Cruz y Ortiz.
© Todos los derechos reservados

09-320-RET

06-320-RET
Basel train station. By Cruz y Ortiz.

<http://www.flickr.com/photos/cruzyortiz/>

Videoblog

The screenshot shows a YouTube channel page for 'Canal de cruzyortiz'. The channel has 9 subscribers and 10014 video reproductions. The page displays a list of videos under the 'Videos' tab. The top video is 'Presentación de proyecto Nuevo Estadio Atlético de Madrid' with 7753 reproductions. Other videos include 'OVO Architecture Cruz Y Ortiz 4 4', 'OVO Architecture Cruz y Ortiz 3 4', 'OVO Architecture Cruz y Ortiz 2 4', and 'OVO Architecture Cruz y Ortiz 1 4'. The right sidebar shows channel information, including the website 'cruzyortiz.com' and the channel's creation date '16/01/2009'.

Canal de cruzyortiz
de cruzyortiz
9 suscriptores
10014 reproducciones de vídeo

Presentación de proyecto Nuevo Estadio Atlético de Madrid
Presentación del proyecto de Cruz y Ortiz para la edificación del Nuevo Estadio del Atlético de Madrid.
7753 reproducciones
cruzyortiz ha subido vídeos. + 1 más

OVO Architecture Cruz Y Ortiz 4 4
59 reproducciones
cruzyortiz ha subido vídeos.

OVO Architecture Cruz y Ortiz 3 4
119 reproducciones
cruzyortiz ha subido vídeos.

OVO Architecture Cruz y Ortiz 2 4
33 reproducciones
cruzyortiz ha subido vídeos.

OVO Architecture Cruz y Ortiz 1 4
56 reproducciones

Información de Canal de cruzyortiz
cruzyortiz.com
de cruzyortiz
Actividad más reciente 13/12/2011
Fecha 16/01/2009

<http://www.youtube.com/user/cruzyortiz>



En cuanto a la aparición de contenidos 2.0, www.cruzyortiz.com hace uso de lectores RSS.

Recurso	Si / No	Número (en el conjunto de la web)	Presencia en portada	Presencia dentro de una sección de la web	Presencia autónoma	Otros comentarios
Contenidos 2.0						
Mashups	No	No	No	No		
Podcasts	No	No	No	No		
Lectores RSS	Si	1	Si	Si		
Servicios para telefonía móvil	No	No	No	No		

Fuente: (Elaboración propia)

Lector RSS

RSS - Cruz y Ortiz Arquitectos

Está viendo una fuente cuyo contenido se actualiza con frecuencia. Las fuentes se agregan a la lista de fuentes comunes cada vez que se suscribe a ellas. La información actualizada en la fuente se descarga automáticamente en el equipo y se podrá consultar en Internet Explorer y en otros programas. Obtener más información acerca de fuentes.

[Suscribirse a esta fuente](#)

La estación de tren de Santa Justa, cumple 20 años

miércoles, 19 de diciembre de 2007, 8:59:59

La estación sevillana alcanza su XX aniversario con un balance de más de 120 millones de usuarios en sus instalaciones en todo este tiempo. La estación de trenes de la capital hispalense entró en servicio en la madrugada del 2 de mayo de 1991, unificando en una sola terminal ferroviaria todas las circulaciones con origen o destino Sevilla, divididas con anterioridad entre las antiguas estaciones de Plaza de Armas y San Bernardo. Durante estos 20 años, Sevilla Santa Justa, gracias a la alta velocidad ferroviaria, se ha convertido en la puerta de entrada de la ciudad de Sevilla, y en una infraestructura clave para vivir acontecimientos singulares, como la Exposición Universal de 1992 y el Campeonato del Mundo de Atletismo de 1999, entre otros, o de acontecimientos deportivos, lúdicos y culturales que se repiten cada año con la llegada de miles de personas gracias a eventos deportivos, la Semana Santa y la Feria de Abril. Además, Adif ha impulsado el uso de Sevilla Santa Justa más allá de los servicios ferroviarios como un gran espacio en el que se desarrollan de manera permanente actividades de tipo comercial y cultural, a través de los programas Las Tiendas de la Estación y Estación Abierta. Mayo de 1991, el nacimiento de una estación Santa Justa se convirtió el 2 de mayo de 1991 en la nueva y única estación ferroviaria de viajeros de Sevilla. En ella se concentran todos los servicios que se prestaban con anterioridad en la estación de San Bernardo, cerrada al tráfico ferroviario esa misma madrugada. La estación, ubicada en el antiguo Prado de Santa Justa, al que debe su nombre, junto a la avenida de Kansas City, nació equipada con doce vías: seis de ancho nacional (vías 7 a la 12) y seis de ancho UIC (vías 1 a la 6). Estas últimas entraron en servicio con la puesta en funcionamiento de las circulaciones de alta velocidad en abril de 1992, coincidiendo además con la apertura de la Exposición Universal de Sevilla. Su superficie total y zonas anexas es de 80.000 m2 distribuidos a través de la plaza de acceso, la cabecera de la estación y el patio de andenes. Sevilla Santa Justa fue diseñada por los arquitectos Antonio Cruz y Antonio Ortiz que utilizaron para su ejecución elementos característicos de la arquitectura sevillana como el ladrillo visto, los arcos o la gran altura de sus techos, con un eje central identificado con su gran vestíbulo diáfano de una superficie aproximada de 3.000 m2.

Nueva página Web de Cruz y Ortiz

miércoles, 19 de diciembre de 2007, 8:59:59

Sevilla, Mayo 2011. Cruz y Ortiz arquitectos estrena una nueva página web que ha sido diseñada por el propio estudio. En la nueva página web (www.cruzyortiz.com) se apuesta por la actualidad, accesibilidad y la información multimedia. La nueva página de presentación del estudio es más visual e intuitiva, y en ella se da una mayor importancia a la documentación gráfica, fotografías, planimetría y videos sobre proyectos. Entre las novedades de la página web destaca el hecho de que se hayan ampliado los contenidos y ahora se incorporan proyectos que anteriormente no se contemplaban; además, se han incluido nuevas secciones que facilitan la búsqueda de información según otros criterios, como el de actualidad en la sección "Fresh Made", el de calidad en "Proyectos Seleccionados" o tipología en "Concursos". Dispone asimismo de una nueva sección de descargas para prensa y publicaciones. Con la nueva página web se podrá conocer la actualidad del estudio gracias a la sección de últimas noticias. En cuanto a la estructura técnica se ha modificando la forma navegación para hacerla más sencilla e intuitiva, y a la vez completa y actualizada.

Mostrando 3 / 3

• Todo 3

Ordenar por:

▼ Fecha

▼ Título

<http://www.cruzyortiz.com/rss/>

El estudio de arquitectura de CRUZ Y ORTIZ, www.cruzyortiz.com no utiliza ningún tipo de marcadores sociales o etiquetas en su página web.



Recurso	Si / No	Número (en el conjunto de la web)	Presencia en portada	Presencia dentro de una sección de la web	Presencia autónoma	Otros comentarios
Metacontenidos						
Etiquetas o tags	No	No	No	No		
Folksonomía (Folksonomy)	No	No	No	No		
Marcadores sociales (Social bookmarking)	No	No	No	No		

Fuente: (Elaboración propia)

El estudio de arquitectura de **CRUZ Y ORTIZ**, www.cruzyortiz.com no permite en ninguno de los apartados de su website la participación directa de sus clientes ni de usuarios de la plataforma en general.

Recurso	Si / No	Número (en el conjunto de la web)	Presencia en portada	Presencia dentro de una sección de la web	Presencia autónoma	Otros comentarios
Participación directa de los usuarios						
Personalización de página de inicio	No	No	No	No		
Herramientas para la votación de los contenidos por los usuarios	No	No	No	No		

Fuente: (Elaboración propia)

Este estudio, www.cruzyortiz.com, incorpora una opción de búsqueda por palabras para agilizar la búsqueda de contenidos dentro de su página.

Recurso	Si / No	Número (en el conjunto de la web)	Presencia en portada	Presencia dentro de una sección de la web	Presencia autónoma	Otros comentarios
Otros servicios de la web 2.0						
Redes sociales (Facebook u otras)	Si	1	Si	No		
Redes de información (Twitter)	Si	1	Si	No		
Otros (especificar)	Si	1	Si	No		Buscador por palabras

Fuente: (Elaboración propia)

Buscador por palabras

The screenshot displays a website interface for 'CyO Cruz y Ortiz arquitectos'. The main content area features a photograph of a modern residential building complex situated along a canal in Amsterdam, with a small boat in the foreground. Below the image, a navigation menu lists services: Edificios, Diseño Interior, Planamiento, Paisajismo, and Productos. A secondary menu includes Noticias, Oficina, Descargas, and Contacto. At the bottom, there is a search bar with the word 'Buscar' and a search icon, followed by social media icons for Facebook, Twitter, RSS, LinkedIn, and YouTube.

Facebook

Enlace directo a la página de Facebook donde además de los datos de contacto y presentar **498 "me gusta"** en el momento de la impresión de pantalla, presenta los últimos proyectos realizados a partir de fotografías y pequeños comentarios.

Noticias relativas al estudio: apariciones en prensa, televisión etc,....



<https://www.facebook.com/CruzyOrtiz>

Twitter

Desde el enlace a Twitter, el estudio presenta noticias relativas a los últimos proyectos en ejecución, concursos,... Adjunta **noticias** relacionadas con el sector (arquitecturalvideos,....)

149 Tweets

81 Following

448 Followers



<http://twitter.com/#!/CruzyOrtizArqui>



3.2.24.- ESTUDIO DE ARQUITECTURA: PAREDES Y PEDROSA

ESTUDIO DE ARQUITECTURA:	PAREDES Y PEDROSA
FUENTE:	www.paredespedrosa.com



Fuente: (www.paredespedrosa.com)

La tabla de análisis general sobre los atributos informativos en cada web en **el estudio de arquitectura de PAREDES Y PEDROSA** responde a las siguientes características:

Recurso	Si / No	Número (en el conjunto de la web)	Presencia en portada	Presencia dentro de una sección de la web	Presencia autónoma	Otros comentarios
Tipología de atributos informativos en cada web						
Texto	Si	Gran cantidad	No	Si		
Fotografías	Si	Gran cantidad	No	Si		
Galería de fotografías	No	No	No	No		
Video	No	No	No	No		
Infografías	Si	Varias	No	Si		
Enlaces	No	No	No	No		

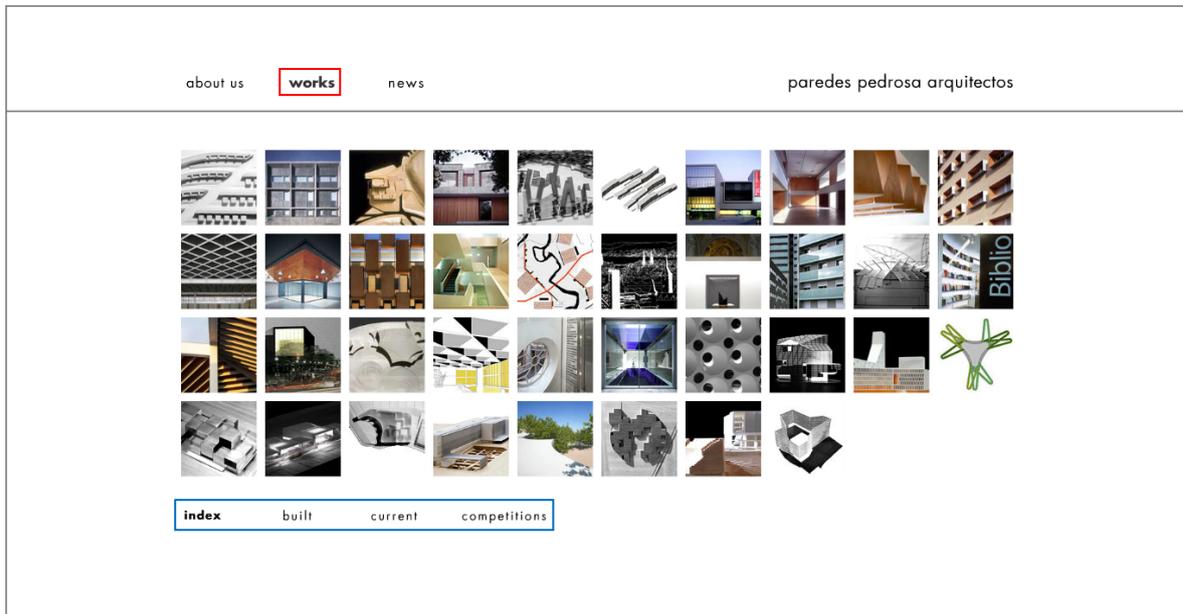
Fuente: (Elaboración propia)

El website del estudio de arquitectura, www.paredespedrosa.com, no expone noticias relacionadas con el propio estudio de arquitectura ni realiza explicaciones sobre los proyectos realizados.

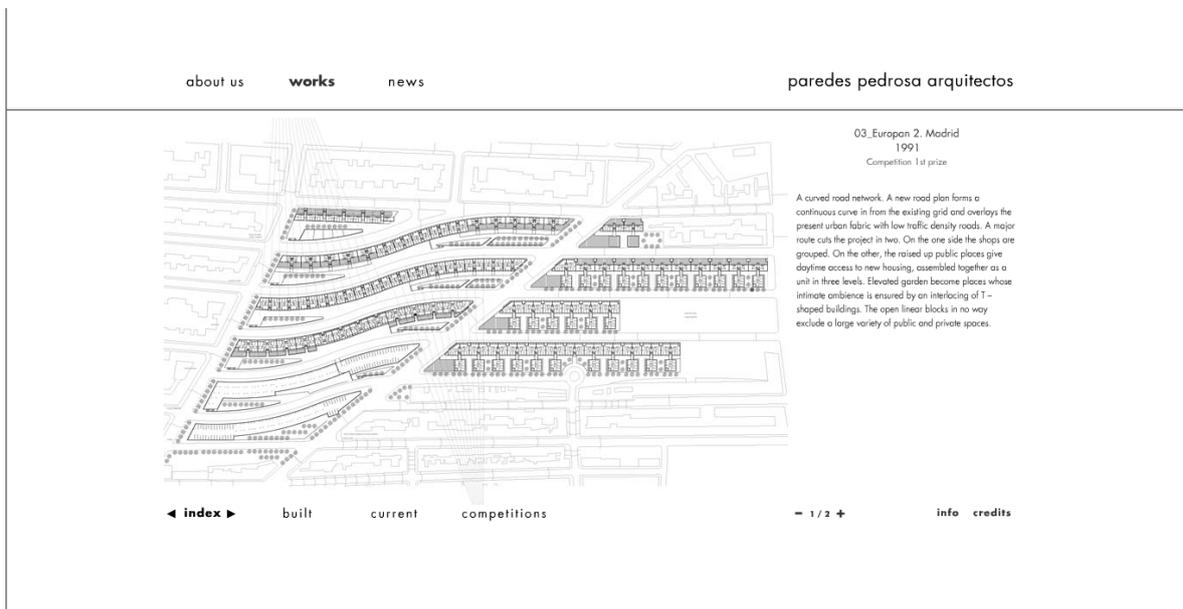
Recurso	Si / No	Número (en el conjunto de la web)	Presencia en portada	Presencia dentro de una sección de la web	Presencia autónoma	Otros comentarios
Tipologías de mensaje / contenidos predominantes						
Noticia	No	No	No	No		
Reportaje	No	No	No	No		
Explicación proyecto	Si	Gran cantidad	No	Si		

Fuente: (Elaboración propia)

Explicación proyecto



<http://www.paredespedrosa.com/>



El website de la oficina, www.paredespedrosa.com no incorpora ninguna de las principales herramientas de diálogo on-line: Foros, chats y encuestas.



Recurso	Si / No	Número (en el conjunto de la web)	Presencia en portada	Presencia dentro de una sección de la web	Presencia autónoma	Otros comentarios
Herramientas dialógicas						
Foros	No	No	No	No		
Chats	No	No	No	No		
Encuestas	No	No	No	No		

Fuente: (Elaboración propia)

Con relación a la incorporación de plataformas de creación y gestión de contenidos 2.0, www.paredespiedrosa.com utiliza un weblogs como diario on-line que actualiza continuamente sus contenidos, opiniones, etc...

Recurso	Si / No	Número (en el conjunto de la web)	Presencia en portada	Presencia dentro de una sección de la web	Presencia autónoma	Otros comentarios
Plataformas de creación y gestión de contenidos 2.0						
Weblogs	Si	1	Si	Si		
Photoblogs	No	No	No	No		
Audioblogs	No	No	No	No		
Videoblogs	No	No	No	No		
Wikis	No	No	No	No		

Fuente: (Elaboración propia)

Weblog

Archivo de noticias

- junio 2012 (1)
- mayo 2012 (5)
- abril 2012 (2)
- marzo 2012 (2)
- febrero 2012 (2)
- enero 2012 (1)
- noviembre 2011 (4)
- octubre 2011 (3)
- septiembre 2011 (5)
- julio 2011 (1)
- junio 2011 (1)
- mayo 2011 (2)
- abril 2011 (5)
- marzo 2011 (4)
- febrero 2011 (2)
- enero 2011 (2)
- diciembre 2010 (4)
- noviembre 2010 (2)
- octubre 2010 (2)
- septiembre 2010 (2)
- agosto 2010 (1)

lunes, 4 de junio de 2012

Cerámica y Arquitectura

Ignacio Pedrosa. CTAC 4 de junio 17h. Colegio de Arquitectos de Castellón. Aula Cerámica

Ceramics and Architecture

Ignacio Pedrosa. CTAC June 4th 17h. Castellón College for Architecture

Publicado por paredspedrosa en 01:00

 Etiquetas: conferencia, Gandia



jueves, 31 de mayo de 2012

UPI de Gandia, finalista premio A+

Tercera edición Premios de Arquitectura Aplus: la UPI seleccionada como finalista en Arquitectura de Edificios para la Educación

UPI Gandia, in the A+ awards shortlist

<http://paredspedrosa.blogspot.com.es/>

En cuanto a la aparición de contenidos 2.0, www.paredspedrosa.com no hace uso de estas herramientas.

Recurso	Si / No	Número (en el conjunto de la web)	Presencia en portada	Presencia dentro de una sección de la web	Presencia autónoma	Otros comentarios
Contenidos 2.0						
Mashups	No	No	No	No		
Podcasts	No	No	No	No		
Lectores RSS	No	No	No	No		
Servicios para telefonía móvil	No	No	No	No		

Fuente: (Elaboración propia)

El estudio de arquitectura de PAREDES Y PEDROSA, www.paredspedrosa.com no utiliza ningún tipo de marcadores sociales o etiquetas en su página web.



Recurso	Si / No	Número (en el conjunto de la web)	Presencia en portada	Presencia dentro de una sección de la web	Presencia autónoma	Otros comentarios
Metacontenidos						
Etiquetas o tags	No	No	No	No		
Folksonomía (Folksonomy)	No	No	No	No		
Marcadores sociales (Social bookmarking)	No	No	No	No		

Fuente: (Elaboración propia)

El estudio de arquitectura de PAREDES Y PEDROSA, www.paredespedrosa.com no permite en ninguno de los apartados de su website la participación directa de sus clientes ni de usuarios de la plataforma en general.

Recurso	Si / No	Número (en el conjunto de la web)	Presencia en portada	Presencia dentro de una sección de la web	Presencia autónoma	Otros comentarios
Participación directa de los usuarios						
Personalización de página de inicio	No	No	No	No		
Herramientas para la votación de los contenidos por los usuarios	No	No	No	No		

Fuente: (Elaboración propia)

En cuanto a otros servicios de la web 2.0, tan extendidos y utilizados en la actualidad diariamente por millones de usuarios, www.paredespedrosa.com no hace ningún uso de ellos para comunicarse con sus actuales clientes o lo que es también muy importante, con potenciales clientes usuarios del cibermedio.

Recurso	Si / No	Número (en el conjunto de la web)	Presencia en portada	Presencia dentro de una sección de la web	Presencia autónoma	Otros comentarios
Otros servicios de la web 2.0						
Redes sociales (Facebook u otras)	No	No	No	No		
Redes de información (Twitter)	No	No	No	No		

Fuente: (Elaboración propia)

3.3.- TABLA RESUMEN DE DATOS

A continuación se presentan las tablas resumen del análisis pormenorizado de las páginas web corporativas de los estudios de arquitectura que integran la base del muestreo realizado.

Para una mejor comprensión de las mismas, la información extraída se ha distribuido en 9 grandes grupos:

- **Tipología de atributos informativos en cada web**

Este apartado está destinado al análisis que podemos hacer tomando como punto de partida el primer acceso realizado a la web estudiada.

Se toman datos relativos a la presencia de textos y fotografías así como de la importancia que tienen en pantalla cada una de ellas.

Se pretenden extraer también en esta primera parte del estudio cual es el porcentaje de empresas que dan un paso más en el aprovechamiento de recursos 2.0 y colocan enlaces a otras web, información relevante o videos bien de producción propia o bien de interés para el usuario.

- **Tipología de mensaje y contenidos predominantes**

Apartado destinado a observar que webs fomentan la presencia de noticias, de índole corporativa o relativa al sector, con el objeto de mantener al usuario interesado en el día a día de la empresa o por motivos meramente sujetos a una búsqueda de información especializada. El posible interés despertado será una de los criterios de uso en que se fundamente la pretendida fidelización del cliente.

- **Herramientas dialógicas**

Este grupo basa su interés en la aparición en los *sites* de foros, chats o encuestas que permitan la comunicación bidireccional entre la empresa y el usuario. Este apartado es de enorme importancia porque permite conocer la opinión de los usuarios acerca de un determinado tema o producto, facilitando encuestas de opinión con gran número de participantes y a un coste mínimo.



Al mismo tiempo, permite resolver las posibles cuestiones comunes de un número determinado de usuarios con una única respuesta general en lugar de multitud de contestaciones personalizadas.

- **Plataformas de creación y gestión de contenidos 2.0**

Con este grupo quedará patente el posible uso que de las múltiples herramientas basadas en los blogs, hacen las distintas empresas. Este tipo de recurso, como se ha visto anteriormente en el marco teórico, requerirá de una gran dedicación en tiempo y disponer de gran cantidad de recursos tanto textuales como visuales que permitan actualizar periódicamente los distintos tipos de blogs. Será por tanto interesante ver cual es a nivel porcentual la cantidad de empresas dispuestas a asumir este reto.

- **Contenidos 2.0**

En esta familia se deberán extraer datos relativos a comunicación transversal entre plataformas, viendo si las empresas analizadas se aprovechan de los contenidos que puedan serles de interés y que estén expuestos en otros sites a los que pueden tener acceso directo.

En otro sentido se busca cual es la utilización de herramientas para realizar trabajos, compartir datos o información a través de los contenidos dispuestos en la red.

- **Metacontenidos**

De gran relevancia en la actualidad, debido a la gran presencia de empresas que ofrecen productos similares a los nuestros, resultan interesante conocer que parte del cuerpo analizado consolida su presencia en la web 2.0 con marcadores sociales o etiquetas que les permitan destacar en la red cuando un usuario interesado en el producto pone en marcha los motores de búsqueda que tienen a su alcance.

- **Participación directa de usuarios**

Como recurso paralelo a las herramientas dialógicas, se pretende cuantificar el número de empresas que, sobre temas previamente propuestos, dan voz y "voto" a los usuarios.



- **Otros servicios 2.0**

Las columnas de este grupo informan sobre la utilización de las plataformas sociales más extendidas: : Facebook, Twitter y LinkedIn.

Será preciso cuantificar cuantas son las empresas que se apoyan en este espacio paralelo a la web corporativa como modo de mantener el interés por los productos ofertados (proyectos o bienes inmuebles).

- **Acceso Directo**

En este apartado se ha observado si el site analizado contiene en su página de inicio el icono de acceso directo a las plataformas antes reseñadas.



Estudios de arquitectura	Tipología de atributos informativos en cada web																																	
	Texto				Fotografías				Galería de fotografías				Video				Infografías				Enlaces													
	SI / No	Número	Presencia dentro de una sección de la web	Presencia en portada	Otros comentarios	Presencia autónoma	Presencia dentro de una sección de la web	Presencia en portada	SI / No	Número	Presencia dentro de una sección de la web	Presencia en portada	Otros comentarios	Presencia autónoma	Presencia dentro de una sección de la web	Presencia en portada	SI / No	Número	Presencia dentro de una sección de la web	Presencia en portada	Otros comentarios	Presencia autónoma	Presencia dentro de una sección de la web	Presencia en portada	SI / No	Número	Presencia dentro de una sección de la web	Presencia en portada	Otros comentarios	Presencia autónoma	Presencia dentro de una sección de la web	Presencia en portada		
Francisco Mangado	Si	Varios	Si	Si		Si	Varias	Si	Si		Si	Varias	No	Si		No	No	No	No		Si	Varias	No	Si		No	No	No	No		No	No	No	No
Federico Soriano	No	No	No	No		Si	Varias	Si	Si		Si	Varias	No	Si		Si	1	No	No		Si	Varias	No	Si		No	No	No	No		No	No	No	No
Mansilla y Tuñón	Si	Gran número	No	Si		Si	Varias	No	Si		Si	Varias	No	Si		Si	1	No	Si		Si	Varias	No	Si		Si	Multitud	No	Si		Si	Multitud	No	Si
A-Cero	Si	Gran número	No	Si		Si	Varias	No	Si		Si	Varias	No	Si		Si	Varios	Si	Si		Si	Varias	No	Si		Si	Multitud	No	Si		Si	Multitud	No	Si
Nieto Sobejano	Si	Gran número	No	Si		Si	Bucle	No	Si		Si	Varias	No	Si		No	No	No	No		Si	Varias	No	Si		Si	Varias	No	Si		Si	Varias	No	No
Carlos Ferrater	Si	Gran número	No	Si		Si	Bucle	Bucle	Si		Si	Varias	No	Si		No	No	No	No		Si	Varias	No	Si		Si	Varias	No	Si		Si	Varias	No	No
Enric Miralles	Si	Gran número	No	Si		Si	Gran número	Si	Si		Si	Varias	No	Si		Si	1	No	No		Si	Varias	No	No		Si	Varias	No	No		Si	Varias	No	No
Manuel de Solà	Si	Gran número	Si	Si		Si	Gran número	Si	Si		No	No	No	No		No	No	No	No		Si	Varias	Si	Si		No	No	No	No		No	No	No	No
Guallart	Si	Gran número	No	Si		Si	Gran número	Si	Si		Si	Pocas	No	Si		No	No	No	No		Si	Varias	No	Si		Si	10	Si	Si		Si	10	Si	Si
Herreros	Si	Gran número	Si	Si		Si	Gran número	Bucle	Si		No	No	No	No		Si	2	No	Si		Si	Gran número	Si	Si		No	No	No	No		No	No	No	No
Campo Baeza	Si	Varios	No	Si		Si	Gran número	Si	No		Si	Varias	No	Si		Si	15	No	Si		No	No	No	No		Si	3	Si	No		Si	3	Si	No
Aranguren Gallegos	Si	Gran número	No	Si		Si	Gran número	No	Si		No	No	No	No		No	No	No	No		Si	Gran número	No	No		No	No	No	No		No	No	No	No
Enric Ruiz Geli	Si	Gran número	Si	Si		Si	Gran número	Si	Si		No	No	No	No		Si	Gran número	Si	Si		Si	Gran número	Si	Si		Si	5	No	Si		Si	5	No	Si
Carme Pinós	Si	Gran número	No	Si		Si	Gran número	No	Si		No	No	No	No		No	No	No	No		Si	Gran número	No	Si		No	No	No	No		No	No	No	No
Lamela	Si	Gran número	No	Si		Si	Gran número	No	Si		No	No	No	No		Si	Gran número	No	Si		Si	Gran número	No	Si		No	No	No	No		No	No	No	No
Jaime Sanahuja	Si	Varios	No	Si		Si	Gran número	No	No		No	No	No	No		No	No	No	No		Si	Algunas	No	No		No	No	No	No		No	No	No	No
Mateo Map	Si	Gran número	Si	Si		Si	Gran número	Si	Si		Si	Varias	Si	Si		Si	Gran número	Si	Si		Si	Gran número	Si	Si		No	No	No	No		No	No	No	No
Nomad	Si	Varios	No	Si		Si	Varias	Si	Si		No	No	No	No		No	No	No	No		Si	Varias	Si	Si		No	No	No	No		No	No	No	No
Rafael de la Hoz	Si	Varios	No	Si		Si	Gran número	No	Si		No	No	No	No		No	No	No	No		Si	Varias	No	Si		Si	2	No	Si		Si	2	No	Si
Santiago Calatrava	Si	Varios	No	Si		Si	Varias	No	Si		Si	Varias	No	Si		Si	Varios	No	Si		Si	Varias	No	Si		No	No	No	No		No	No	No	No
Vazquez Consuegra	Si	Gran número	No	Si		Si	Gran número	No	Si		Si	Varias	No	Si		No	No	No	No		Si	Varias	No	Si		No	No	No	No		No	No	No	No
Ricardo Bofill	Si	Gran número	No	Si		Si	Gran número	No	Si		No	No	No	No		Si	Varios	No	Si		Si	Varias	No	Si		No	No	No	No		No	No	No	No
Cruz y Ortiz	Si	Gran número	No	Si		Si	Gran número	Bucle	Si		No	No	No	No		No	No	No	No		Si	Varias	No	Si		No	No	No	No		No	No	No	No
Paredes Pedrosa	Si	Gran número	No	Si		Si	Gran número	No	Si		No	No	No	No		No	No	No	No		Si	Varias	No	Si		No	No	No	No		No	No	No	No

Estudios de arquitectura	Tipologías de mensaje / contenidos predominantes												Herramientas dialógicas							
	Si / No	Número	Presencia dentro de una sección de la web		Otros comentarios	Si / No	Número	Presencia dentro de una sección de la web		Otros comentarios	Si / No	Número	Presencia dentro de una sección de la web		Otros comentarios	Si / No	Foros	Chats	Encuestas	Otros
			Presencia en portada	Presencia autónoma				Presencia en portada	Presencia autónoma				Presencia en portada	Presencia autónoma						
Noticias					Reportaje					Explicación proyecto		Otros	Foros	Chats	Encuestas	Otros				
Francisco Mangado	Si	Varias	Si	Si		No	No	No	No		No	No	No	No		No	No	No		
Federico Soriano	No	No	No	No		No	No	No	No		No	No	No	No		No	No	No		
Mansilla y Tuñón	No	No	No	No		No	No	No	No		Si	12	No	Si		No	No	No		
A-Cero	Si	10	No	Si		Si	Multitud	No	Si		Si	Multitud	No	Si		No	No	No		
Nieto Sobejano	No	No	No	No		No	No	No	No		Si	Varias	No	Si		No	No	No		
Carlos Ferrater	Si	Gran numero	No	No		No	No	No	No		Si	Varias	No	Si		No	No	No		
Enric Miralles	Si	Gran numero	No	No		No	No	No	No		Si	Varias	No	Si		No	No	No		
Manuel de Solà	No	No	No	No		No	No	No	No		Si	Gran numero	No	Si		No	No	No		
Guallart	No	No	No	No		No	No	No	No		Si	Gran numero	Si	Si		No	No	No		
Herreros	Si	4	Si	No		No	No	No	No		Si	Gran numero	No	Si		No	No	No		
Campo Baeza	No	No	No	No		No	No	No	No		Si	Gran numero	No	Si		No	No	No		
Aranguren Gallegos	No	No	No	No		No	No	No	No		Si	Gran numero	No	Si		No	No	No		
Enric Ruiz Geli	No	No	No	No		No	No	No	No		Si	Varias	Si	Si		No	No	No		
Carme Pinós	No	No	No	No		No	No	No	No		Si	Gran numero	No	Si		No	No	No		
Lamela	Si	Gran numero	Si	Si		No	No	No	No		Si	Gran numero	No	Si		No	No	No		
Jaime Sanahuja	Si	Varias	Si	Si		No	No	No	No		Si	Gran numero	No	No		No	No	No		
Mateo Map	Si	Gran numero	Si	Si		No	No	No	No		Si	Gran numero	No	No		No	No	No		
Nomad	Si	Gran numero	No	Si		No	No	No	No		Si	Varias	No	Si		No	No	No		
Rafael de la Hoz	Si	Gran numero	No	Si		No	No	No	No		Si	Gran numero	No	Si		No	No	No		
Santiago Calatrava	No	No	No	No		No	No	No	No		Si	Varias	No	Si		No	No	No		
Vazquez Consuegra	No	No	No	No		No	No	No	No		Si	Gran numero	No	Si		No	No	No		
Ricardo Bofill	Si	Gran numero	No	Si		No	No	No	No		Si	Gran numero	No	Si		No	No	No		
Cruz y Ortiz	Si	Gran numero	No	Si		No	No	No	No		Si	Varias	No	Si		No	No	No		
Paredes Pedrosa	No	No	No	No		No	No	No	No		Si	Gran numero	No	Si		No	No	No		

Estudios de arquitectura	Plataformas de creación y gestión de contenidos 2.0										Contenidos 2.0											
	Presencia dentro de una sección de la web Número		Presencia autónoma Otros comentarios		Presencia dentro de una sección de la web Número		Presencia autónoma Otros comentarios		Presencia dentro de una sección de la web Número		Presencia autónoma Otros comentarios		Presencia dentro de una sección de la web Número		Presencia autónoma Otros comentarios							
	Si / No		Si / No		Si / No		Si / No		Si / No		Si / No		Si / No		Si / No							
	Weblogs		Photoblogs		Audioblogs		Videoblogs		Wikis		Otros		Mashups		Podcasts		Lectores RSS		Servicios para telefonía		Otros	
Francisco Mangado	No	No	No	No	No	No	No	No	No	No												
Federico Soriano	No	No	No	No	No	No	No	No	No	No												
Mansilla y Tuñón	No	No	No	No	No	No	No	No	No	No												
A-Cero	Si	1	Si	Si	Si	1	Si	Si	No	Si	2	Si	Si	No	No	No	Si	1	Si	Si	No	No
Nieto Sobejano	No	No	No	No	No	No	No	No	No	No												
Carlos Ferrater	No	No	No	No	No	No	No	No	No	No												
Enric Miralles	No	No	No	No	No	No	No	No	No	Si	1	Si	No	No	No	No	No	No	No	No	No	No
Manuel de Solà	No	No	No	No	No	No	No	No	No	No												
Guallart	Si	1	Si	No	No	No	No	No	No	No	No	No	No	No	No	No	No	No	No	No	No	No
Herreros	No	No	No	No	No	No	No	No	No	No												
Campo Baeza	No	No	No	No	No	No	No	No	No	No												
Aranguren Gallegos	No	No	No	No	No	No	No	No	No	No												
Enric Ruiz Geli	No	No	No	No	No	No	No	No	No	No												
Carme Pinós	No	No	No	No	No	No	No	No	No	No												
Lamela	No	No	No	No	No	No	No	No	No	No												
Jaime Sanahuja	No	No	No	No	No	No	No	No	No	Si	2	No	No	No	No	No	No	No	No	No	No	No
Mateo Map	No	No	No	No	Si	1	Si	No	No	Si	1	Si	No	No	No	No	No	No	No	No	No	No
Nomad	No	No	No	No	No	No	No	No	No	No												
Rafael de la Hoz	No	No	No	No	No	No	No	No	No	No												
Santiago Calatrava	No	No	No	No	No	No	No	No	No	No												
Vazquez Consuegra	No	No	No	No	No	No	No	No	No	No												
Ricardo Bofill	No	No	No	No	Si	1	No	No	No	No												
Cruz y Ortiz	No	No	No	No	Si	1	Si	No	No	Si	1	Si	No	No	No	No	Si	1	Si	Si	No	No
Paredes Pedrosa	Si	1	Si	Si	No	No	No	No	No	No	No	No	No	No	No	No	No	No	No	No	No	No

Estudios de arquitectura	Metacontenidos				Participación directa de usuarios											
	Si / No	Si / No	Si / No	Si / No	Si / No	Número	Presencia dentro de una sección de la web	Presencia autónoma	Otros comentarios	Si / No	Si / No	Número	Presencia dentro de una sección de la web	Presencia autónoma	Otros comentarios	
	Etiquetas o tags	Folksonomía (Folksonomy)	Marcadores sociales (Social bookmarking)	Otros	Personalización de página de inicio				Herramientas para la votación de los contenidos por los usuarios				Otros			
Francisco Mangado	No	No	No		Si	Si				No						
Federico Soriano	No	No	No		No	No	No	No		No						
Mansilla y Tuñón	No	No	No		No	No	No	No		No						
A-Cero	No	No	No		No	No	No	No		No						
Nieto Sobejano	No	No	No		No	No	No	No		No						
Carlos Ferrater	No	No	No		No	No	No	No		No						
Enric Miralles	No	No	No		No	No	No	No		No						
Manuel de Solà	No	No	No		No	No	No	No		No						
Guallart	No	No	No		No	No	No	No		No						
Herreros	No	No	No		No	No	No	No		No						
Campo Baeza	No	No	No		No	No	No	No		No						
Aranguren Gallegos	No	No	No		No	No	No	No		No						
Enric Ruiz Geli	No	No	No		No	No	No	No		No						
Carme Pinós	No	No	No		No	No	No	No		No						
Lamela	No	No	No		No	No	No	No		No						
Jaime Sanahuja	No	No	No		No	No	No	No		No						
Mateo Map	No	No	No		No	No	No	No		No						
Nomad	No	No	No		No	No	No	No		No						
Rafael de la Hoz	No	No	No		No	No	No	No		No						
Santiago Calatrava	No	No	No		No	No	No	No		No	Si	1	Si	Si	Comentar web	
Vazquez Consuegra	No	No	No		No	No	No	No		No						
Ricardo Bofill	No	No	No		No	No	No	No		No						
Cruz y Ortiz	No	No	No		No	No	No	No		No						
Paredes Pedrosa	No	No	No		No	No	No	No		No						

3.4.- ENCUESTA ARQUITECTOS

En el siguiente apartado se presenta la encuesta que se ha enviado a **11** arquitectos de la Comunidad Valenciana.

Los requisitos para la selección de la muestra han sido los siguientes: arquitectos en activo con página web corporativa en funcionamiento de los cuales al menos el 50% fuera profesor en la Universidad Politécnica de Valencia.

Con esta encuesta se ha pretendido analizar cuál es la utilidad real que dichos profesionales dan a sus portales profesionales y su opinión sobre las herramientas presentes en la web 2.0.

La encuesta tipo se adjunta en la fase de investigación del presente documento.

Con estos resultados se ha valorado la relación entre lo que dichos expertos opinan y el uso real que hacen de la web social.

ESTUDIO	EDAD	<p>¿Considera el uso de la web 2.0 necesario para un estudio de arquitectura en la actualidad?</p> <p>¿Qué cambios ha producido la web 2.0 en su dinámica profesional?</p> <p>¿Cuánto tiempo dedica a la actualización de sus plataformas (Facebook, Twitter, LinkedIn,...)?</p> <p>¿Cree que la web 2.0 modifica el concepto de proyección hacia el cliente del estudio de arquitectura?</p> <p>En caso afirmativo enumere las que ha implantado</p> <p>¿Ha aplicado herramientas de la web 2.0 en su página web (Facebook, Twitter, LinkedIn, Foros, Chats, RSS,...)?</p> <p>¿Tiene usted página web profesional en la actualidad?</p>						
		A	B	C	D	E	F	G
E1	30-40	Si	Si	Facebook	Si	1/Semana	Publicidad	Si
E2	40-50	Si	Si	Facebook-Twitter	No	1/Mes	Nada	Si
E3	30-40	Si	Si	Facebook-LinkedIn	Si	Cada 2 días	Apertura Internacional	Si
E4	40-50	Si	Si	Facebook-Twitter	No	1/Mes	Nada	No
E5	30-40	Si	Si	Facebook-LinkedIn	Si	1/Mes	Publicidad-Difusión	Si
E6	30-40	Si	Si	Facebook	Si	1/15 días	Difusión-contacto Cliente	Si
E7	30-40	Si	Si	FB-Tw-LinkedIn	Si	1/Semana	Nada	Si
E8	40-50	Si	Si	FB-Tw-LinkedIn	Si	1/2 días	Difusión-contacto Cliente	Si
E9	40-50	Si	No	x	Si	1/Mes	Nada	Si
E10	>50	Si	No	x	No	Nunca	Nada	No
E11	30-40	Si	No	x	Si	1/Mes	Nada	Si

ESTUDIO	EDAD	<p>¿Cuáles de las siguientes herramientas, tipología de contenidos o recursos de la web 2.0 considera de mayor importancia y validez dentro de la página principal de un despacho de arquitectura?</p> <p>¿Cuáles de las siguientes plataformas sociales consideras más interesante para dar a conocer tu labor profesional?</p> <p>¿Considera las herramientas de la web 2.0 tipo encuestas, foros o chats un modo adecuado de mantener a sus clientes en contacto directo con su página web?</p> <p>En caso afirmativo diga cuantos</p> <p>¿Ha conseguido algún nuevo cliente a gracias a su presencia on-line: web, facebook,....?</p> <p>¿Considera el uso de la web 2.0 permite conseguir nuevos clientes?</p> <p>¿Visitan periódicamente la página web de su empresa sus actuales clientes?</p> <p>¿Considera el uso de la web 2.0 un modo de consolidar y fidelizar a los actuales clientes?</p>									
		H	I	J	K	L	M	N	O		
E1	30-40	Si	Si	Si	Si	1 a 5	No	Facebook-Pinterest	Marcadores Sociales		
E2	40-50	Si	x	No	No	0	Si	Facebook-LinkedIn-Twitter	x		
E3	30-40	Si	x	Si	No	0	Si	Facebook-LinkedIn	RSS - Etiquetas		
E4	40-50	No	No	No	No	0	No	x	x		
E5	30-40	Si	Si	No	No	0	No	Facebook-LinkedIn-Twitter	Tags-Podcasts-Marc Sociales		
E6	30-40	Si	Si	No	No	0	No	Facebook-LinkedIn-Twitter-Pinterest	x		
E7	30-40	Si	x	No	No	0	Si	Facebook-LinkedIn-Twitter-Pinterest	x		
E8	40-50	Si	Si	Si	Si	> 5	Si	Facebook-LinkedIn-Twitter-Pinterest	Tags-Podcasts-Marc Sociales-RSS		
E9	40-50	Si	No	No	No	0	Si	x	x		
E10	>50	No	x	No	No	0	Si	x	x		
E11	30-40	Si	x	Si	No	0	Si	Facebook-LinkedIn-Twitter-Pinterest	Tags-Podcasts-Marc Sociales-RSS		

		<p>En caso afirmativo, ¿cuáles de las siguientes funciones cree que deben desempeñar?</p> <p>¿Considera útil incluir un weblog dentro de la página web de su estudio?</p>	
ESTUDIO	EDAD	P	Q
E1	30-40	No	x
E2	40-50	Si	Normativa-Arq y vivienda-Resto
E3	30-40	Si	Arq y vivienda
E4	40-50	Si	Arq y vivienda
E5	30-40	Si	Resto-Normativa-Arq y vivienda
E6	30-40	No	Arq y vivienda-Resto-Normativa
E7	30-40	Si	Arq y vivienda-Resto-Normativa
E8	40-50	No	x
E9	40-50	x	x
E10	>50	No	x
E11	30-40	No	x

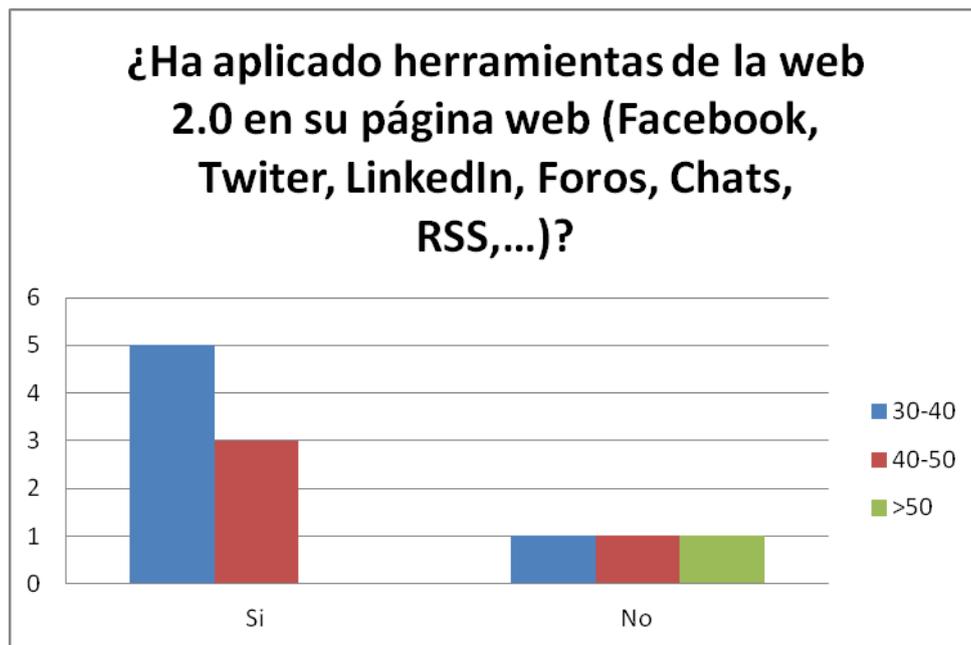


Figura 9: Porcentajes uso herramientas web 2.0 en relación con la edad del arquitecto. (Elaboración propia)

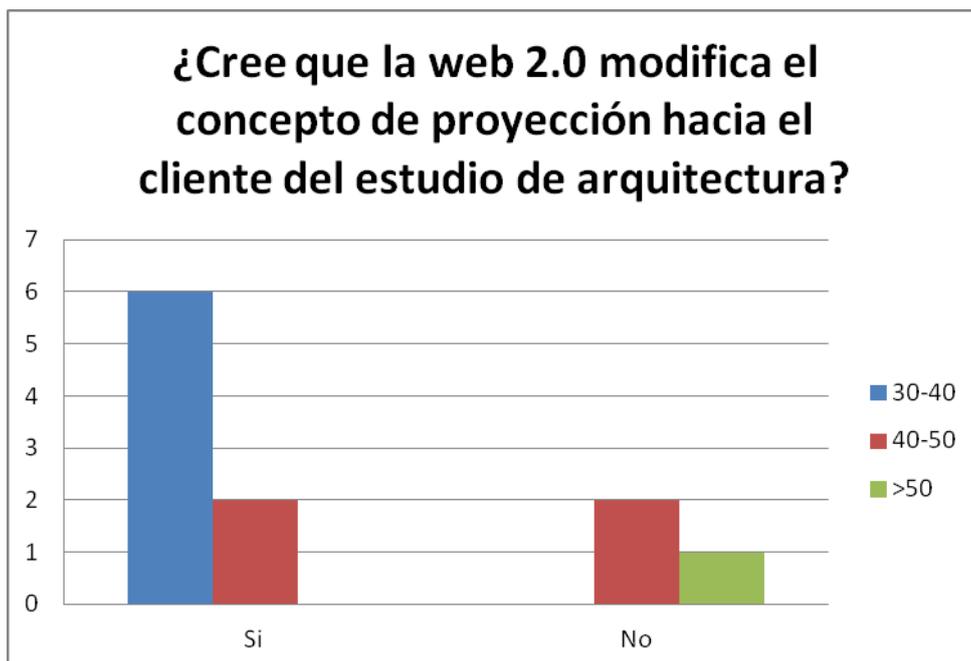


Figura 10: Porcentajes de confianza en la web 2.0 en relación con la edad del arquitecto. (Elaboración propia)

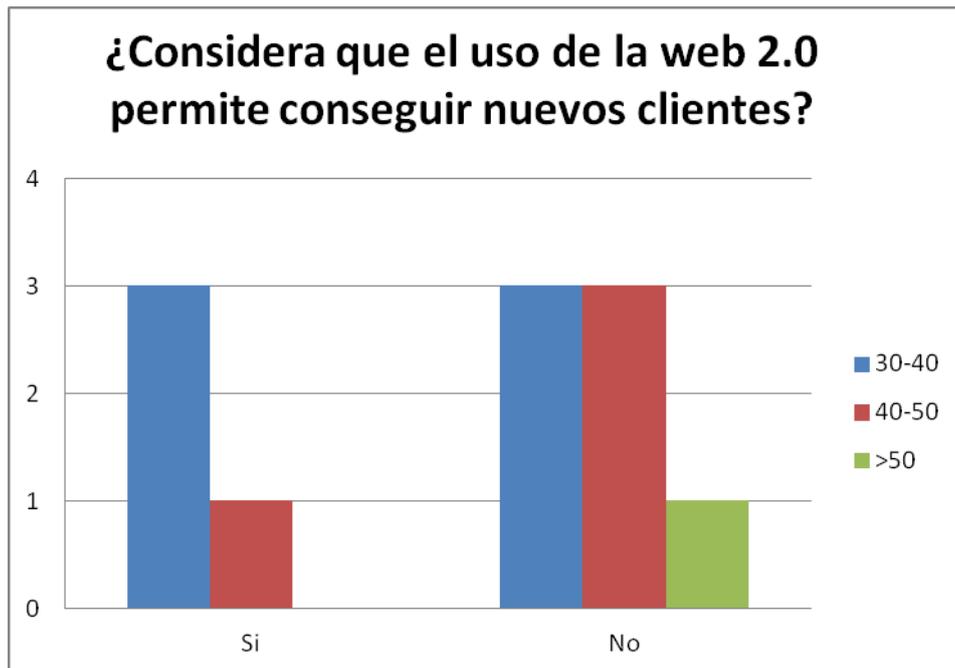


Figura 11: Confianza en herramientas web 2.0 para conseguir nuevos clientes en relación con la edad del arquitecto. (Elaboración propia)

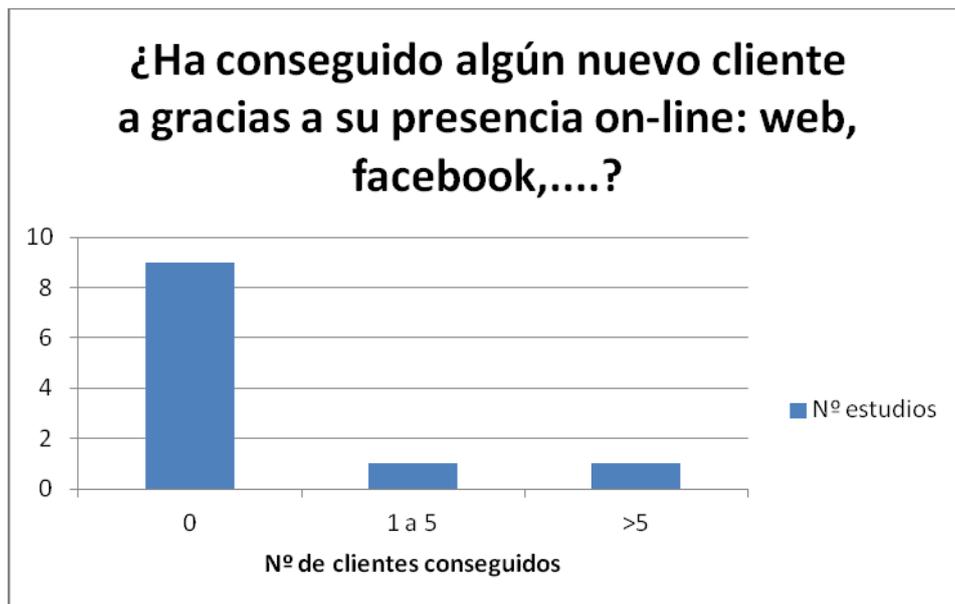


Figura 12: Proyectos conseguidos a través del uso de la web 2.0 en relación con la edad del arquitecto. (Elaboración propia)



Figura 13: Porcentaje de arquitectos usuarios de facebook con fines profesionales (Elaboración propia)

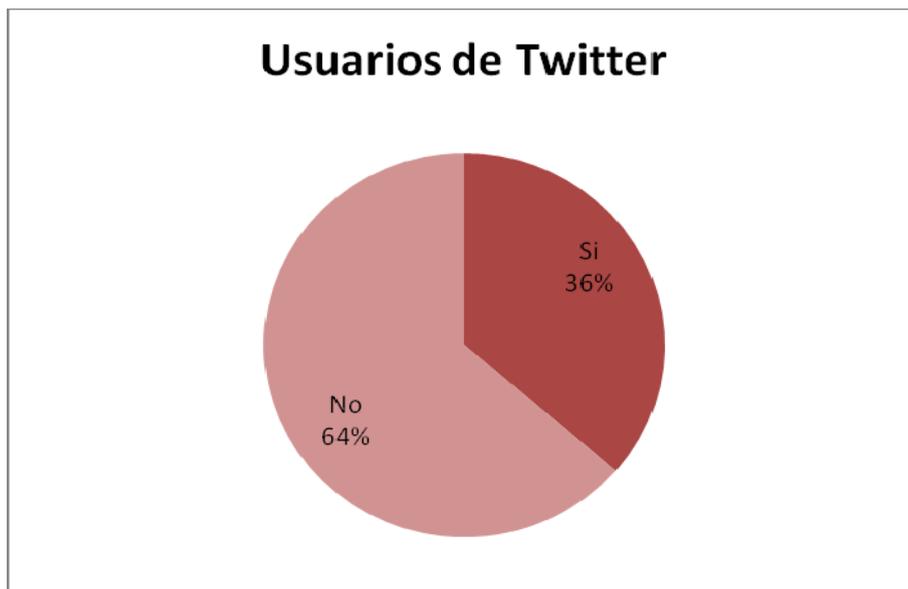


Figura 14: Porcentaje de arquitectos usuarios de Twitter con fines profesionales (Elaboración propia)

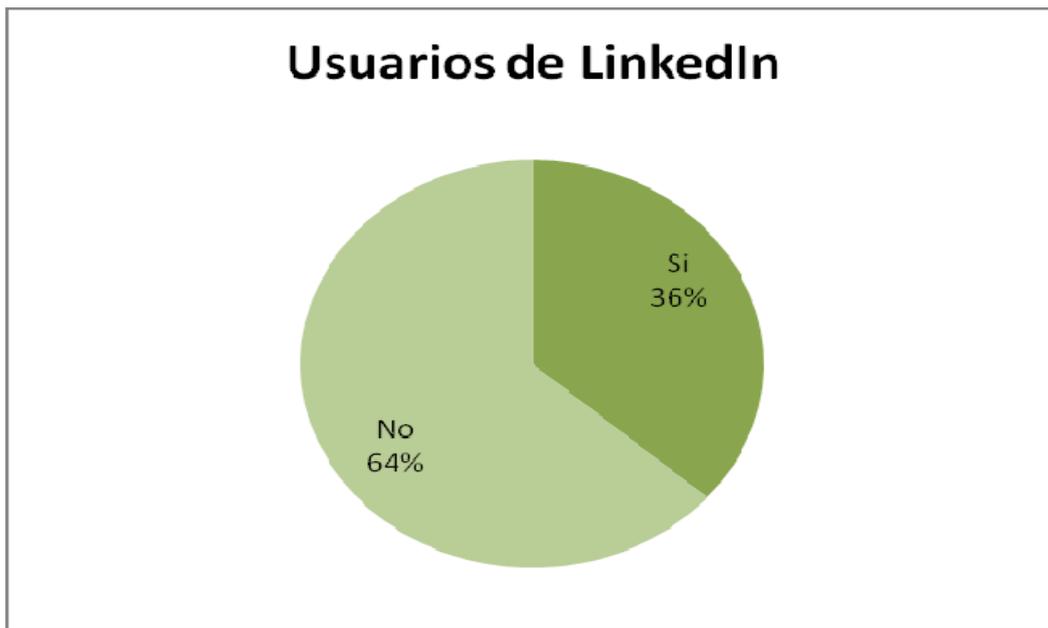


Figura 15: Porcentaje de arquitectos usuarios de LinkedIn con fines profesionales (Elaboración propia)

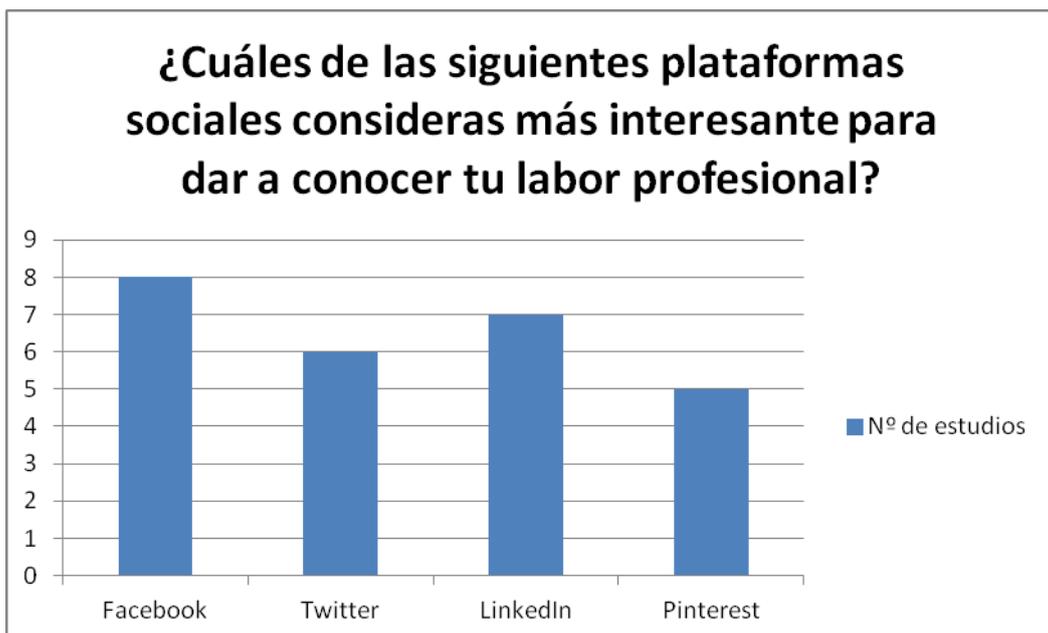


Figura 16: Herramientas de la web 2.0 preferidas con fines profesionales por los arquitectos (elaboración propia)

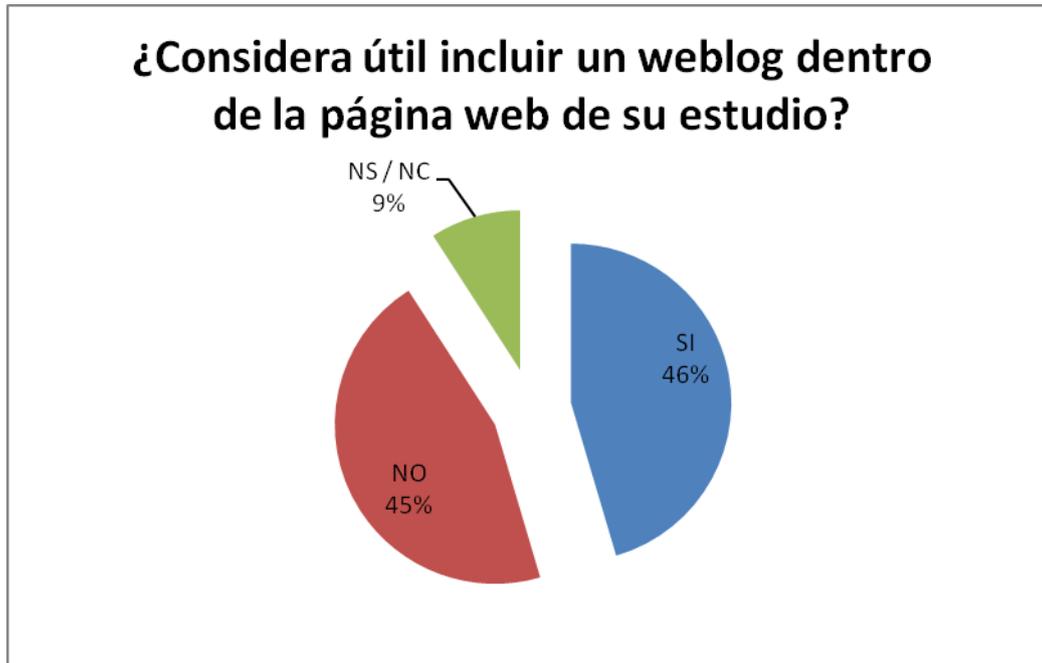


Figura 17: *Uso de weblogs con fines profesionales (Fuente propia)*

Tras analizar la encuesta facilitada a los profesionales, podemos concluir que todos los encuestados consideran necesario estar presentes en la web 2.0, lo cual refuerza parte de las conclusiones del presente estudio.

Al igual que la mayoría de las páginas web de los estudios de arquitectura analizados, los encuestados tienen página web en activo en sus despachos pero con un carácter meramente expositivo de los proyectos realizados.

Todos ellos apuestan por el portal Facebook (500 millones de usuarios en la actualidad) como el mejor complemento para su página web y como el mejor modo de hacer llegar la información seleccionada a un mayor campo de usuarios.

Además, el **40%** de los casos encuestados, consideran oportuno tener presencia en la red profesional LinkedIn y el **30%** utiliza Twitter como plataforma de transmisión rápida de noticias relativas a su entorno profesional cercano.

Una vez recopilados y analizados estos primeros datos, que podrían parecer esperanzadores en cuanto a la misión principal del presente proyecto final de máster, nos damos cuenta de que ninguno de ellos utiliza las plataformas de la web 2.0 de un modo activo

y participativo, al igual que la práctica totalidad de los estudios de arquitectura analizados en la primera fase del documento.

La dedicación de estos profesionales encuestados a fomentar su presencia y participación en la web social pasa por ser de una vez a la semana en el mejor de los casos (**20%**) y más cercana a una vez al mes en la mayoría de ellos (**70%**); todo esto, unido a que el núcleo encuestado se encuentra en una franja de edad de entre 30 y 40 años, mucho más familiarizado con el mundo de internet y de la web 2.0, nos hace pensar que la mayoría de los despachos en activo, no aprovecha el amplio sector que tienen frente sí.

La mitad de ellos considera que la web 2.0 no ha producido ningún cambio en su dinámica profesional y el resto lo relaciona más con la publicidad que con el verdadero modo de funcionar de estas plataformas, donde el cliente-usuario asume un rol mucho más activo y participativo, ejerciendo de "prosumidores" que pasan a ser productores de información y generadores de opinión con una capacidad de alcance tremendo.

Pese a considerar (**90%** de los encuestados) que la web 2.0 es una manera de consolidar y fidelizar clientes, no hacen nada al respecto, salvo esperar que los clientes entren a sus plataformas, vean lo allí expuesto (normalmente estático y poco actualizado al no ser el producto inmobiliario un producto que permita una actualización frecuente por depender de encargos cada vez más espaciados en el tiempo) y una vez observado saquen o no sus propias conclusiones que no pueden transmitir ni mostrar de ninguna manera.

Por ello, es comprensible que sólo el **30%** de ellos pueda afirmar que sus clientes visitan su página web habitualmente y en idéntico porcentaje que a través del contacto on-line con los usuarios, puedan conseguirse nuevos clientes.

Sólo la mitad de ellos (**50%**), ve útil las encuestas, foros o chats a los visitantes de su página corporativa como herramientas que permitan a sus clientes el contacto directo con la web; deberíamos analizar si los motivos son: la incapacidad para desarrollar contenidos de interés o la falta de tiempo para realizarlo periódicamente, o en otro sentido un pensamiento sincero hacia los propios clientes, como usuarios a los que no es posible motivar desde la propia plataforma. En el primero de los casos, y no es objeto de este trabajo, se debería analizar la posibilidad de incorporar la figura del Community Manager¹⁹ en la estructura de los

¹⁹ Informe disponible en: [Marketing con redes sociales](#) Ed ANAYA Multimedia

Autores: Fernando Maciá Domene-Javier Gosende Grela.

CommunityManager: persona encargada de crear, cuidar y mantener las comunidades online o redes sociales de seguidores de una marca o empresa.



estudios de arquitectura, bien dentro de la propia plantilla o bien como elemento externo que participe ocasionalmente en la redacción y preparación de contenidos.

Este mismo **70%** de profesionales utiliza facebook para hacer llegar las últimas noticias relativas a su actividad y un **60%** tiene presencia en LinkedIn, aunque sólo el **10%**, uno de los encuestados, crea y genera temas de interés para otros profesionales del sector.

Pese a ser mayoría, **70%**, los que consideran útiles los weblogs dentro de sus páginas web, ninguno de ellos lo hace. Este dato permite considerar que es una herramienta muy valorada y con posibilidades de implantación, en especial por la facilidad de incorporación de información que tiene para un usuario de conocimientos informáticos medios.

Resulta llamativo que junto a la temática más cercana a su actividad (noticias de arquitectura o normativas en vigor), un **40%** vea oportuno insertar noticias de actualidad, no porque el autor de este documento no lo considere adecuado, sino porque muchos de los despachos encuestados están abiertos a la implantación de herramientas que luego no utilizan ni incorporan en sus plataformas.

Como ya se describió al principio de este trabajo, debería ayudar el presente documento, a la tarea de concienciar a los arquitectos de la importancia que la web 2.0 puede tener en su consolidación profesional y en la medida de lo posible modificar alguna de estas conductas y puntos de vista para, conociendo de nuestras limitaciones, incentivar la presencia más activa de las empresas dedicadas a la arquitectura.

3.5.- BALANCE GENERAL DE LA PRESENCIA DE LA WEB 2.0 EN LOS PRINCIPALES ESTUDIOS DE ARQUITECTURA DE ESPAÑA.

ANALIZANDO LAS PAGINAS WEB

Con abundancia de fotografías e infografías en tres dimensiones siempre (**100%** de los casos), con presencia de textos explicativos en casi todos (**96%** del muestreo) y con videos mucho más dinámicos que la fotografía estática algunos de ellos (**44%**), todos los estudios utilizan estos dos recursos a la hora de presentar su trabajo.

La mitad de ellos (**50%**), los que utilizan la presentación de contenidos de noticias, y en su mayoría (**98%**) son relativas a premios, exposiciones, concursos participados o ganados por el despacho, sin mención alguna a información de interés general al margen del propio estudio. Sin ser todavía un fenómeno llamativo, empiezan a aparecer, sobretodo en estudios de arquitectos menores de 40 años, recursos destinados a presentar galerías de fotografías (**50%** de la muestra).

Ninguno de los **24** despachos analizados (**0%**), utiliza herramientas dialógicas en su página profesional. No existe ni un foro ni un chat que permita la producción de opiniones o sugerencias de un modo directo por parte de sus clientes.

En idéntico porcentaje (**0%**), presentan la opción a encuestas sobre temas de actualidad profesional o vinculados a la actividad del despacho.

Apenas un **13%** de los analizados utilizan plataformas para la gestión de contenidos, weblogs y photoblogs, donde realizan comentarios sobre su trabajo y sólo el **21%** de los estudios analizados tiene algún tipo de presencia en Videoblogs (Youtube,..).

Tras el análisis, observamos que sólo el **13%** de los estudios utiliza la sindicación de contenidos bajo el formato RSS para acceder a fuentes de información (feeds) publicadas en otros portales y que quedan integradas en la plataforma propia.

Resulta especialmente llamativo que portales como Facebook que tiene registrados 350 millones de usuarios sólo sea utilizada por el **21%** de los estudios analizados y que Twitter, a la saga de Facebook en cuanto a usuarios, sea sólo incorporado por el **17%** de las páginas web de los arquitectos estudiados.

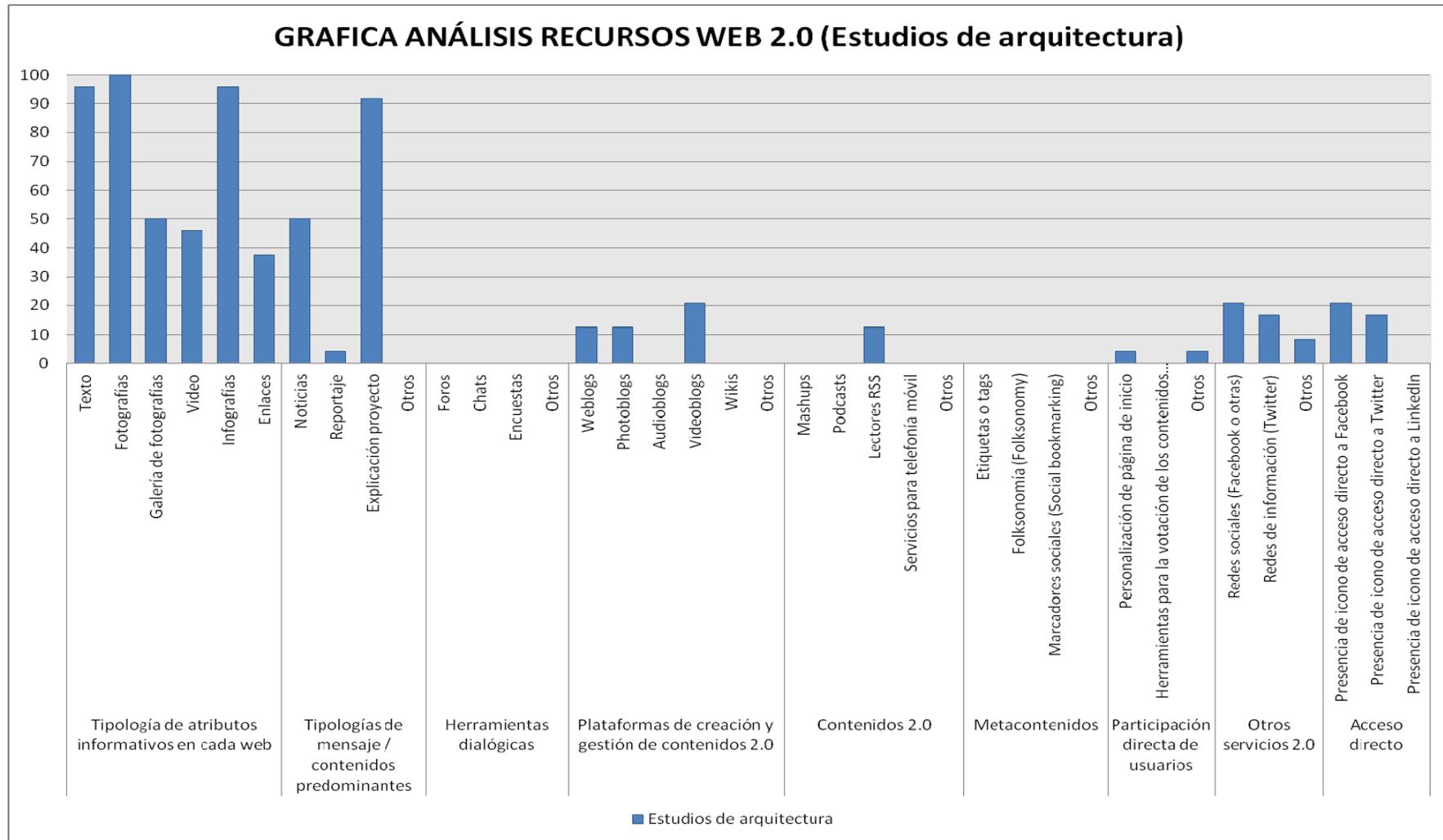


Figura 18: Utilización recursos web 2.0 por los estudios de arquitectura (Elaboración propia)



Figura 19: Recursos Utilizados - Recursos adicionales propuestos para los estudios de arquitectura (Elaboración propia)



Parte 4

LA WEB 2.0 EN LAS PROMOTORAS DE INMUEBLES: APROXIMACIÓN DIAGNÓSTICA



4.1.- INTRODUCCIÓN: UN ANÁLISIS DE LAS EMPRESAS PROMOTORAS ESPAÑOLAS MÁS DESTACADOS.

A continuación, se recogen los resultados del análisis a **10** sitios web correspondientes a **Promotoras Inmobiliarias** de reconocido prestigio. Se ha desarrollado una investigación desde una perspectiva metodológica que aúna variables cuantitativas y cualitativas. De este modo, se analiza cada plataforma on-line a partir de la tabla de análisis diseñada en el marco de la investigación, y al mismo tiempo, se han añadido comentarios de naturaleza cualitativa que contribuyen a reforzar los porcentajes obtenidos. Al final del capítulo se presenta las tablas y gráficas de resultados junto a un comentario de las mismas.



4.2.- ANÁLISIS PROMOTORAS DE INMUEBLES



4.2.1.- PROMOTORA DE VIVIENDAS: VALLEHERMOSO

PROMOTORA DE VIVIENDAS:	VALLEHERMOSO
FUENTE:	www.vallehermoso.es



Fuente: (<http://www.vallehermoso.es>)

La tabla de análisis general sobre los atributos informativos en cada web en **la promotora VALLEHERMOSO, dependiente del banco de Santander**, responde a las siguientes características:

Recurso	Si / No	Número (en el conjunto de la web)	Presencia en portada	Presencia dentro de una sección de la web	Presencia autónoma	Otros comentarios
Tipología de atributos informativos en cada web						
Texto	No	No	No	No		
Fotografías	No	No	No	No		
Galería de fotografías	No	No	No	No		
Video	No	No	No	No		
Infografías	No	No	No	No		
Enlaces	No	No	No	No		

Fuente: (Elaboración propia)

El website de la promotora, www.vallehermoso.es, no hace referencia a ninguna noticia relevante relacionada con el sector al que se dedica y que puedan resultar de interés para los usuarios o clientes.

Recurso	Si / No	Número (en el conjunto de la web)	Presencia en portada	Presencia dentro de una sección de la web	Presencia autónoma	Otros comentarios
Tipologías de mensaje / contenidos predominantes						
Noticia	No	No	No	No		
Reportaje	No	No	No	No		
Explicación proyecto	No	No	No	No		

Fuente: (Elaboración propia)

El website de la promotora, www.vallehermoso.es no incorpora ninguna de las principales herramientas de diálogo on-line: Foros, chats y encuestas.



Recurso	Si / No	Número (en el conjunto de la web)	Presencia en portada	Presencia dentro de una sección de la web	Presencia autónoma	Otros comentarios
Herramientas dialógicas						
Foros	No	No	No	No		
Chats	No	No	No	No		
Encuestas	No	No	No	No		

Fuente: (Elaboración propia)

Con relación a la incorporación de plataformas de creación y gestión de contenidos 2.0, www.vallehermoso.es no utiliza ningún tipo de diario on-line que actualice continuamente sus contenidos, opiniones, etc....

Recurso	Si / No	Número (en el conjunto de la web)	Presencia en portada	Presencia dentro de una sección de la web	Presencia autónoma	Otros comentarios
Plataformas de creación y gestión de contenidos 2.0						
Weblogs	No	No	No	No		
Photoblogs	No	No	No	No		
Audioblogs	No	No	No	No		
Videoblogs	No	No	No	No		
Wikis	No	No	No	No		

Fuente: (Elaboración propia)

En cuanto a la aparición de contenidos 2.0, www.vallehermoso.es no hace uso de estas herramientas.

Recurso	Si / No	Número (en el conjunto de la web)	Presencia en portada	Presencia dentro de una sección de la web	Presencia autónoma	Otros comentarios
Contenidos 2.0						
Mashups	No	No	No	No		
Podcasts	No	No	No	No		
Lectores RSS	No	No	No	No		
Servicios para telefonía móvil	No	No	No	No		

Fuente: (Elaboración propia)

La promotora **VALLEHERMOSO**, www.vallehermoso.es, no utiliza ningún tipo de marcadores sociales o etiquetas en su página web.

Recurso	Si / No	Número (en el conjunto de la web)	Presencia en portada	Presencia dentro de una sección de la web	Presencia autónoma	Otros comentarios
Metacontenidos						
Etiquetas o tags	No	No	No	No		
Folksonomía (Folksonomy)	No	No	No	No		
Marcadores sociales (Social bookmarking)	No	No	No	No		

Fuente: (Elaboración propia)

La promotora **VALLEHERMOSO**, www.vallehermoso.es, no permite en ninguno de los apartados de su website la participación directa de sus clientes ni de usuarios de la plataforma en general.

Recurso	Si / No	Número (en el conjunto de la web)	Presencia en portada	Presencia dentro de una sección de la web	Presencia autónoma	Otros comentarios
Participación directa de los usuarios						
Personalización de página de inicio	No	No	No	No		
Herramientas para la votación de los contenidos por los usuarios	No	No	No	No		

Fuente: (Elaboración propia)

En cuanto a otros servicios de la web 2.0, tan extendidos y utilizados en la actualidad diariamente por millones de usuarios, www.vallehermoso.es no hace ningún uso de ellos para comunicarse con sus actuales clientes o lo que es también muy importante, con potenciales clientes usuarios del cibermedio.

Recurso	Si / No	Número (en el conjunto de la web)	Presencia en portada	Presencia dentro de una sección de la web	Presencia autónoma	Otros comentarios
Otros servicios de la web 2.0						
Redes sociales (Facebook u otras)	No	No	No	No		
Redes de información (Twitter)	No	No	No	No		

Fuente: (Elaboración propia)

4.2.2.- PROMOTORA DE VIVIENDAS: URCO & URBASA

PROMOTORA DE VIVIENDAS:	URCO & URBASA
FUENTE:	www.urbobasa.com

Fuente: (www.urbobasa.com)



La tabla de análisis general sobre los atributos informativos en cada web en **la promotora Urco&Urbasa**, responde a las siguientes características:

Recurso	Si / No	Número (en el conjunto de la web)	Presencia en portada	Presencia dentro de una sección de la web	Presencia autónoma	Otros comentarios
Tipología de atributos informativos en cada web						
Texto	Si	Varios	No	Si		
Fotografías	Si	Varias	Si	SI		
Galería de fotografías	No	No	No	No		
Video	No	No	No	No		
Infografías	No	No	No	No		
Enlaces	No	No	No	No		

Fuente: (Elaboración propia)

El website de la promotora, www.urbcourbasa.com, no hace referencia a ninguna noticia relevante relacionada con el sector al que se dedica y que puedan resultar de interés para los usuarios o clientes.

Recurso	Si / No	Número (en el conjunto de la web)	Presencia en portada	Presencia dentro de una sección de la web	Presencia autónoma	Otros comentarios
Tipologías de mensaje / contenidos predominantes						
Noticia	No	No	No	No		
Reportaje	No	No	No	No		
Explicación proyecto	No	No	No	No		

Fuente: (Elaboración propia)

El website de la promotora, www.urbcourbasa.com no incorpora ninguna de las principales herramientas de diálogo on-line: Foros, chats y encuestas.



Recurso	Si / No	Número (en el conjunto de la web)	Presencia en portada	Presencia dentro de una sección de la web	Presencia autónoma	Otros comentarios
Herramientas dialógicas						
Foros	No	No	No	No		
Chats	No	No	No	No		
Encuestas	No	No	No	No		

Fuente: (Elaboración propia)

Con relación a la incorporación de plataformas de creación y gestión de contenidos 2.0, www.urbasa.com no utiliza ningún tipo de diario on-line que actualice continuamente sus contenidos, opiniones, etc....

Recurso	Si / No	Número (en el conjunto de la web)	Presencia en portada	Presencia dentro de una sección de la web	Presencia autónoma	Otros comentarios
Plataformas de creación y gestión de contenidos 2.0						
Weblogs	No	No	No	No		
Photoblogs	No	No	No	No		
Audioblogs	No	No	No	No		
Videoblogs	No	No	No	No		
Wikis	No	No	No	No		

Fuente: (Elaboración propia)

En cuanto a la aparición de contenidos 2.0, www.urbasa.com no hace uso de estas herramientas.



Recurso	Si / No	Número (en el conjunto de la web)	Presencia en portada	Presencia dentro de una sección de la web	Presencia autónoma	Otros comentarios
Contenidos 2.0						
Mashups	No	No	No	No		
Podcasts	No	No	No	No		
Lectores RSS	No	No	No	No		
Servicios para telefonía móvil	No	No	No	No		

Fuente: (Elaboración propia)

La promotora **Urco&Urbasa**, www.uncourbasa.com, no utiliza ningún tipo de marcadores sociales o etiquetas en su página web.

Recurso	Si / No	Número (en el conjunto de la web)	Presencia en portada	Presencia dentro de una sección de la web	Presencia autónoma	Otros comentarios
Metacontenidos						
Etiquetas o tags	No	No	No	No		
Folksonomía (Folksonomy)	No	No	No	No		
Marcadores sociales (Social bookmarking)	No	No	No	No		

Fuente: (Elaboración propia)

La promotora **Urco&Urbasa**, www.uncourbasa.com, no permite en ninguno de los apartados de su website la participación directa de sus clientes ni de usuarios de la plataforma en general.

Recurso	Si / No	Número (en el conjunto de la web)	Presencia en portada	Presencia dentro de una sección de la web	Presencia autónoma	Otros comentarios
Participación directa de los usuarios						
Personalización de página de inicio	No	No	No	No		
Herramientas para la votación de los contenidos por los usuarios	No	No	No	No		

Fuente: (Elaboración propia)

En cuanto a otros servicios de la web 2.0, tan extendidos y utilizados en la actualidad diariamente por millones de usuarios, **La promotora Urco&Urbasa** www.urbobasa.com está presente en Facebook y Twitter desde la pagina principal de su website, si bien , lejos de hacerlo de un modo muy activo simplemente coloca un enlace a esta plataformas que sólo permite compartir el enlace con aquellas personas que consideres y que tengan facebook y twitter para poder hacerles llegar la información de alguna promoción en concreto.

Recurso	Si / No	Número (en el conjunto de la web)	Presencia en portada	Presencia dentro de una sección de la web	Presencia autónoma	Otros comentarios
Otros servicios de la web 2.0						
Redes sociales (Facebook u otras)	Si	1	Si	No		Unicamente se puede compartir el enlace
Redes de información (Twitter)	Si	1	Si	No		Unicamente se puede compartir el enlace

Fuente: (Elaboración propia)



Facebook

<http://www.urbobasa.com/modulos/dmlocalizacion/compartir/comparte.asp?r=FACEBOOK>

Twitter

<http://www.urbobasa.com/modulos/dmlocalizacion/compartir/comparte.asp?r=TWITTER>



4.2.3.- PROMOTORA DE VIVIENDAS: GRUPO ACS

PROMOTORA DE VIVIENDAS:	GRUPO ACS
FUENTE:	www.grupoacs.com

The screenshot shows the ACS website homepage. At the top, there is a navigation bar with 'Mapa web', 'Directorio', and 'English'. The main header features the ACS logo and a large image of an offshore oil rig. Below the header, there is a search bar and a 'Home' button. The left sidebar contains a menu with categories like 'Conozca ACS', 'Áreas de negocio', 'Accionistas e inversores', 'Gobierno corporativo', 'Responsabilidad corporativa', 'Recursos humanos', and 'Sala de prensa'. The main content area is divided into several sections: 'Informe Anual 2011 Grupo ACS', 'Junta General de Accionistas 2012', 'Notas de prensa', and 'Hechos relevantes'. The 'Informe Anual' section includes a thumbnail image and a link to 'ver más'. The 'Junta General' section also has a thumbnail and a link to 'ver más'. The 'Notas de prensa' section lists several news items with dates and brief descriptions, each with a 'ver más' link. The 'Hechos relevantes' section lists more news items with dates and descriptions, each with a 'ver más' link. At the bottom of the main content area, there is a 'Dow Jones Sustainability Indexes' logo and a link to 'ver más'. The footer of the page shows 'Informe de Resultados 1712'.

Fuente: (www.grupoacs.com)

La tabla de análisis general sobre los atributos informativos en cada web en la promotora ACS responde a las siguientes características:

Recurso	Si / No	Número (en el conjunto de la web)	Presencia en portada	Presencia dentro de una sección de la web	Presencia autónoma	Otros comentarios
Tipología de atributos informativos en cada web						
Texto	Si	Varios	No	Si		
Fotografías	Si	Varias	Si	Si		
Galería de fotografías	Si	Varias	No	Si		
Video	Si	1	No	SI		Video corporativo
Infografías	No	No	No	No		
Enlaces	No	No	No	No		

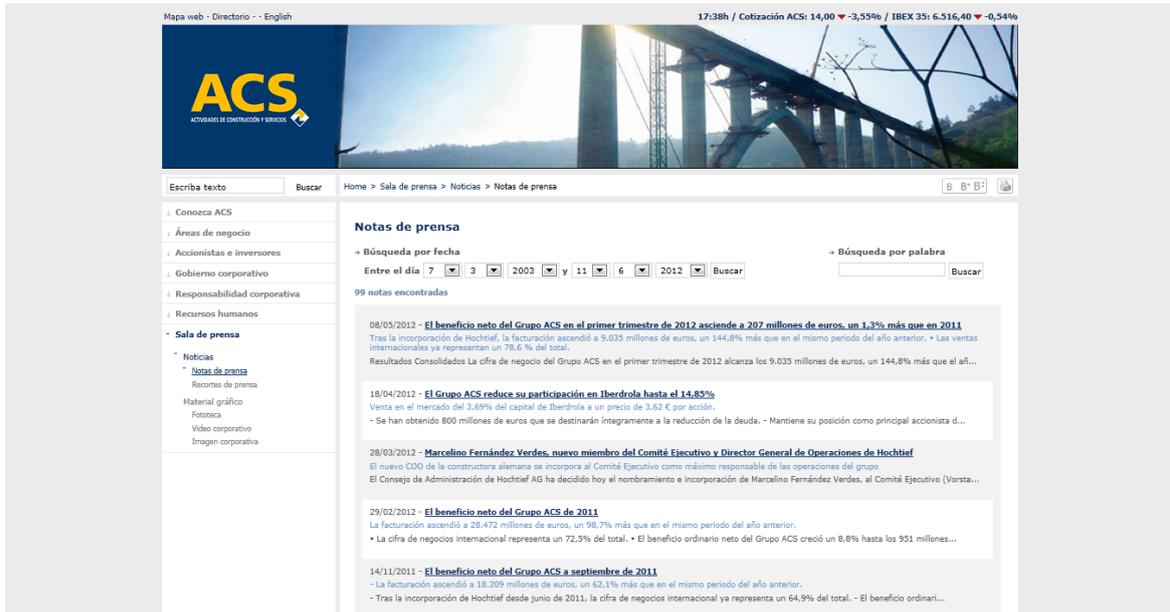
Fuente: (Elaboración propia)

El website de la promotora, www.grupoacs.com, hace referencia a diferentes noticias desde su pestaña "**sala de prensa**" donde aparece multitud de información relevante relacionada con el sector al que se dedica y que puedan resultar de interés para los usuarios o clientes. Existe un buscador por fechas: día, mes y año debido a la cantidad.

Recurso	Si / No	Número (en el conjunto de la web)	Presencia en portada	Presencia dentro de una sección de la web	Presencia autónoma	Otros comentarios
Tipologías de mensaje / contenidos predominantes						
Noticia	Si	Varias	No	Si		
Reportaje	No	No	No	No		
Explicación proyecto	No	No	No	No		

Fuente: (Elaboración propia)

Noticias



<http://www.grupoacs.com/index.php/es/c/saladeprensa>

El website de la promotora, www.grupoacs.com no incorpora ninguna de las principales herramientas de diálogo on-line: Foros, chats y encuestas.

Recurso	Sí / No	Número (en el conjunto de la web)	Presencia en portada	Presencia dentro de una sección de la web	Presencia autónoma	Otros comentarios
Herramientas dialógicas						
Foros	No	No	No	No		
Chats	No	No	No	No		
Encuestas	No	No	No	No		

Fuente: (Elaboración propia)

Con relación a la incorporación de plataformas de creación y gestión de contenidos 2.0, www.grupoacs.com no utiliza ningún tipo de diario on-line que actualice continuamente sus contenidos, opiniones, etc....



Recurso	Si / No	Número (en el conjunto de la web)	Presencia en portada	Presencia dentro de una sección de la web	Presencia autónoma	Otros comentarios
Plataformas de creación y gestión de contenidos 2.0						
Weblogs	No	No	No	No		
Photoblogs	No	No	No	No		
Audioblogs	No	No	No	No		
Videoblogs	No	No	No	No		
Wikis	No	No	No	No		

Fuente: (Elaboración propia)

En cuanto a la aparición de contenidos 2.0, www.grupoacs.com no hace uso de estas herramientas.

Recurso	Si / No	Número (en el conjunto de la web)	Presencia en portada	Presencia dentro de una sección de la web	Presencia autónoma	Otros comentarios
Contenidos 2.0						
Mashups	No	No	No	No		
Podcasts	No	No	No	No		
Lectores RSS	No	No	No	No		
Servicios para telefonía móvil	No	No	No	No		

Fuente: (Elaboración propia)

La promotora ACS, www.grupoacs.com, no utiliza ningún tipo de marcadores sociales o etiquetas en su página web.

Recurso	Si / No	Número (en el conjunto de la web)	Presencia en portada	Presencia dentro de una sección de la web	Presencia autónoma	Otros comentarios
Metacontenidos						
Etiquetas o tags	No	No	No	No		
Folksonomía (Folksonomy)	No	No	No	No		
Marcadores sociales (Social bookmarking)	No	No	No	No		

Fuente: (Elaboración propia)

La promotora ACS, www.grupoacs.com, no permite en ninguno de los apartados de su website la participación directa de sus clientes ni de usuarios de la plataforma en general.

Recurso	Si / No	Número (en el conjunto de la web)	Presencia en portada	Presencia dentro de una sección de la web	Presencia autónoma	Otros comentarios
Participación directa de los usuarios						
Personalización de página de inicio	No	No	No	No		
Herramientas para la votación de los contenidos por los usuarios	No	No	No	No		

Fuente: (Elaboración propia)

En cuanto a otros servicios de la web 2.0, tan extendidos y utilizados en la actualidad diariamente por millones de usuarios, www.grupoacs.com no hace ningún uso de ellos para comunicarse con sus actuales clientes o lo que es también muy importante, con potenciales clientes usuarios del cibermedio.

Recurso	Si / No	Número (en el conjunto de la web)	Presencia en portada	Presencia dentro de una sección de la web	Presencia autónoma	Otros comentarios
Otros servicios de la web 2.0						
Redes sociales (Facebook u otras)	No	No	No	No		
Redes de información (Twitter)	No	No	No	No		

Fuente: (Elaboración propia)

4.2.4.- PROMOTORA DE VIVIENDAS: URCASA

PROMOTORA DE VIVIENDAS:	URCASA
FUENTE:	www.urcasa.com

está en: home Buscador... Buscar

urcasa *Creamos espacios que tú llenas de vida*

Conócenos Promociones Contacto Calculadora de hipotecas " Te escuchamos " Grupos

RESIDENCIAL BAHIA CENTER - (Terminada)
 ¡¡¡ Últimas viviendas de 2 dormitorios !!! Junto al El Corte Inglés.

En venta

- Viviendas**
Descubre nuestras ofertas y promociones en viviendas. Más cerca de lo que te imaginas.
- Locales comerciales**
Te ofrecemos los mejores locales comerciales con amplias posibilidades.
- Garajes**
No pierdas tiempo. Acceso directo desde tu vivienda al garaje.
- Oficinas**
Tu espacio estratégico para alcanzar tus objetivos profesionales.

Contacta con nosotros
 C/ Jesús de Monasterio, 27 bajo,39000 Santander (Cantabria)
 Tlf. 942... [ver teléfono](tel:942...)
 E-mail: 042.274.030

Suscríbete al newsletter
 Recibe las últimas novedades de nuestras promociones.

Comparte: [f](#) [t](#) [+](#) [v](#) [g](#) [+](#) [g](#)

Alta newsletter: [Informate](#)

Fuente: (www.urcasa.com)



La tabla de análisis general sobre los atributos informativos en cada web en **la promotora Urcasa** responde a las siguientes características:

Recurso	Si / No	Número (en el conjunto de la web)	Presencia en portada	Presencia dentro de una sección de la web	Presencia autónoma	Otros comentarios
Tipología de atributos informativos en cada web						
Texto	Si	Varios	No	Si		
Fotografías	Si	Varias	Si	SI		
Galería de fotografías	No	No	No	No		
Video	No	No	No	No		
Infografías	No	No	No	No		
Enlaces	No	No	No	No		

Fuente: (Elaboración propia)

El website de la promotora, www.urcasa.com, no hace referencia a noticias relevantes relacionadas con el sector al que se dedica y que puedan resultar de interés para los usuarios o clientes.

Recurso	Si / No	Número (en el conjunto de la web)	Presencia en portada	Presencia dentro de una sección de la web	Presencia autónoma	Otros comentarios
Tipologías de mensaje / contenidos predominantes						
Noticia	No	No	No	No		
Reportaje	No	No	No	No		
Explicación proyecto	No	No	No	No		

Fuente: (Elaboración propia)

El website de la promotora, www.urcasa.com no incorpora ninguna de las principales herramientas de diálogo on-line: Foros, chats y encuestas.



Recurso	Si / No	Número (en el conjunto de la web)	Presencia en portada	Presencia dentro de una sección de la web	Presencia autónoma	Otros comentarios
Herramientas dialógicas						
Foros	No	No	No	No		
Chats	No	No	No	No		
Encuestas	No	No	No	No		

Fuente: (Elaboración propia)

Con relación a la incorporación de plataformas de creación y gestión de contenidos 2.0, www.urcasa.com no utiliza ningún tipo de diario on-line que actualice continuamente sus contenidos, opiniones, etc....

Recurso	Si / No	Número (en el conjunto de la web)	Presencia en portada	Presencia dentro de una sección de la web	Presencia autónoma	Otros comentarios
Plataformas de creación y gestión de contenidos 2.0						
Weblogs	No	No	No	No		
Photoblogs	No	No	No	No		
Audioblogs	No	No	No	No		
Videoblogs	No	No	No	No		
Wikis	No	No	No	No		

Fuente: (Elaboración propia)

En cuanto a la aparición de contenidos 2.0, www.urcasa.com no hace uso de estas herramientas.

Recurso	Si / No	Número (en el conjunto de la web)	Presencia en portada	Presencia dentro de una sección de la web	Presencia autónoma	Otros comentarios
Contenidos 2.0						
Mashups	No	No	No	No		
Podcasts	No	No	No	No		
Lectores RSS	No	No	No	No		
Servicios para telefonía móvil	No	No	No	No		

Fuente: (Elaboración propia)

La promotora **URCASA**, www.urbasa.com , no utiliza ningún tipo de marcadores sociales o etiquetas en su página web.

Recurso	Si / No	Número (en el conjunto de la web)	Presencia en portada	Presencia dentro de una sección de la web	Presencia autónoma	Otros comentarios
Metacontenidos						
Etiquetas o tags	No	No	No	No		
Folksonomía (Folksonomy)	No	No	No	No		
Marcadores sociales (Social bookmarking)	No	No	No	No		

Fuente: (Elaboración propia)

La promotora **URCASA**, www.urbasa.com , no permite en ninguno de los apartados de su website la participación directa de sus clientes ni de usuarios de la plataforma en general.

Recurso	Si / No	Número (en el conjunto de la web)	Presencia en portada	Presencia dentro de una sección de la web	Presencia autónoma	Otros comentarios
Participación directa de los usuarios						
Personalización de página de inicio	No	No	No	No		
Herramientas para la votación de los contenidos por los usuarios	No	No	No	No		

Fuente: (Elaboración propia)

En cuanto a otros servicios de la web 2.0, tan extendidos y utilizados en la actualidad diariamente por millones de usuarios, **La promotora URCASA**, www.urcasa.com está presente en Facebook y Twitter desde la pagina principal de su website, si bien , lejos de hacerlo de un modo muy activo simplemente coloca un enlace a esta plataformas que sólo permite compartir el enlace con aquellas personas que consideres y que tengan facebook y twitter para poder hacerles llegar la información de alguna promoción en concreto.

Recurso	Si / No	Número (en el conjunto de la web)	Presencia en portada	Presencia dentro de una sección de la web	Presencia autónoma	Otros comentarios
Otros servicios de la web 2.0						
Redes sociales (Facebook u otras)	Si	1	Si	No		Unicamente se puede compartir el enlace
Redes de información (Twitter)	Si	1	Si	No		Unicamente se puede compartir el enlace

Fuente: (Elaboración propia)



Facebook

<http://www.urcasa.com/modulos/dmlocalizacion/compartir/comparte.asp?r=FACEBOOK>

Twitter

<http://www.urcasa.com/modulos/dmlocalizacion/compartir/comparte.asp?r=TWITTER>



4.2.5.- PROMOTORA DE VIVIENDAS: REALIA

PROMOTORA DE VIVIENDAS:	REALIA
FUENTE:	www.realia.es



Fuente: (www.realia.es)

La tabla de análisis general sobre los atributos informativos en cada web en **la promotora REALIA**, responde a las siguientes características:

Recurso	Si / No	Número (en el conjunto de la web)	Presencia en portada	Presencia dentro de una sección de la web	Presencia autónoma	Otros comentarios
Tipología de atributos informativos en cada web						
Texto	Si	Varios	No	Si		
Fotografías	Si	Varias	No	Si		
Galería de fotografías	No	No	No	No		
Video	No	No	No	No		
Infografías	Si	Varias	No	Si		
Enlaces	No	No	No	No		

Fuente: (Elaboración propia)

El website de la promotora, www.realia.es, hace referencia a diferentes noticias desde su pestaña "**prensa**" donde aparece multitud de información relevante relacionadas con el sector al que se dedica y que puedan resultar de interés para los usuarios o clientes.

Recurso	Si / No	Número (en el conjunto de la web)	Presencia en portada	Presencia dentro de una sección de la web	Presencia autónoma	Otros comentarios
Tipologías de mensaje / contenidos predominantes						
Noticia	Si	Varias	No	Si		
Reportaje	No	No	No	No		
Explicación proyecto	No	No	No	No		

Fuente: (Elaboración propia)

Noticias

http://www.realia.es/Corporativo/NotasPrensa.asp?IdMenu=31&IdPadre=9&Nivel=1&Img=Corporativo_3.jpg&Menu_orden=1

El website de la promotora, www.realia.es no incorpora ninguna de las principales herramientas de diálogo on-line: Foros, chats y encuestas.

Recurso	Si / No	Número (en el conjunto de la web)	Presencia en portada	Presencia dentro de una sección de la web	Presencia autónoma	Otros comentarios
Herramientas dialógicas						
Foros	No	No	No	No		
Chats	No	No	No	No		
Encuestas	No	No	No	No		

Fuente: (Elaboración propia)

Con relación a la incorporación de plataformas de creación y gestión de contenidos 2.0, www.realia.es no utiliza ningún tipo de diario on-line que actualice continuamente sus contenidos, opiniones, etc....



Recurso	Si / No	Número (en el conjunto de la web)	Presencia en portada	Presencia dentro de una sección de la web	Presencia autónoma	Otros comentarios
Plataformas de creación y gestión de contenidos 2.0						
Weblogs	No	No	No	No		
Photoblogs	No	No	No	No		
Audioblogs	No	No	No	No		
Videoblogs	No	No	No	No		
Wikis	No	No	No	No		

Fuente: (Elaboración propia)

En cuanto a la aparición de contenidos 2.0, www.realia.es no hace uso de estas herramientas.

Recurso	Si / No	Número (en el conjunto de la web)	Presencia en portada	Presencia dentro de una sección de la web	Presencia autónoma	Otros comentarios
Contenidos 2.0						
Mashups	No	No	No	No		
Podcasts	No	No	No	No		
Lectores RSS	No	No	No	No		
Servicios para telefonía móvil	No	No	No	No		

Fuente: (Elaboración propia)

La promotora **REALIA**, www.realia.es, no utiliza ningún tipo de marcadores sociales o etiquetas en su página web.

Recurso	Sí / No	Número (en el conjunto de la web)	Presencia en portada	Presencia dentro de una sección de la web	Presencia autónoma	Otros comentarios
Metacontenidos						
Etiquetas o tags	No	No	No	No		
Folksonomía (Folksonomy)	No	No	No	No		
Marcadores sociales (Social bookmarking)	No	No	No	No		

Fuente: (Elaboración propia)

La promotora **REALIA**, www.realia.es, no permite en ninguno de los apartados de su website la participación directa de sus clientes ni de usuarios de la plataforma en general.

Recurso	Sí / No	Número (en el conjunto de la web)	Presencia en portada	Presencia dentro de una sección de la web	Presencia autónoma	Otros comentarios
Participación directa de los usuarios						
Personalización de página de inicio	No	No	No	No		
Herramientas para la votación de los contenidos por los usuarios	No	No	No	No		

Fuente: (Elaboración propia)

En cuanto a otros servicios de la web 2.0, tan extendidos y utilizados en la actualidad diariamente por millones de usuarios, www.realia.es no hace ningún uso de ellos para comunicarse con sus actuales clientes o lo que es también muy importante, con potenciales clientes usuarios del cibermedio.

Recurso	Si / No	Número (en el conjunto de la web)	Presencia en portada	Presencia dentro de una sección de la web	Presencia autónoma	Otros comentarios
Otros servicios de la web 2.0						
Redes sociales (Facebook u otras)	No	No	No	No		
Redes de información (Twitter)	No	No	No	No		

Fuente: (Elaboración propia)

4.2.6.- PROMOTORA DE VIVIENDAS: URPASA

PROMOTORA DE VIVIENDAS:	URPASA
FUENTE:	www.urpasa.com

Fuente: (www.urpasa.com)



La tabla de análisis general sobre los atributos informativos en cada web en **la promotora URPASA**, responde a las siguientes características:

Recurso	Si / No	Número (en el conjunto de la web)	Presencia en portada	Presencia dentro de una sección de la web	Presencia autónoma	Otros comentarios
Tipología de atributos informativos en cada web						
Texto	Si	Varios	No	Si		
Fotografías	Si	Varias	Si	SI		
Galería de fotografías	No	No	No	No		
Video	No	No	No	No		
Infografías	No	No	No	No		
Enlaces	No	No	No	No		

Fuente: (Elaboración propia)

El website de la promotora, www.urpasa.com, no hace referencia a ninguna noticia relevante relacionada con el sector al que se dedica y que puedan resultar de interés para los usuarios o clientes.

Recurso	Si / No	Número (en el conjunto de la web)	Presencia en portada	Presencia dentro de una sección de la web	Presencia autónoma	Otros comentarios
Tipologías de mensaje / contenidos predominantes						
Noticia	No	No	No	No		
Reportaje	No	No	No	No		
Explicación proyecto	No	No	No	No		

Fuente: (Elaboración propia)

El website de la promotora, www.urpasa.com no incorpora ninguna de las principales herramientas de diálogo on-line: Foros, chats y encuestas.



Recurso	Si / No	Número (en el conjunto de la web)	Presencia en portada	Presencia dentro de una sección de la web	Presencia autónoma	Otros comentarios
Herramientas dialógicas						
Foros	No	No	No	No		
Chats	No	No	No	No		
Encuestas	No	No	No	No		

Fuente: (Elaboración propia)

Con relación a la incorporación de plataformas de creación y gestión de contenidos 2.0, www.urpasa.com no utiliza ningún tipo de diario on-line que actualice continuamente sus contenidos, opiniones, etc....

Recurso	Si / No	Número (en el conjunto de la web)	Presencia en portada	Presencia dentro de una sección de la web	Presencia autónoma	Otros comentarios
Plataformas de creación y gestión de contenidos 2.0						
Weblogs	No	No	No	No		
Photoblogs	No	No	No	No		
Audioblogs	No	No	No	No		
Videoblogs	No	No	No	No		
Wikis	No	No	No	No		

Fuente: (Elaboración propia)

En cuanto a la aparición de contenidos 2.0, www.urpasa.com no hace uso de estas herramientas.

Recurso	Si / No	Número (en el conjunto de la web)	Presencia en portada	Presencia dentro de una sección de la web	Presencia autónoma	Otros comentarios
Contenidos 2.0						
Mashups	No	No	No	No		
Podcasts	No	No	No	No		
Lectores RSS	No	No	No	No		
Servicios para telefonía móvil	No	No	No	No		

Fuente: (Elaboración propia)

La promotora **URPASA**, www.urpasa.com, no utiliza ningún tipo de marcadores sociales o etiquetas en su página web.

Recurso	Si / No	Número (en el conjunto de la web)	Presencia en portada	Presencia dentro de una sección de la web	Presencia autónoma	Otros comentarios
Metacontenidos						
Etiquetas o tags	No	No	No	No		
Folksonomía (Folksonomy)	No	No	No	No		
Marcadores sociales (Social bookmarking)	No	No	No	No		

Fuente: (Elaboración propia)

La promotora **URPASA**, www.urpasa.com, no permite en ninguno de los apartados de su website la participación directa de sus clientes ni de usuarios de la plataforma en general.

Recurso	Si / No	Número (en el conjunto de la web)	Presencia en portada	Presencia dentro de una sección de la web	Presencia autónoma	Otros comentarios
Participación directa de los usuarios						
Personalización de página de inicio	No	No	No	No		
Herramientas para la votación de los contenidos por los usuarios	No	No	No	No		

Fuente: (Elaboración propia)

En cuanto a otros servicios de la web 2.0, tan extendidos y utilizados en la actualidad diariamente por millones de usuarios, **La promotora URPASA**, www.urpasa.com está presente en Facebook y Twitter desde la pagina principal de su website, si bien , lejos de hacerlo de un modo muy activo simplemente coloca un enlace a esta plataformas que sólo permite compartir el enlace con aquellas personas que consideres y que tengan facebook y twitter para poder hacerles llegar la información de alguna promoción en concreto.

Recurso	Si / No	Número (en el conjunto de la web)	Presencia en portada	Presencia dentro de una sección de la web	Presencia autónoma	Otros comentarios
Otros servicios de la web 2.0						
Redes sociales (Facebook u otras)	Si	1	Si	No		Unicamente se puede compartir el enlace
Redes de información (Twitter)	Si	1	Si	No		Unicamente se puede compartir el enlace

Fuente: (Elaboración propia)



Facebook

<http://www.urpasa.com/modulos/dmlocalizacion/compartir/comparte.asp?r=FACEBOOK>

Twitter

<http://www.urpasa.com/modulos/dmlocalizacion/compartir/comparte.asp?r=TWITTER>



4.2.7.- PROMOTORA DE VIVIENDAS: SALVADOR VILA

PROMOTORA DE VIVIENDAS:	SALVADOR VILA
FUENTE:	www.salvadorvila.com



Fuente: (www.salvadorvila.com)

La tabla de análisis general sobre los atributos informativos en cada web en **la promotora SALVADOR VILA**, responde a las siguientes características:

Recurso	Si / No	Número (en el conjunto de la web)	Presencia en portada	Presencia dentro de una sección de la web	Presencia autónoma	Otros comentarios
Tipología de atributos informativos en cada web						
Texto	Si	Varios	No	Si		
Fotografías	Si	Varias	No	Si		
Galería de fotografías	No	No	No	No		
Video	No	No	No	No		
Infografías	Si	Varias	No	Si		
Enlaces	No	No	No	No		

Fuente: (Elaboración propia)

El website de la promotora, www.salvadorvila.com , no hace referencia a ninguna noticia relevante relacionada con el sector al que se dedica y que puedan resultar de interés para los usuarios o clientes.

Recurso	Si / No	Número (en el conjunto de la web)	Presencia en portada	Presencia dentro de una sección de la web	Presencia autónoma	Otros comentarios
Tipologías de mensaje / contenidos predominantes						
Noticia	No	No	No	No		
Reportaje	No	No	No	No		
Explicación proyecto	No	No	No	No		

Fuente: (Elaboración propia)

El website de la promotora, www.salvadorvila.com no incorpora ninguna de las principales herramientas de diálogo on-line: Foros, chats y encuestas.



Recurso	Si / No	Número (en el conjunto de la web)	Presencia en portada	Presencia dentro de una sección de la web	Presencia autónoma	Otros comentarios
Herramientas dialógicas						
Foros	No	No	No	No		
Chats	No	No	No	No		
Encuestas	No	No	No	No		

Fuente: (Elaboración propia)

Con relación a la incorporación de plataformas de creación y gestión de contenidos 2.0, www.salvadorvila.com no utiliza ningún tipo de diario on-line que actualice continuamente sus contenidos, opiniones, etc....

Recurso	Si / No	Número (en el conjunto de la web)	Presencia en portada	Presencia dentro de una sección de la web	Presencia autónoma	Otros comentarios
Plataformas de creación y gestión de contenidos 2.0						
Weblogs	No	No	No	No		
Photoblogs	No	No	No	No		
Audioblogs	No	No	No	No		
Videoblogs	No	No	No	No		
Wikis	No	No	No	No		

Fuente: (Elaboración propia)

En cuanto a la aparición de contenidos 2.0, www.salvadorvila.com no hace uso de estas herramientas.

Recurso	Si / No	Número (en el conjunto de la web)	Presencia en portada	Presencia dentro de una sección de la web	Presencia autónoma	Otros comentarios
Contenidos 2.0						
Mashups	No	No	No	No		
Podcasts	No	No	No	No		
Lectores RSS	No	No	No	No		
Servicios para telefonía móvil	No	No	No	No		

Fuente: (Elaboración propia)

La promotora **SALVADOR VILA**, www.salvadorvila.com , no utiliza ningún tipo de marcadores sociales o etiquetas en su página web.

Recurso	Si / No	Número (en el conjunto de la web)	Presencia en portada	Presencia dentro de una sección de la web	Presencia autónoma	Otros comentarios
Metacontenidos						
Etiquetas o tags	No	No	No	No		
Folksonomía (Folksonomy)	No	No	No	No		
Marcadores sociales (Social bookmarking)	No	No	No	No		

Fuente: (Elaboración propia)

La promotora **SALVADOR VILA**, www.salvadorvila.com no permite en ninguno de los apartados de su website la participación directa de sus clientes ni de usuarios de la plataforma en general.

Recurso	Si / No	Número (en el conjunto de la web)	Presencia en portada	Presencia dentro de una sección de la web	Presencia autónoma	Otros comentarios
Participación directa de los usuarios						
Personalización de página de inicio	No	No	No	No		
Herramientas para la votación de los contenidos por los usuarios	No	No	No	No		

Fuente: (Elaboración propia)

En cuanto a otros servicios de la web 2.0, tan extendidos y utilizados en la actualidad diariamente por millones de usuarios, www.salvadorvila.com no hace ningún uso de ellos para comunicarse con sus actuales clientes o lo que es también muy importante, con potenciales clientes usuarios del cibermedio.

Recurso	Si / No	Número (en el conjunto de la web)	Presencia en portada	Presencia dentro de una sección de la web	Presencia autónoma	Otros comentarios
Otros servicios de la web 2.0						
Redes sociales (Facebook u otras)	No	No	No	No		
Redes de información (Twitter)	No	No	No	No		

Fuente: (Elaboración propia)

4.2.8.- PROMOTORA DE VIVIENDAS: PROMOTORA VIZCAÍNA

PROMOTORA DE VIVIENDAS:	PROMOTORA VIZCAÍNA
FUENTE:	www.promotoravizcaina.com

está en: home Buscador... Buscar

PROMOTORA VIZCAÍNA *... Cuestión de Calidad*

Conócenos Promociones Contacto Calculadora de hipotecas " Te escuchamos " Gruposos

promociones destacadas

EDIFICIO ERREKAGANE (MIRABALLES) – (Comienzo Inmediato)
Ahora sí puedes vivir en el centro de Miraballes!

En venta

- Viviendas**
Descubre nuestras ofertas y promociones en viviendas. Más cerca de lo que te imaginas.
- Locales comerciales**
Te ofrecemos los mejores locales comerciales con amplias posibilidades.
- Garajes**
No pierdas tiempo. Acceso directo desde tu vivienda al garaje.
- Oficinas**
Tu espacio estratégico para alcanzar tus objetivos profesionales.

Contacta con nosotros
Pl. Indautzu 1 bajo, 48011, Bilbao (Vizcaya)
Tf. 944... [ver teléfono](tel:944...)
Fax: 944.390.270

Susíbete al newsletter
Recibe las últimas novedades de nuestras promociones.

Folleto de promotoravizcaina
Pulse aquí para poder ver el folleto

Comparte: [f](#) [t](#) [g+](#) [v](#) [p](#) [e](#) [r](#) [s](#) [h](#) [i](#) [n](#) [g](#) [+](#) [+](#) [+](#) [+](#) [+](#)

Alta newsletter: [Informate](#)

Fuente: (www.promotoravizcaina.com)



La tabla de análisis general sobre los atributos informativos en cada web en **la promotora VIZCAÍNA** responde a las siguientes características:

Recurso	Si / No	Número (en el conjunto de la web)	Presencia en portada	Presencia dentro de una sección de la web	Presencia autónoma	Otros comentarios
Tipología de atributos informativos en cada web						
Texto	Si	Varios	No	Si		
Fotografías	Si	Varias	Si	SI		
Galería de fotografías	No	No	No	No		
Video	No	No	No	No		
Infografías	No	No	No	No		
Enlaces	No	No	No	No		

Fuente: (Elaboración propia)

El website de la promotora, www.promotoravizcaina.com , no hace referencia a ninguna noticia relevante relacionada con el sector al que se dedica y que puedan resultar de interés para los usuarios o clientes.

Recurso	Si / No	Número (en el conjunto de la web)	Presencia en portada	Presencia dentro de una sección de la web	Presencia autónoma	Otros comentarios
Tipologías de mensaje / contenidos predominantes						
Noticia	No	No	No	No		
Reportaje	No	No	No	No		
Explicación proyecto	No	No	No	No		

Fuente: (Elaboración propia)

El website de la promotora, www.promotoravizcaina.com no incorpora ninguna de las principales herramientas de diálogo on-line: Foros, chats y encuestas.



Recurso	Si / No	Número (en el conjunto de la web)	Presencia en portada	Presencia dentro de una sección de la web	Presencia autónoma	Otros comentarios
Herramientas dialógicas						
Foros	No	No	No	No		
Chats	No	No	No	No		
Encuestas	No	No	No	No		

Fuente: (Elaboración propia)

Con relación a la incorporación de plataformas de creación y gestión de contenidos 2.0, www.promotoravizcaina.com no utiliza ningún tipo de diario on-line que actualice continuamente sus contenidos, opiniones, etc....

Recurso	Si / No	Número (en el conjunto de la web)	Presencia en portada	Presencia dentro de una sección de la web	Presencia autónoma	Otros comentarios
Plataformas de creación y gestión de contenidos 2.0						
Weblogs	No	No	No	No		
Photoblogs	No	No	No	No		
Audioblogs	No	No	No	No		
Videoblogs	No	No	No	No		
Wikis	No	No	No	No		

Fuente: (Elaboración propia)

En cuanto a la aparición de contenidos 2.0, www.promotoravizcaina.com no hace uso de estas herramientas.

Recurso	Si / No	Número (en el conjunto de la web)	Presencia en portada	Presencia dentro de una sección de la web	Presencia autónoma	Otros comentarios
Contenidos 2.0						
Mashups	No	No	No	No		
Podcasts	No	No	No	No		
Lectores RSS	No	No	No	No		
Servicios para telefonía móvil	No	No	No	No		

Fuente: (Elaboración propia)

La promotora **VIZCAINA**, www.promotoravizcaina.com , no utiliza ningún tipo de marcadores sociales o etiquetas en su página web.

Recurso	Si / No	Número (en el conjunto de la web)	Presencia en portada	Presencia dentro de una sección de la web	Presencia autónoma	Otros comentarios
Metacontenidos						
Etiquetas o tags	No	No	No	No		
Folksonomía (Folksonomy)	No	No	No	No		
Marcadores sociales (Social bookmarking)	No	No	No	No		

Fuente: (Elaboración propia)

La promotora **VIZCAINA**, www.promotoravizcaina.com , no permite en ninguno de los apartados de su website la participación directa de sus clientes ni de usuarios de la plataforma en general.

Recurso	Si / No	Número (en el conjunto de la web)	Presencia en portada	Presencia dentro de una sección de la web	Presencia autónoma	Otros comentarios
Participación directa de los usuarios						
Personalización de página de inicio	No	No	No	No		
Herramientas para la votación de los contenidos por los usuarios	No	No	No	No		

Fuente: (Elaboración propia)

En cuanto a otros servicios de la web 2.0, tan extendidos y utilizados en la actualidad diariamente por millones de usuarios, **La promotora VIZCAINA**, www.promotoravizcaina.com está presente en Facebook y Twitter desde la pagina principal de su website, si bien , lejos de hacerlo de un modo muy activo simplemente coloca un enlace a esta plataformas que sólo permite compartir el enlace con aquellas personas que consideres y que tengan facebook y twitter para poder hacerles llegar la información de alguna promoción en concreto.

Recurso	Si / No	Número (en el conjunto de la web)	Presencia en portada	Presencia dentro de una sección de la web	Presencia autónoma	Otros comentarios
Otros servicios de la web 2.0						
Redes sociales (Facebook u otras)	Si	1	Si	No		Unicamente se puede compartir el enlace
Redes de información (Twitter)	Si	1	Si	No		Unicamente se puede compartir el enlace

Fuente: (Elaboración propia)



Facebook

<http://www.promotoravizcaina.com/modulos/dmlocalizacion/compartir/comparte.asp?r=FACEBOOK>

Twitter

<http://www.promotoravizcaina.com/modulos/dmlocalizacion/compartir/comparte.asp?r=TWITTER>



4.2.9.- PROMOTORA DE VIVIENDAS: EDIVAL

PROMOTORA DE VIVIENDAS:	EDIVAL
FUENTE:	www.edival.es

The screenshot shows the Edival website interface. At the top, there is a navigation menu with links for 'inicio', 'área de clientes', 'mapa web', 'trabaja con nosotros', and 'contacto'. Below this is a secondary menu with categories like 'quienes somos', 'promociones en venta', 'locales en venta', 'plazas de garaje', 'trasteros', 'próximas promociones', 'gestión del suelo', and 'contacto'. The main content area features a search section titled 'búsqueda por listado' with four numbered filters: 1. Provincia (dropdown), 2. ¿Libre o VPO? (dropdown), 3. ¿Qué tipo de inmueble? (dropdown), and 4. ¿Con cuántas habitaciones? (dropdown). Below the filters is an 'encontrar' button. To the right, there are two promotional boxes: one for 'Si buscas VPO... derechoaunavivienda.com' and another for 'Si buscas local... encuentralocal.com'. At the bottom, there is a section for 'ENCUENTRA VIVIENDA EN...' with buttons for 'Valencia', 'Alicante', 'Castellón', and 'Murcia', and a 'ver más' link. On the far right, there is a 'VISITA edival GESTIÓN INMOBILIARIA' logo with the tagline 'Encuentra viviendas, locales en'.

Fuente: (www.edival.es)



La tabla de análisis general sobre los atributos informativos en cada web en la **promotora EDIVAL**, responde a las siguientes características:

Recurso	Si / No	Número (en el conjunto de la web)	Presencia en portada	Presencia dentro de una sección de la web	Presencia autónoma	Otros comentarios
Tipología de atributos informativos en cada web						
Texto	Si	Varios	No	Si		
Fotografías	Si	Varias	Si	Si		
Galería de fotografías	No	No	No	No		
Video	No	No	No	No		
Infografías	Si	Varias	Si	Si		
Enlaces	No	No	No	No		

Fuente: (Elaboración propia)

El website de la promotora, www.edival.es, no hace referencia a ninguna noticia relevante relacionada con el sector al que se dedica y que puedan resultar de interés para los usuarios o clientes

Recurso	Si / No	Número (en el conjunto de la web)	Presencia en portada	Presencia dentro de una sección de la web	Presencia autónoma	Otros comentarios
Tipologías de mensaje / contenidos predominantes						
Noticia	No	No	No	No		
Reportaje	No	No	No	No		
Explicación proyecto	No	No	No	No		

Fuente: (Elaboración propia)

El website de la promotora, www.edival.es no incorpora ninguna de las principales herramientas de diálogo on-line: Foros, chats y encuestas.

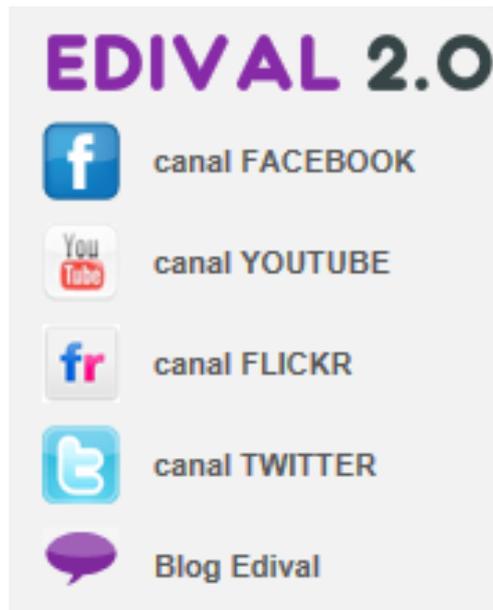
Recurso	Si / No	Número (en el conjunto de la web)	Presencia en portada	Presencia dentro de una sección de la web	Presencia autónoma	Otros comentarios
Herramientas dialógicas						
Foros	No	No	No	No		
Chats	No	No	No	No		
Encuestas	No	No	No	No		

Fuente: (Elaboración propia)

Con relación a la incorporación de plataformas de creación y gestión de videoblogs contenidos 2.0, www.edival.es utiliza herramientas como los weblogs, photoblogs y videoblogs que actualizan relativamente sus contenidos, opiniones, etc...

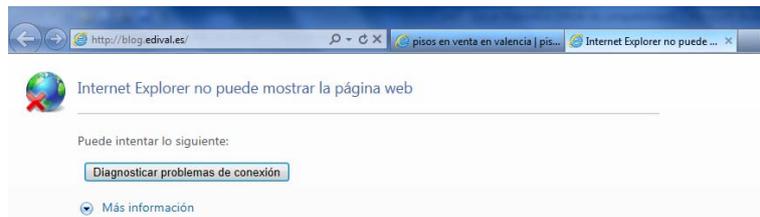
Recurso	Si / No	Número (en el conjunto de la web)	Presencia en portada	Presencia dentro de una sección de la web	Presencia autónoma	Otros comentarios
Plataformas de creación y gestión de contenidos 2.0						
Weblogs	Si	1	Si	No		
Photoblogs	Si	1	Si	No		
Audioblogs	No	No	No	No		
Videoblogs	Si	1	Si	No		
Wikis	No	No	No	No		

Fuente: (Elaboración propia)



Weblog

El weblog se encuentra actualmente fuera de servicio.



<http://blog.edival.es/>

Photoblog

The screenshot shows a Flickr photoblog interface. At the top, there's a navigation bar with 'Inicio', 'La visita', 'Crear cuenta', 'Explorar', and 'Subir fotos'. A search bar is on the right. The main content is a gallery titled 'Galería de Edival Viviendas Responsables'. It features several photo thumbnails with captions and descriptions. For example, one photo shows an exterior view of a residential building with the caption 'Residencial Ribera del Turia. Paiporta (Valencia)'. Another shows an interior kitchen with the caption 'Residencial Ribera del Turia. Paiporta (Valencia)'. A sidebar on the right lists more galleries: 'Residencial Ribera del Turia', 'Mirador del Jardí', 'Terrazas al Mar de Oropesa', and 'Residencial Terramar'. Each entry includes the number of photos and views.

<http://www.flickr.com/photos/edivalviviendas>

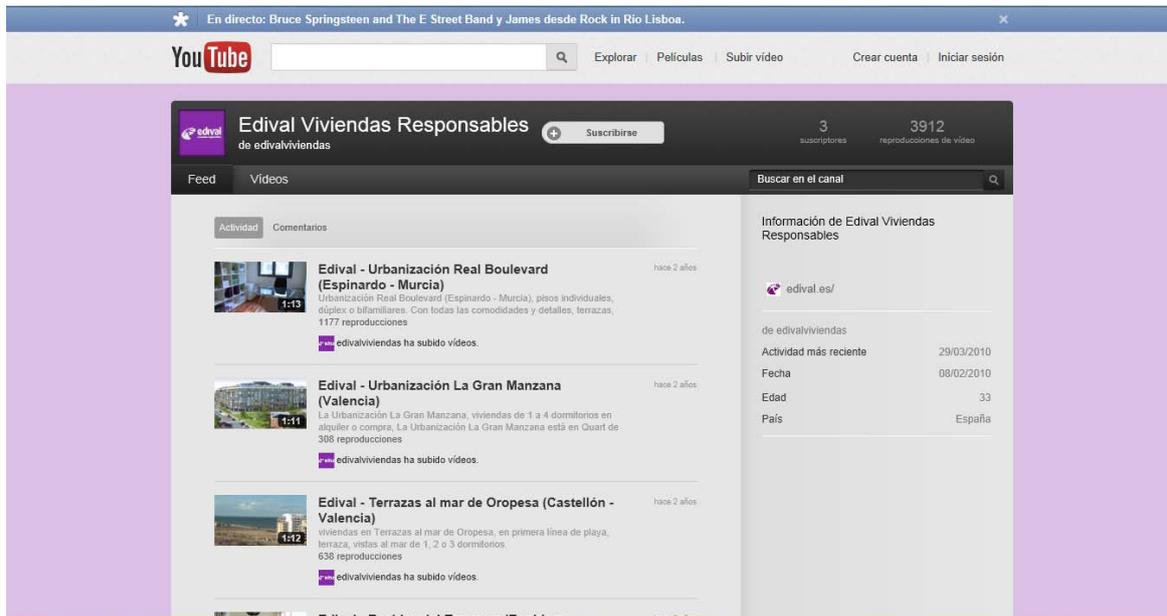
La página también permite acceder a una serie de galerías en **flickr** donde aparecen sus principales promociones.

Una vez entras en una de estas galerías, accedes a una breve explicación de la promoción y las viviendas y a una serie de fotografías de la misma.

Desde ellas, y pinchando en el icono de **RSS** entras en una relación de noticias relativas a la promoción, especialmente de carácter publicitario sobre sus características. Esta herramienta contiene un buscador por categorías que permite el filtrado rápido de información.



Videoblog



<http://www.youtube.com/edivalviviendas>

Desde el enlace a **Youtube** puedes acceder directamente a un **canal** en la plataforma donde aparecen diferentes videos de aproximadamente 1 minutos donde se ven las promociones realizadas mientras un narrador te explica las principales características del producto ofrecido. Los videos que aparecen se colgaron en 2010.

En cuanto a la aparición de contenidos 2.0, www.edival.es no hace uso de estas herramientas.

Recurso	Si / No	Número (en el conjunto de la web)	Presencia en portada	Presencia dentro de una sección de la web	Presencia autónoma	Otros comentarios
Contenidos 2.0						
Mashups	No	No	No	No		
Podcasts	No	No	No	No		
Lectores RSS	Si	Varios	No	No		Desde Flickr puedes acceder a esta herramienta.
Servicios para telefonía móvil	No	No	No	No		

Fuente: (Elaboración propia)

Permite acceder a la herramienta **RSS** desde las galerías de **Flickr**.

Esta herramienta contiene un buscador por categorías que permite el filtrado rápido de información.



La promotora **EDIVAL**, www.edival.es , no utiliza ningún tipo de marcadores sociales o etiquetas en su página web.

Recurso	Si / No	Número (en el conjunto de la web)	Presencia en portada	Presencia dentro de una sección de la web	Presencia autónoma	Otros comentarios
Metacontenidos						
Etiquetas o tags	No	No	No	No		
Folksonomía (Folksonomy)	No	No	No	No		
Marcadores sociales (Social bookmarking)	No	No	No	No		

Fuente: (Elaboración propia)

La promotora **EDIVAL**, www.edival.es , no permite en ninguno de los apartados de su website la participación directa de sus clientes ni de usuarios de la plataforma en general.

Recurso	Si / No	Número (en el conjunto de la web)	Presencia en portada	Presencia dentro de una sección de la web	Presencia autónoma	Otros comentarios
Participación directa de los usuarios						
Personalización de página de inicio	No	No	No	No		
Herramientas para la votación de los contenidos por los usuarios	No	No	No	No		

Fuente: (Elaboración propia)

En cuanto a otros servicios de la web 2.0, tan extendidos y utilizados en la actualidad diariamente por millones de usuarios, **La promotora EDIVAL**, www.edival.es está presente en Facebook y Twitter desde la pagina principal de su website.



Recurso	Si / No	Número (en el conjunto de la web)	Presencia en portada	Presencia dentro de una sección de la web	Presencia autónoma	Otros comentarios
Otros servicios de la web 2.0						
Redes sociales (Facebook u otras)	Si	1	Si	No		
Redes de información (Twitter)	Si	1	Si	No		

Fuente: (Elaboración propia)

Enlace directo a la página de Facebook donde además de los datos de contacto y presentar **8.927 "me gusta"** en el momento de la impresión de pantalla, presenta una amplia galería de promociones con fotografías, datos y precio. Aprovecha esta plataforma para ofrecer "**la oportunidad de la semana**" con un **enlace** que te manda directamente a un website desde donde puedes ver todos los datos de la promoción y solicitar información adicional tanto mediante cuestionario on-line como por teléfono.

La plataforma permite un diálogo abierto en cada una de las promociones ofertadas, donde la gente va dejando opiniones, preguntas o comentarios.

Facebook



The screenshot shows the Facebook profile for 'Edival Viviendas responsables'. The profile picture is a modern apartment building. The cover photo is a purple square with the 'edival' logo. The page has 8,928 likes and 4 people talking about it. The bio mentions 'Inmobiliaria Edificio Edival. Avda. Alfahuir 45, Valencia, ES. 963 91 83 00'. There are tabs for 'Información', 'Fotos', 'Me gusta', 'Mapa', and 'Invitar Amigos'. The right sidebar shows various advertisements including Calvin Klein Underwear, BULLDOG Gin, and VALENCIA CUINA OBERTA. At the bottom, there is a 'Lo más destacado' section with a link shared by Edival Viviendas responsables on May 31st.

<https://www.facebook.com/edivalviviendas>



Twitter

Desde el enlace a Twitter, la empresa vuelve a presentar algunas de sus **promociones** con los datos básicos, debido al condicionante en cuanto a número de caracteres que esta plataforma permite.

Además de presentar la oferta, inserta noticias relativas a promociones concretas, facilitando información al cliente sobre futuras reuniones, visitas a los pisos ejecutados,...

Adjunta **fotografías** en alguna de ellas y facilita **noticias** relacionadas con el sector y facilitadas por diferentes medios (El País, la Diputación, etc,...)

331 Tweets

119 Following

163 Followers



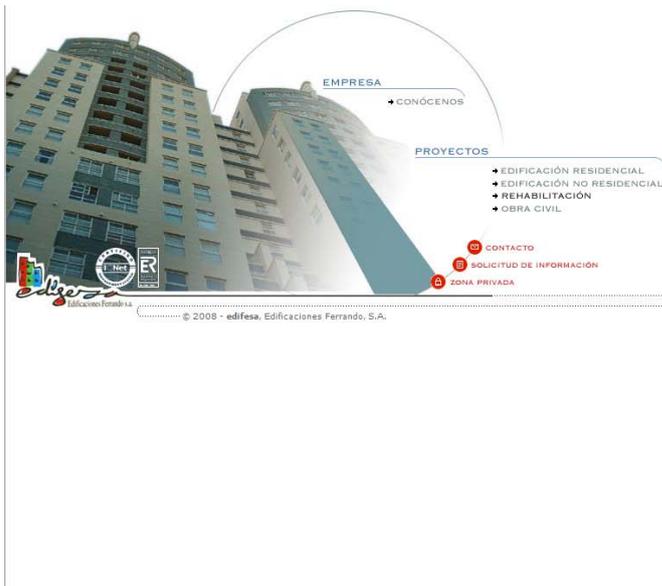
The screenshot shows the Twitter profile for Edival Viviendas. The profile header includes the company name, handle @edivalviviendas, a bio describing their real estate services, and their location in Valencia, Spain. The 'Tweets' section displays several recent tweets, including announcements about real estate sales and events. The 'Sigue a Edival Viviendas' section provides a form for users to follow the account, and the 'Listas' section shows a list of lists created by the user.

<http://twitter.com/#!/edivalviviendas>



4.2.10.- PROMOTORA DE VIVIENDAS: EDIFESA

PROMOTORA DE VIVIENDAS:	EDIFESA
FUENTE:	www.edifesa.com



Fuente: (www.edifesa.com)

La tabla de análisis general sobre los atributos informativos en cada web en **la promotora EDIFESA**, que también realiza las funciones de constructora, responde a las siguientes características:

Recurso	Si / No	Número (en el conjunto de la web)	Presencia en portada	Presencia dentro de una sección de la web	Presencia autónoma	Otros comentarios
Tipología de atributos informativos en cada web						
Texto	Si	Varios	No	Si		
Fotografías	Si	Varias	No	Si		
Galería de fotografías	No	No	No	No		
Video	Si	1	No	Si		
Infografías	Si	Varias	No	Si		
Enlaces	No	No	No	No		

Fuente: (Elaboración propia)

El website de la promotora, www.edifesa.com, no hace referencia a ninguna noticia relevante relacionada con el sector al que se dedica y que puedan resultar de interés para los usuarios o clientes

Recurso	Si / No	Número (en el conjunto de la web)	Presencia en portada	Presencia dentro de una sección de la web	Presencia autónoma	Otros comentarios
Tipologías de mensaje / contenidos predominantes						
Noticia	No	No	No	No		
Reportaje	No	No	No	No		
Explicación proyecto	No	No	No	No		

Fuente: (Elaboración propia)

El website de la promotora, www.edifesa.com no incorpora ninguna de las principales herramientas de diálogo on-line: Foros, chats y encuestas.



Recurso	Si / No	Número (en el conjunto de la web)	Presencia en portada	Presencia dentro de una sección de la web	Presencia autónoma	Otros comentarios
Herramientas dialógicas						
Foros	No	No	No	No		
Chats	No	No	No	No		
Encuestas	No	No	No	No		

Fuente: (Elaboración propia)

Con relación a la incorporación de plataformas de creación y gestión de contenidos 2.0, www.edifesa.com no utiliza ningún tipo de diario on-line que actualice continuamente sus contenidos, opiniones, etc....

Recurso	Si / No	Número (en el conjunto de la web)	Presencia en portada	Presencia dentro de una sección de la web	Presencia autónoma	Otros comentarios
Plataformas de creación y gestión de contenidos 2.0						
Weblogs	No	No	No	No		
Photoblogs	No	No	No	No		
Audioblogs	No	No	No	No		
Videoblogs	No	No	No	No		
Wikis	No	No	No	No		

Fuente: (Elaboración propia)

En cuanto a la aparición de contenidos 2.0, www.edifesa.com no hace uso de estas herramientas.

Recurso	Si / No	Número (en el conjunto de la web)	Presencia en portada	Presencia dentro de una sección de la web	Presencia autónoma	Otros comentarios
Contenidos 2.0						
Mashups	No	No	No	No		
Podcasts	No	No	No	No		
Lectores RSS	No	No	No	No		
Servicios para telefonía móvil	No	No	No	No		

Fuente: (Elaboración propia)

La promotora **EDIFESA**, www.edifesa.com , no utiliza ningún tipo de marcadores sociales o etiquetas en su página web.

Recurso	Si / No	Número (en el conjunto de la web)	Presencia en portada	Presencia dentro de una sección de la web	Presencia autónoma	Otros comentarios
Metacontenidos						
Etiquetas o tags	No	No	No	No		
Folksonomía (Folksonomy)	No	No	No	No		
Marcadores sociales (Social bookmarking)	No	No	No	No		

Fuente: (Elaboración propia)

La promotora **EDIFESA**, www.edifesa.com ,no permite en ninguno de los apartados de su website la participación directa de sus clientes ni de usuarios de la plataforma en general.

Recurso	Si / No	Número (en el conjunto de la web)	Presencia en portada	Presencia dentro de una sección de la web	Presencia autónoma	Otros comentarios
Participación directa de los usuarios						
Personalización de página de inicio	No	No	No	No		
Herramientas para la votación de los contenidos por los usuarios	No	No	No	No		

Fuente: (Elaboración propia)

En cuanto a otros servicios de la web 2.0, tan extendidos y utilizados en la actualidad diariamente por millones de usuarios, www.edifesa.com no hace ningún uso de ellos para comunicarse con sus actuales clientes o lo que es también muy importante, con potenciales clientes usuarios del cibermedio.

Recurso	Si / No	Número (en el conjunto de la web)	Presencia en portada	Presencia dentro de una sección de la web	Presencia autónoma	Otros comentarios
Otros servicios de la web 2.0						
Redes sociales (Facebook u otras)	No	No	No	No		
Redes de información (Twitter)	No	No	No	No		

Fuente: (Elaboración propia)

4.3.- TABLA RESUMEN DE DATOS

Como veíamos anteriormente en el apartado destinado a estudios de arquitectura, a continuación se presentan las tablas resumen del análisis pormenorizado de las páginas web corporativas de las promotoras de edificios estudiadas.

Para una mejor comprensión de las mismas, la información extraída se ha distribuido en 9 grandes grupos:

- **Tipología de atributos informativos en cada web**

Este apartado está destinado al análisis que podemos hacer tomando como punto de partida el primer acceso realizado a la web estudiada.

Se toman datos relativos a la presencia de textos y fotografías así como de la importancia que tienen en pantalla cada una de ellas.

Se pretenden extraer también en esta primera parte del estudio cual es el porcentaje de empresas que dan un paso más en el aprovechamiento de recursos 2.0 y colocan enlaces a otras web, información relevante o videos bien de producción propia o bien de interés para el usuario.

- **Tipología de mensaje y contenidos predominantes**

Apartado destinado a observar que webs fomentan la presencia de noticias, de índole corporativa o relativa al sector, con el objeto de mantener al usuario interesado en el día a día de la empresa o por motivos meramente sujetos a una búsqueda de información especializada. El posible interés despertado será una de los criterios de uso en que se fundamente la pretendida fidelización del cliente.

- **Herramientas dialógicas**

Este grupo basa su interés en la aparición en los *sites* de foros, chats o encuestas que permitan la comunicación bidireccional entre la empresa y el usuario. Este apartado es de enorme importancia porque permite conocer la opinión de los usuarios acerca de un determinado tema o producto, facilitando encuestas de opinión con gran número de participantes y a un coste mínimo.



Al mismo tiempo, permite resolver las posibles cuestiones comunes de un número determinado de usuarios con una única respuesta general en lugar de multitud de contestaciones personalizadas.

- **Plataformas de creación y gestión de contenidos 2.0**

Con este grupo quedará patente el posible uso que de las múltiples herramientas basadas en los blogs, hacen las distintas empresas. Este tipo de recurso, como se ha visto anteriormente en el marco teórico, requerirá de una gran dedicación en tiempo y disponer de gran cantidad de recursos tanto textuales como visuales que permitan actualizar periódicamente los distintos tipos de blogs. Será por tanto interesante ver cual es a nivel porcentual la cantidad de empresas dispuestas a asumir este reto.

- **Contenidos 2.0**

En esta familia se deberán extraer datos relativos a comunicación transversal entre plataformas, viendo si las empresas analizadas se aprovechan de los contenidos que puedan serles de interés y que estén expuestos en otros sites a los que pueden tener acceso directo.

En otro sentido se busca cual es la utilización de herramientas para realizar trabajos, compartir datos o información a través de los contenidos dispuestos en la red.

- **Metacontenidos**

De gran relevancia en la actualidad, debido a la gran presencia de empresas que ofrecen productos similares a los nuestros, resultan interesante conocer que parte del cuerpo analizado consolida su presencia en la web 2.0 con marcadores sociales o etiquetas que les permitan destacar en la red cuando un usuario interesado en el producto pone en marcha los motores de búsqueda que tienen a su alcance.

- **Participación directa de usuarios**

Como recurso paralelo a las herramientas dialógicas, se pretende cuantificar el número de empresas que, sobre temas previamente propuestos, dan voz y "voto" a los usuarios.



- **Otros servicios 2.0**

Las columnas de este grupo informan sobre la utilización de las plataformas sociales más extendidas: : Facebook, Twitter y LinkedIn.

Será preciso cuantificar cuantas son las empresas que se apoyan en este espacio paralelo a la web corporativa como modo de mantener el interés por los productos ofertados (proyectos o bienes inmuebles).

- **Acceso Directo**

En este apartado se ha observado si el site analizado contiene en su página de inicio el icono de acceso directo a las plataformas antes reseñadas.



Promotoras	Tipología de atributos informativos en cada web														Tipologías de mensaje / contenidos predominantes																
	SI / No	Número	Presencia dentro de una sección de la web	Presencia autónoma	Otros comentarios	SI / No	Número	Presencia dentro de una sección de la web	Presencia autónoma	Otros comentarios	SI / No	Número	Presencia dentro de una sección de la web	Presencia autónoma	Otros comentarios	SI / No	Número	Presencia dentro de una sección de la web	Presencia autónoma	Otros comentarios	SI / No	SI / No	SI / No								
	Texto				Fotografías				Galería de fotografías				Video				Infografías				Enlaces	Noticias			Reportaje	Explicación proyecto	Otros				
Vallehermoso	No	No	No	No	No	No	No	No	No	No	No	No	No	No	No	No	No	No	No	No	No	No	No	No	No	No	No	No	No	No	
Urco Urbasa	Si	Varios	No	Si	Si	Varias	Si	Si	No	No	No	No	No	No	No	No	No	No	No	No	No	No	No	No	No	No	No	No	No	No	
Grupo ACS	Si	Varios	No	Si	Si	Varias	Si	Si	Si	Varias	No	Si	Si	1	No	Si	No	No	No	No	No	Si	Varias	No	Si	No	No	No	No	No	No
Urcasa	Si	Varios	No	Si	Si	Varias	Si	Si	No	No	No	No	No	No	No	No	No	No	No	No	No	No	No	No	No	No	No	No	No	No	
Realia	Si	Varios	No	Si	Si	Varias	No	Si	No	No	No	No	No	No	No	No	Si	Varias	No	Si	No	Si	Varias	No	Si	No	No	No	No	No	No
Urpasa	Si	Varios	No	Si	Si	Varias	Si	Si	No	No	No	No	No	No	No	No	No	No	No	No	No	No	No	No	No	No	No	No	No	No	
Salvador Vila	Si	Varios	No	Si	Si	Varias	No	Si	No	No	No	No	No	No	No	No	Si	Varias	No	Si	No	No	No	No	No	No	No	No	No	No	
Promotora Vizcaina	Si	Varios	No	Si	Si	Varias	Si	Si	No	No	No	No	No	No	No	No	No	No	No	No	No	No	No	No	No	No	No	No	No	No	
Edival	Si	Varios	No	Si	Si	Varias	Si	Si	No	No	No	No	No	No	No	No	Si	Varias	Si	Si	No	No	No	No	No	No	No	No	No	No	
Edifesa	Si	Varios	No	Si	Si	Varias	No	Si	No	No	No	No	Si	1	No	Si	Si	Varias	No	Si	No	No	No	No	No	No	No	No	No	No	

Promotoras	Herramientas dialógicas				Plataformas de creación y gestión de contenidos 2.0										Contenidos 2.0									
	Foros	Chats	Encuestas	Otros	Weblogs				Photoblogs				Audioblogs	Videoblogs				Wikis	Otros	Mashups	Podcasts	Lectores RSS	Servicios para telefonía móvil	Otros
	Si / No	Si / No	Si / No	Si / No	Número	Presencia dentro de una sección de la web	Presencia autónoma	Otros comentarios	Número	Presencia dentro de una sección de la web	Presencia autónoma	Otros comentarios	Si / No	Número	Presencia dentro de una sección de la web	Presencia autónoma	Otros comentarios	Si / No	Si / No	Si / No	Si / No	Si / No	Si / No	Si / No
Vallehermoso	No	No	No		No	No	No	No	No	No	No	No	No	No	No	No	No	No	No	No	No	No	No	No
Urco Urbasa	No	No	No		No	No	No	No	No	No	No	No	No	No	No	No	No	No	No	No	No	No	No	No
Grupo ACS	No	No	No		No	No	No	No	No	No	No	No	No	No	No	No	No	No	No	No	No	No	No	No
Urcasa	No	No	No		No	No	No	No	No	No	No	No	No	No	No	No	No	No	No	No	No	No	No	No
Realia	No	No	No		No	No	No	No	No	No	No	No	No	No	No	No	No	No	No	No	No	No	No	No
Urpasa	No	No	No		No	No	No	No	No	No	No	No	No	No	No	No	No	No	No	No	No	No	No	No
Salvador Vila	No	No	No		No	No	No	No	No	No	No	No	No	No	No	No	No	No	No	No	No	No	No	No
Promotora Vizcaina	No	No	No		No	No	No	No	No	No	No	No	No	No	No	No	No	No	No	No	No	No	No	No
Edival	No	No	No		Si	1	Si	No	Si	1	Si	No	No	Si	1	Si	No	No	No	No	No	No	No	No
Edifesa	No	No	No		No	No	No	No	No	No	No	No	No	No	No	No	No	No	No	No	No	No	No	No

Promotoras	Metacontenidos				Participación directa de usuarios			Otros servicios 2.0							Acceso directo					
	Si / No	Si / No	Si / No	Si / No	Si / No	Si / No	Si / No	Número	Presencia dentro de una sección de la web	Presencia autónoma	Otros comentarios	Si / No	Número	Presencia dentro de una sección de la web	Presencia autónoma	Otros comentarios	Si / No	Presencia de icono de acceso directo a Facebook	Presencia de icono de acceso directo a Twitter	Presencia de icono de acceso directo a LinkedIn
	Etiquetas o tags	Folksonomía (Folksonomy)	Marcadores sociales (Social bookmarking)	Otros	Personalización de página de inicio	Herramientas para la votación de los contenidos por los usuarios	Otros	Redes sociales (Facebook o otras)				Redes de información (Twitter)			Otros					
Vallehermoso	No	No	No		No	No		No	No	No	No		No	No	No	No		No	No	No
Urco Urbasa	No	No	No		No	No		Si	1	Si	No	Solo compartir	Si	1	Si	No	Solo compartir	Si	Si	No
Grupo ACS	No	No	No		No	No		No	No	No	No		No	No	No	No		No	No	No
Urcasa	No	No	No		No	No		Si	1	Si	No	Solo compartir	Si	1	Si	No	Solo compartir	Si	Si	No
Realia	No	No	No		No	No		No	No	No	No		No	No	No	No		No	No	No
Urpasa	No	No	No		No	No		Si	1	Si	No	Solo compartir	Si	1	Si	No	Solo compartir	Si	Si	No
Salvador Vila	No	No	No		No	No		No	No	No	No		No	No	No	No		No	No	No
Promotora Vizcaina	No	No	No		No	No		Si	1	Si	No	Solo compartir	Si	1	Si	No	Solo compartir	Si	Si	No
Edival	No	No	No		No	No		Si	1	Si	No		Si	1	Si	No		Si	Si	No
Edifesa	No	No	No		No	No		No	No	No	No		No	No	No	No		No	No	No

4.4.- BALANCE GENERAL DE LA PRESENCIA DE LA WEB 2.0 EN LOS PRINCIPALES PROMOTORAS DE INMUEBLES DE ESPAÑA.

Debido al objetivo último de estas empresas (maximizar las ventas de inmuebles) y siendo el modo de impacto más directo de la información, todas ellas (90%) incorporan fotografías y textos explicativos desde el primer momento.

Son pocas todavía, apenas un **20%**, los que utilizan la presentación de contenidos de noticias, y en su mayoría sin mención alguna a información de interés general al margen de la gestión de producto propio .

Apenas un **10%** utiliza recursos destinados a presentar galerías de fotografías.

Ninguna de los **10** promotoras inmobiliarias (**0%**), utiliza herramientas dialógicas en su página profesional. No existen foros o chats que permitan la producción de opiniones o sugerencias de un modo directo por parte de sus clientes. En idéntico porcentaje (**0%**), presentan la opción a encuestas sobre temas de interés para el cliente y que permitirían recabar información rápida sobre preferencias u opiniones de los usuarios y clientes.

Apenas un **10%** de los analizados utilizan plataformas para la gestión de contenidos, weblogs y photoblogs.

El **10%** de las promotoras analizados tiene algún tipo de presencia en Videoblogs (Youtube,..). Siendo muy poca su presencia en este tipo de plataforma

Tras el análisis, observamos que ninguna de las promotoras utiliza la sindicación de contenidos bajo el formato RSS para acceder a fuentes de información (feeds) publicadas en otros portales y que quedarán integradas en la plataforma propia.

Su presencia en Facebook es del **50%**, al igual que en Twitter, muestra el creciente interés por las plataformas con mayor número de usuarios.

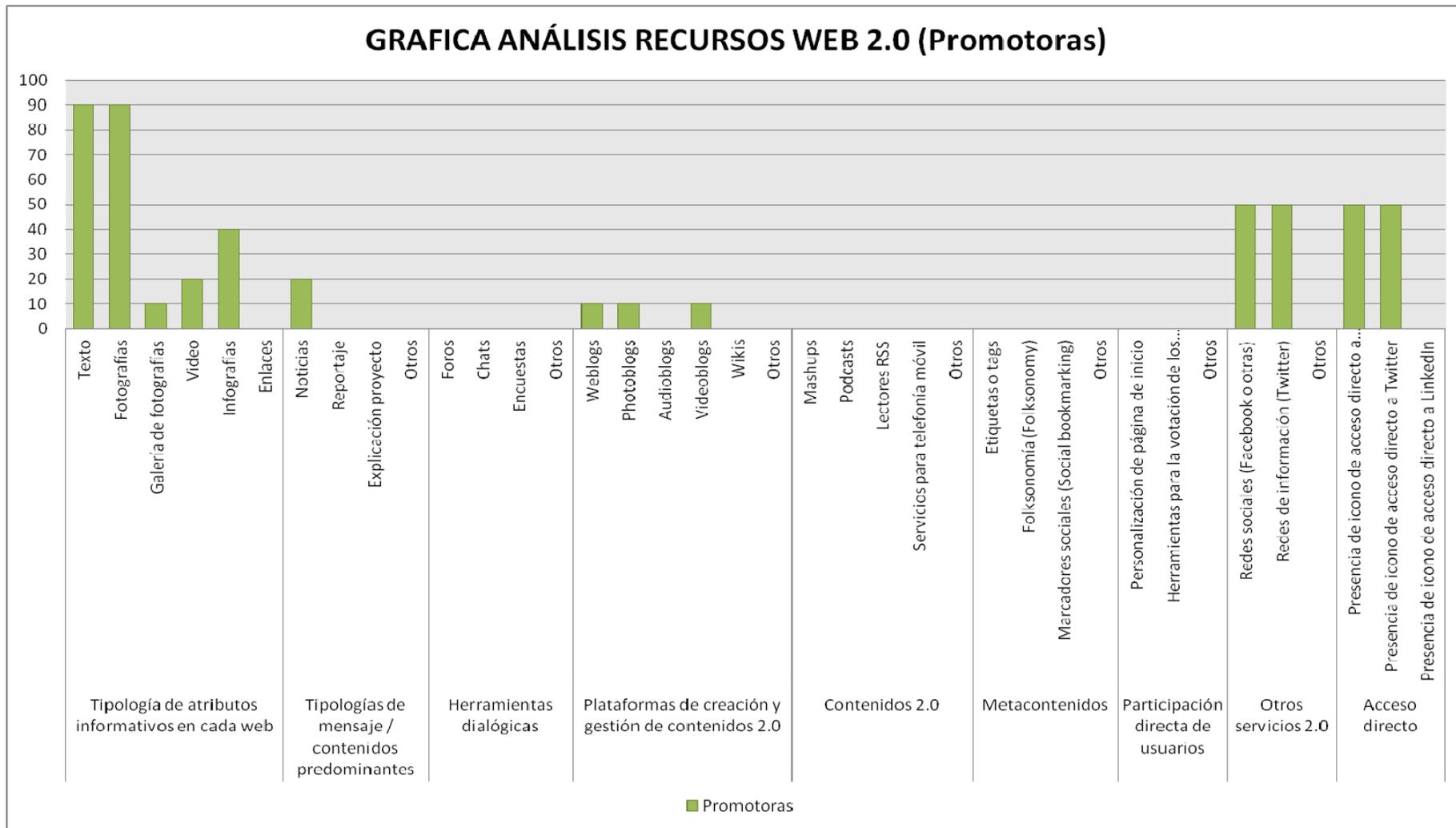


Figura 20: Análisis recursos web 2.0 utilizados por promotoras de edificios



Figura 21: Recursos Utilizados - Recursos adicionales propuestos para las promotoras de inmuebles (Elaboración propia)



Parte 5

LA WEB 2.0 EN LAS EMPRESAS INMOBILIARIAS : APROXIMACIÓN DIAGNÓSTICA



5.1.- INTRODUCCIÓN: UN ANÁLISIS DE LAS EMPRESAS INMOBILIARIAS ESPAÑOLAS MÁS DESTACADAS.

A continuación, se recogen los resultados del análisis a **14** sitios web correspondientes a **Empresas inmobiliarias** de reconocido prestigio. Se ha desarrollado una investigación desde una perspectiva metodológica que aúna variables cuantitativas y cualitativas. De este modo, se analiza cada plataforma on-line a partir de la tabla de análisis diseñada en el marco de la investigación, y al mismo tiempo, se han añadido comentarios de naturaleza cualitativa que contribuyen a reforzar los porcentajes obtenidos. Al final del capítulo se presenta las tablas y gráficas de resultados junto a un comentario de las mismas.



5.2.- ANÁLISIS EMPRESAS INMOBILIARIAS



5.2.1.- EMPRESA INMOBILIARIA: GESINCO

EMPRESA INMOBILIARIA:	GESINCO
FUENTE:	www.gesinco.es

Fuente: (<http://www.gesinco.es>)



La tabla de análisis general sobre los atributos informativos en cada web en **la inmobiliaria GESINCO** responde a las siguientes características:

Recurso	Si / No	Número (en el conjunto de la web)	Presencia en portada	Presencia dentro de una sección de la web	Presencia autónoma	Otros comentarios
Tipología de atributos informativos en cada web						
Texto	Si	Varios	Si	Si		
Fotografías	Si	Varias	Si	Si		
Galería de fotografías	Si	Pocas	Si	Si		
Video	No	No	No	No		
Infografías	No	No	No	No		
Enlaces	No	No	No	No		

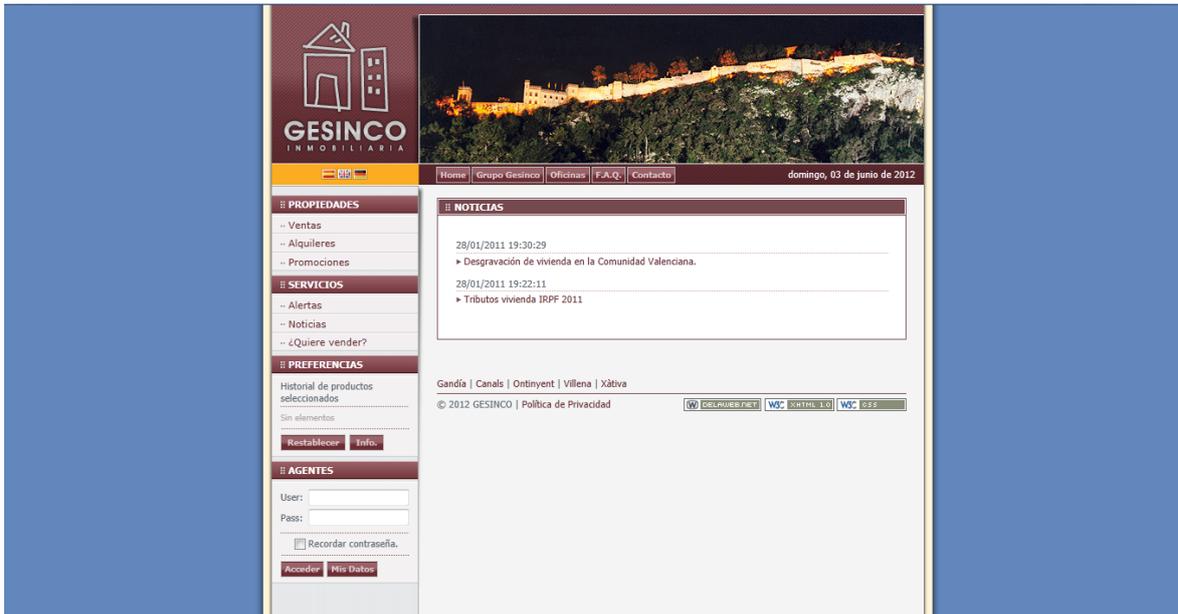
Fuente: (Elaboración propia)

El website de la promotora, www.gesinco.es, hace referencia a algunas noticias desde su pestaña "**noticias**" donde aparece información sobre tributaciones especiales, desgravaciones etc... relacionadas con el sector al que se dedica y que pueden resultar de interés para los usuarios o clientes.

Recurso	Si / No	Número (en el conjunto de la web)	Presencia en portada	Presencia dentro de una sección de la web	Presencia autónoma	Otros comentarios
Tipologías de mensaje / contenidos predominantes						
Noticia	Si	2	No	Si		
Reportaje	No	No	No	No		
Explicación proyecto	No	No	No	No		

Fuente: (Elaboración propia)





<http://www.gesinco.es/noticias.asp>

El website de la inmobiliaria, www.gesinco.es aunque no incorpora ninguna de las principales herramientas de diálogo on-line: Foros, chats y encuestas, permite solicitar al usuario información adicional sobre el producto en el que está interesado. Además permite acceder a un buscador de viviendas.

Recurso	Si / No	Número (en el conjunto de la web)	Presencia en portada	Presencia dentro de una sección de la web	Presencia autónoma	Otros comentarios
Herramientas dialógicas						
Foros	No	No	No	No		
Chats	No	No	No	No		
Encuestas	No	No	No	No		
Otros (Especificar)	Si	1	No	Si		Posibilidad de solicitar información adicional
Otros	Si	1	No	Si		Buscador para viviendas

Fuente: (Elaboración propia)





<http://www.gesinco.es/contacto.asp>



<http://www.gesinco.es/default.asp>

Con relación a la incorporación de plataformas de creación y gestión de contenidos 2.0, www.gesinco.es no utiliza ningún tipo de diario on-line que actualice continuamente sus contenidos, opiniones, etc....



Recurso	Si / No	Número (en el conjunto de la web)	Presencia en portada	Presencia dentro de una sección de la web	Presencia autónoma	Otros comentarios
Plataformas de creación y gestión de contenidos 2.0						
Weblogs	No	No	No	No		
Photoblogs	No	No	No	No		
Audioblogs	No	No	No	No		
Videoblogs	No	No	No	No		
Wikis	No	No	No	No		

Fuente: (Elaboración propia)

En cuanto a la aparición de contenidos 2.0, www.gesinco.es no hace uso de estas herramientas.

Recurso	Si / No	Número (en el conjunto de la web)	Presencia en portada	Presencia dentro de una sección de la web	Presencia autónoma	Otros comentarios
Contenidos 2.0						
Mashups	No	No	No	No		
Podcasts	No	No	No	No		
Lectores RSS	No	No	No	No		
Servicios para telefonía móvil	No	No	No	No		

Fuente: (Elaboración propia)

La inmobiliaria **GESINCO**, www.gesinco.es, no utiliza ningún tipo de marcadores sociales o etiquetas en su página web.



Recurso	Si / No	Número (en el conjunto de la web)	Presencia en portada	Presencia dentro de una sección de la web	Presencia autónoma	Otros comentarios
Metacontenidos						
Etiquetas o tags	No	No	No	No		
Folksonomía (Folksonomy)	No	No	No	No		
Marcadores sociales (Social bookmarking)	No	No	No	No		

Fuente: (Elaboración propia)

La inmobiliaria **GESINCO**, www.gesinco.es , no permite en ninguno de los apartados de su website la participación directa de sus clientes ni de usuarios de la plataforma en general.

Recurso	Si / No	Número (en el conjunto de la web)	Presencia en portada	Presencia dentro de una sección de la web	Presencia autónoma	Otros comentarios
Participación directa de los usuarios						
Personalización de página de inicio	No	No	No	No		
Herramientas para la votación de los contenidos por los usuarios	No	No	No	No		

Fuente: (Elaboración propia)

En cuanto a otros servicios de la web 2.0, tan extendidos y utilizados en la actualidad diariamente por millones de usuarios, www.gesinco.es no hace ningún uso de ellos para comunicarse con sus actuales clientes o lo que es también muy importante, con potenciales clientes usuarios del cibermedio.

Recurso	Si / No	Número (en el conjunto de la web)	Presencia en portada	Presencia dentro de una sección de la web	Presencia autónoma	Otros comentarios
Otros servicios de la web 2.0						
Redes sociales (Facebook u otras)	No	No	No	No		
Redes de información (Twitter)	No	No	No	No		

Fuente: (Elaboración propia)

5.2.2.- EMPRESA INMOBILIARIA: HEAD REAL STATE

EMPRESA INMOBILIARIA:	HEAD REAL STATE
FUENTE:	www.headrealstate.com

- Your professional real estate agent for the Costa Blanca and Costa Calida -

Properties - Mortgages - Investments




Henri Dovermann +34 647 688 015

Marc Slock +34 660 673 474

Arno Rovers +34 629 744 755

Antonio Martinez +34 666 769 791

Colin Edwards +34 627 018 163

Efrosinia Dovermann +34 691 808 393

Tel / Fax: +34 966 927 955 or +34 965 704 113
E-Mail: info@hedrealestate.com

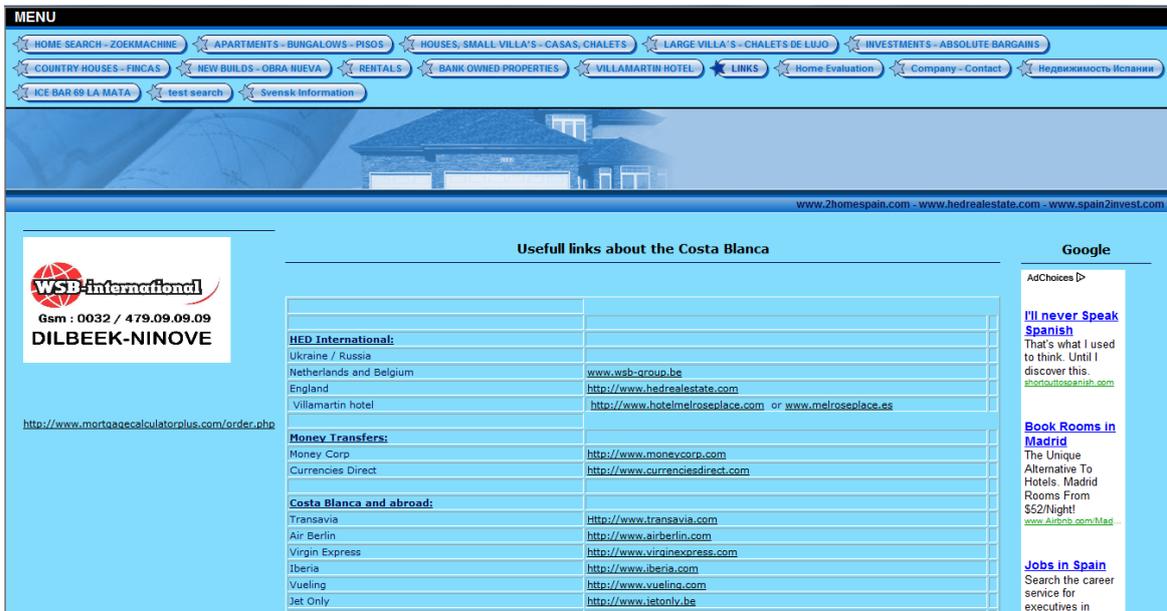
Fuente: (www.hedrealestate.com)

La tabla de análisis general sobre los atributos informativos en cada web en **la inmobiliaria HEADREAL STATE** responde a las siguientes características:

Recurso	Si / No	Número (en el conjunto de la web)	Presencia en portada	Presencia dentro de una sección de la web	Presencia autónoma	Otros comentarios
Tipología de atributos informativos en cada web						
Texto	No	No	No	No		
Fotografías	Si	Gran cantidad	No	Si		
Galería de fotografías	No	No	No	No		
Video	No	No	No	No		
Infografías	Si	Varias	No	Si		
Enlaces	Si	Algunos	No	Si		

Fuente: (Elaboración propia)

Enlaces



The screenshot shows a website interface with a navigation menu and a section titled "Usefull links about the Costa Blanca".

MENU

- HOME SEARCH - ZOEKMACHINE
- APARTMENTS - BUNGALOWS - PISOS
- HOUSES, SMALL VILLA'S - CASAS, CHALET'S
- LARGE VILLA'S - CHALET'S DE LUJO
- INVESTMENTS - ABSOLUTE BARGAINS
- COUNTRY HOUSES - FINCAS
- NEW BUILDS - OBRA NUEVA
- RENTALS
- BANK OWNED PROPERTIES
- VILLAMARTIN HOTEL
- LINKS
- Home Evaluation
- Company - Contact
- Недвижимость Испании
- ICE BAR 69 LA MATA
- test search
- Svensk Information

Usefull links about the Costa Blanca

HED International:	
Ukraine / Russia	
Netherlands and Belgium	www.wsb-group.be
England	http://www.hedrealestate.com
Villamartin hotel	http://www.hotelmelroseplace.com or www.melroseplace.es
Money Transfers:	
Money Corp	http://www.moneycorp.com
Currencies Direct	http://www.currenciesdirect.com
Costa Blanca and abroad:	
Transavia	http://www.transavia.com
Air Berlin	http://www.airberlin.com
Virgin Express	http://www.virginexpress.com
Iberia	http://www.iberia.com
Vueling	http://www.vueling.com
Jet Only	http://www.jetonly.be

Google

AdChoices

I'll never Speak Spanish
That's what I used to think. Until I discover this.
shortcuttospanish.com

Book Rooms in Madrid
The Unique Alternative To Hotels. Madrid Rooms From \$52/Night!
www.Airbnb.com/Mad...

Jobs in Spain
Search the career service for executives in



El website de la inmobiliaria, www.headrealstate.com , no hace referencia a noticias relevantes relacionadas con el sector al que se dedica y que puedan resultar de interés para los usuarios o clientes.

Recurso	Si / No	Número (en el conjunto de la web)	Presencia en portada	Presencia dentro de una sección de la web	Presencia autónoma	Otros comentarios
Tipologías de mensaje / contenidos predominantes						
Noticia	No	No	No	No		
Reportaje	No	No	No	No		
Explicación proyecto	No	No	No	No		

Fuente: (Elaboración propia)

El website de la promotora, www.headrealstate.com no incorpora ninguna de las principales herramientas de diálogo on-line: Foros, chats y encuestas.

Recurso	Si / No	Número (en el conjunto de la web)	Presencia en portada	Presencia dentro de una sección de la web	Presencia autónoma	Otros comentarios
Herramientas dialógicas						
Foros	No	No	No	No		
Chats	No	No	No	No		
Encuestas	No	No	No	No		

Fuente: (Elaboración propia)

Con relación a la incorporación de plataformas de creación y gestión de contenidos 2.0, www.headrealstate.com no utiliza ningún tipo de diario on-line que actualice continuamente sus contenidos, opiniones, etc....



Recurso	Si / No	Número (en el conjunto de la web)	Presencia en portada	Presencia dentro de una sección de la web	Presencia autónoma	Otros comentarios
Plataformas de creación y gestión de contenidos 2.0						
Weblogs	No	No	No	No		
Photoblogs	No	No	No	No		
Audioblogs	No	No	No	No		
Videoblogs	No	No	No	No		
Wikis	No	No	No	No		

Fuente: (Elaboración propia)

En cuanto a la aparición de contenidos 2.0, www.headrealstate.com no hace uso de estas herramientas.

Recurso	Si / No	Número (en el conjunto de la web)	Presencia en portada	Presencia dentro de una sección de la web	Presencia autónoma	Otros comentarios
Contenidos 2.0						
Mashups	No	No	No	No		
Podcasts	No	No	No	No		
Lectores RSS	No	No	No	No		
Servicios para telefonía móvil	No	No	No	No		

Fuente: (Elaboración propia)

La inmobiliaria **HEADREAL STATE**, www.headrealstate.com ,no utiliza ningún tipo de marcadores sociales o etiquetas en su página web.

Recurso	Si / No	Número (en el conjunto de la web)	Presencia en portada	Presencia dentro de una sección de la web	Presencia autónoma	Otros comentarios
Metacontenidos						
Etiquetas o tags	No	No	No	No		
Folksonomía (Folksonomy)	No	No	No	No		
Marcadores sociales (Social bookmarking)	No	No	No	No		

Fuente: (Elaboración propia)

La inmobiliaria **HEADREAL STATE**, www.headrealstate.com, no permite en ninguno de los apartados de su website la participación directa de sus clientes ni de usuarios de la plataforma en general.

Recurso	Si / No	Número (en el conjunto de la web)	Presencia en portada	Presencia dentro de una sección de la web	Presencia autónoma	Otros comentarios
Participación directa de los usuarios						
Personalización de página de inicio	No	No	No	No		
Herramientas para la votación de los contenidos por los usuarios	No	No	No	No		

Fuente: (Elaboración propia)

En cuanto a otros servicios de la web 2.0, tan extendidos y utilizados en la actualidad diariamente por millones de usuarios, www.headrealstate.com no hace ningún uso de ellos para comunicarse con sus actuales clientes o lo que es también muy importante, con potenciales clientes usuarios del cibermedio.



Recurso	Si / No	Número (en el conjunto de la web)	Presencia en portada	Presencia dentro de una sección de la web	Presencia autónoma	Otros comentarios
Otros servicios de la web 2.0						
Redes sociales (Facebook u otras)	No	No	No	No		
Redes de información (Twitter)	No	No	No	No		

Fuente: (Elaboración propia)

5.2.3.- EMPRESA INMOBILIARIA: TUCASA

EMPRESA INMOBILIARIA:	TUCASA
FUENTE:	www.tucasa.com

The screenshot shows the Tucasa.com website interface. At the top, there are navigation links: 'Publicar anuncio gratis | Noticias inmobiliarias' and 'Acceso Zona Privada | Contactar | Ayuda'. The main header features the 'tucasa.com' logo and a 'Publicar anuncio GRATIS' button with a note '*sólo particulares'.

The search section includes several filters:

- Gestión:** Compra-Venta
- Tipo:** Vivienda
- Provincia:** A Coruña
- Precio:** Desde ... hasta
- Metros:** ... hasta
- Buscar:** Ofertas, Demandas

Below the filters is a list of Spanish provinces and a map of Spain. The provinces listed are:

- Alava, Alicante, Avila, Barcelona, Cadiz, Ceuta, Cuenca, Guadalajara, Huesca, Las Palmas, Lugo, Melilla, Ourense, S.C. Tenerife, Sevilla, Teruel, Valladolid, Zaragoza
- A Coruña, Almería, Badajoz, Burgos, Cantabria, Ciudad Real, Girona, Guipúzcoa, Jaén, León, Madrid, Murcia, Palencia, Salamanca, Soria, Toledo, Vizcaya, Zamora
- Albacete, Asturias, Baleares, Cáceres, Castellón, Córdoba, Granada, Huelva, La Rioja, Lleida, Málaga, Navarra, Pontevedra, Segovia, Tarragona, Valencia

On the right side, there is a promotional banner for 'Los precios Retro de Altamira' with the text 'SEGUIMOS REBAJANDO LOS PRECIOS!' and 'VIVIENDAS DESDE MENOS DE 50000€'. Logos for Santander and Altamira are also visible.

At the bottom, there are several small advertisements, including one for 'Anuncios Gratis Pisos' and another for 'Pisos Nuevos Santa Coloma'.

Fuente: (www.tucasa.com)

La tabla de análisis general sobre los atributos informativos en cada web en **la inmobiliaria TUCASA** responde a las siguientes características:

Recurso	Si / No	Número (en el conjunto de la web)	Presencia en portada	Presencia dentro de una sección de la web	Presencia autónoma	Otros comentarios
Tipología de atributos informativos en cada web						
Texto	No	No	No	No		
Fotografías	No	No	No	No		
Galería de fotografías	No	No	No	No		
Video	No	No	No	No		
Infografías	No	No	No	No		
Enlaces	No	No	No	No		

Fuente: (Elaboración propia)

El website de la inmobiliaria, www.tucasa.com , no hace referencia a noticias relevantes relacionadas con el sector al que se dedica y que puedan resultar de interés para los usuarios o clientes.

Recurso	Si / No	Número (en el conjunto de la web)	Presencia en portada	Presencia dentro de una sección de la web	Presencia autónoma	Otros comentarios
Tipologías de mensaje / contenidos predominantes						
Noticia	No	No	No	No		
Reportaje	No	No	No	No		
Explicación proyecto	No	No	No	No		

Fuente: (Elaboración propia)

El website de la promotora, www.tucasa.com no incorpora ninguna de las principales herramientas de diálogo on-line: Foros, chats y encuestas.



Recurso	Si / No	Número (en el conjunto de la web)	Presencia en portada	Presencia dentro de una sección de la web	Presencia autónoma	Otros comentarios
Herramientas dialógicas						
Foros	No	No	No	No		
Chats	No	No	No	No		
Encuestas	No	No	No	No		

Fuente: (Elaboración propia)

Con relación a la incorporación de plataformas de creación y gestión de contenidos 2.0, www.tucasa.com no utiliza ningún tipo de diario on-line que actualice continuamente sus contenidos, opiniones, etc....

Recurso	Si / No	Número (en el conjunto de la web)	Presencia en portada	Presencia dentro de una sección de la web	Presencia autónoma	Otros comentarios
Plataformas de creación y gestión de contenidos 2.0						
Weblogs	No	No	No	No		
Photoblogs	No	No	No	No		
Audioblogs	No	No	No	No		
Videoblogs	No	No	No	No		
Wikis	No	No	No	No		

Fuente: (Elaboración propia)

En cuanto a la aparición de contenidos 2.0, www.tucasa.com no hace uso de estas herramientas.



Recurso	Si / No	Número (en el conjunto de la web)	Presencia en portada	Presencia dentro de una sección de la web	Presencia autónoma	Otros comentarios
Contenidos 2.0						
Mashups	No	No	No	No		
Podcasts	No	No	No	No		
Lectores RSS	No	No	No	No		
Servicios para telefonía móvil	No	No	No	No		

Fuente: (Elaboración propia)

La inmobiliaria **TUCASA**, www.tucasa.com, no utiliza ningún tipo de marcadores sociales o etiquetas en su página web.

Recurso	Si / No	Número (en el conjunto de la web)	Presencia en portada	Presencia dentro de una sección de la web	Presencia autónoma	Otros comentarios
Metacontenidos						
Etiquetas o tags	No	No	No	No		
Folksonomía (Folksonomy)	No	No	No	No		
Marcadores sociales (Social bookmarking)	No	No	No	No		

Fuente: (Elaboración propia)

La inmobiliaria **TUCASA**, www.tucasa.com, no permite en ninguno de los apartados de su website la participación directa de sus clientes ni de usuarios de la plataforma en general.

Recurso	Si / No	Número (en el conjunto de la web)	Presencia en portada	Presencia dentro de una sección de la web	Presencia autónoma	Otros comentarios
Participación directa de los usuarios						
Personalización de página de inicio	No	No	No	No		
Herramientas para la votación de los contenidos por los usuarios	No	No	No	No		

Fuente: (Elaboración propia)

En cuanto a otros servicios de la web 2.0, tan extendidos y utilizados en la actualidad diariamente por millones de usuarios, **la inmobiliaria TUCASA**, www.tucasa.com está presente en Facebook y Twitter desde la pagina principal de su website, permitiendo una participación muy condicionada en ambas: dar un **“like”** o **“me gusta”** en su página de facebook y publicar un único **tweet** por entrada y por cada promoción publicitada.

Recurso	Si / No	Número (en el conjunto de la web)	Presencia en portada	Presencia dentro de una sección de la web	Presencia autónoma	Otros comentarios
Otros servicios de la web 2.0						
Redes sociales (Facebook u otras)	Si	No	Si	No		Solo permite hacer click en “me gusta”
Redes de información (Twitter)	Si	No	Si	No		Solo permite publicar un Tweet

Fuente: (Elaboración propia)



Facebook

Publicar anuncio gratis | Noticias inmobiliarias Acceso Zona Privada | Contactar | Ayuda

tucasa.com **Publicar anuncio GRATIS**

*sólo particulares

tucasa.com es el portal inmobiliario que te ayuda a vender, comprar y alquilar tu piso

Alquiler, compra-venta de pisos en Madrid, Barcelona, Valencia, Tucasa...
 Portal inmobiliario: anuncios de alquiler, venta y opción a compra de pisos, casas, oficinas, locales, garajes, terrenos en Madrid, Barcelona, Vale...

SUELO
AHORA EN ALTAMIRA

Publicidad tucasa.com

Apartamentos Javea
 Grandes ofertas y descuentos. Aquí la oportunidad que buscas.
www.PromocionesJ

ALTAMIRA
 Santander

Los precios Retro de Altamira

VIVIENDAS DESDE MENOS DE 50000€

Seguro Salud 29
 € 7 mes
 Máxima Cobertura y sin Copagos.
 Compara y Contrata tu Seguro Online
www.SegurosdeSalud.com

Twitter

twitter Regístrate >

Nombre de usuario o correo electrónico

Contraseña

Recuerda mis datos - ¿Olvidaste tu contraseña?

Iniciar sesión Cancelar

¿Eres nuevo en Twitter? Regístrate >

tc No te pierdas ninguna actualización de tucasa.com. Consigue tu cuenta hoy para estar actualizado con tus intereses!



5.2.4.- EMPRESA INMOBILIARIA: GRUPO 90

EMPRESA INMOBILIARIA:	GRUPO 90
FUENTE:	www.grupo90.com

Grupo 90 Inmobiliarias

Grupo90 Inmobiliarias cuenta con una de las bolsas de inmuebles en venta y en alquiler mas grande de España, especialmente en la Comunidad Valenciana. Dandonos una visión unica en el mercado inmobiliario. [Anuncie su propiedad](#) o busque un nuevo inmueble:

Elige entre nuestros 4313 Inmuebles

Operación	Tipo de vivienda	Provincia	Precio Máximo
Venta Alquiler	Viviendas Oficinas Comerciales Industriales Suelos Garajes/Trasteros	Valencia Castellón Alicante Albacete Cuenca	Indiferente
			m² Construidos
			Indiferente
			Habitaciones
			Indiferente

Accesos Directos

- Buscar Inmuebles en Venta
- Buscar Inmuebles en Alquiler
- Viviendas de Obra Nueva
- Financiación a tu medida
- Tasación de tu propiedad
- Oficinas Grupo 90

[Dinos que buscas](#)

Fuente: (www.grupo90.com)



La tabla de análisis general sobre los atributos informativos en cada web en **la inmobiliaria GRUPO90** responde a las siguientes características:

Recurso	Si / No	Número (en el conjunto de la web)	Presencia en portada	Presencia dentro de una sección de la web	Presencia autónoma	Otros comentarios
Tipología de atributos informativos en cada web						
Texto	Si	Varios	Si	Si		
Fotografías	Si	Varias	Si	SI		
Galería de fotografías	No	No	No	No		
Video	No	No	No	No		
Infografías	No	No	No	No		
Enlaces	No	No	No	No		

Fuente: (Elaboración propia)

El website de la inmobiliaria, www.grupo90.com , no hace referencia a noticias relevantes relacionadas con el sector al que se dedica y que puedan resultar de interés para los usuarios o clientes.

Recurso	Si / No	Número (en el conjunto de la web)	Presencia en portada	Presencia dentro de una sección de la web	Presencia autónoma	Otros comentarios
Tipologías de mensaje / contenidos predominantes						
Noticia	No	No	No	No		
Reportaje	No	No	No	No		
Explicación proyecto	No	No	No	No		

Fuente: (Elaboración propia)

El website de la promotora, www.grupo90.com no incorpora ninguna de las principales herramientas de diálogo on-line: Foros, chats y encuestas.

Recurso	Si / No	Número (en el conjunto de la web)	Presencia en portada	Presencia dentro de una sección de la web	Presencia autónoma	Otros comentarios
Herramientas dialógicas						
Foros	No	No	No	No		
Chats	No	No	No	No		
Encuestas	No	No	No	No		

Fuente: (Elaboración propia)

Con relación a la incorporación de plataformas de creación y gestión de contenidos 2.0, www.grupo90.com no utiliza ningún tipo de diario on-line que actualice continuamente sus contenidos, opiniones, etc....

Recurso	Si / No	Número (en el conjunto de la web)	Presencia en portada	Presencia dentro de una sección de la web	Presencia autónoma	Otros comentarios
Plataformas de creación y gestión de contenidos 2.0						
Weblogs	No	No	No	No		
Photoblogs	No	No	No	No		
Audioblogs	No	No	No	No		
Videoblogs	No	No	No	No		
Wikis	No	No	No	No		

Fuente: (Elaboración propia)

En cuanto a la aparición de contenidos 2.0, www.grupo90.com no hace uso de estas herramientas.

Recurso	Si / No	Número (en el conjunto de la web)	Presencia en portada	Presencia dentro de una sección de la web	Presencia autónoma	Otros comentarios
Contenidos 2.0						
Mashups	No	No	No	No		
Podcasts	No	No	No	No		
Lectores RSS	No	No	No	No		
Servicios para telefonía móvil	No	No	No	No		

Fuente: (Elaboración propia)

La inmobiliaria **GRUPO90**, www.grupo90.com, no utiliza ningún tipo de marcadores sociales o etiquetas en su página web.

Recurso	Si / No	Número (en el conjunto de la web)	Presencia en portada	Presencia dentro de una sección de la web	Presencia autónoma	Otros comentarios
Metacontenidos						
Etiquetas o tags	No	No	No	No		
Folksonomía (Folksonomy)	No	No	No	No		
Marcadores sociales (Social bookmarking)	No	No	No	No		

Fuente: (Elaboración propia)

La inmobiliaria **GRUPO90**, www.grupo90.com, no permite en ninguno de los apartados de su website la participación directa de sus clientes ni de usuarios de la plataforma en general.

Recurso	Si / No	Número (en el conjunto de la web)	Presencia en portada	Presencia dentro de una sección de la web	Presencia autónoma	Otros comentarios
Participación directa de los usuarios						
Personalización de página de inicio	No	No	No	No		
Herramientas para la votación de los contenidos por los usuarios	No	No	No	No		

Fuente: (Elaboración propia)

En cuanto a otros servicios de la web 2.0, tan extendidos y utilizados en la actualidad diariamente por millones de usuarios, **la inmobiliaria GRUPO90**, www.grupo90.com está presente en Facebook desde la pagina principal de su website, permitiendo una participación directa por parte del usuario.

Recurso	Si / No	Número (en el conjunto de la web)	Presencia en portada	Presencia dentro de una sección de la web	Presencia autónoma	Otros comentarios
Otros servicios de la web 2.0						
Redes sociales (Facebook u otras)	Si	1	Si	No		
Redes de información (Twitter)	No	No	No	No		

Fuente: (Elaboración propia)

Facebook

The screenshot shows the Facebook interface for the page 'Grupo 90 Inmobiliarias'. At the top, there's a search bar and navigation links. The main header includes the Facebook logo and the user's name 'Jorge'. Below this, the page header for 'Grupo 90 Inmobiliarias' is visible, featuring a profile picture, a cover photo, and the name. The page is categorized as a 'Negocio local' and provides contact details: 'Av. Constitución 8, Valencia, ES.', phone number '963 48 97 32', and business hours 'Closed until Lunes 9:00 - 14:00, 17:00 - 20:30'. There are buttons for 'Me gusta' (102 likes) and 'Mensaje'. A 'Publicación' section shows a post from May 17th with a link to a property listing: 'http://www.grupo90.com/property.php?id=44268%2Fventa-piso-en-alfafar-42000-euros%2F'. A 'Recomendaciones' section lists 'Lila Positiva' and 'Jose Llopis MENUDOS PRECIOS.....'. The right sidebar contains sponsored posts for 'Clases en Ginebra', 'VALENCIA CUINA OBERTA', and 'Cruzcampo', along with an 'Ahora' section showing the current month 'mayo' and a 'Chat (2)' button.

<https://www.facebook.com/Grupo90>



5.2.5.- EMPRESA INMOBILIARIA: IDEALISTA

EMPRESA INMOBILIARIA:	IDEALISTA
FUENTE:	www.idealista.com

Fuente: (www.idealista.com)



La tabla de análisis general sobre los atributos informativos en cada web en **la inmobiliaria IDEALISTA.COM** responde a las siguientes características:

Recurso	Si / No	Número (en el conjunto de la web)	Presencia en portada	Presencia dentro de una sección de la web	Presencia autónoma	Otros comentarios
Tipología de atributos informativos en cada web						
Texto	No	No	No	No		
Fotografías	No	No	No	No		
Galería de fotografías	No	No	No	No		
Video	No	No	No	No		
Infografías	No	No	No	No		
Enlaces	No	No	No	No		

Fuente: (Elaboración propia)

El website de la inmobiliaria, www.idealista.com , no hace referencia a noticias relevantes relacionadas con el sector al que se dedica y que puedan resultar de interés para los usuarios o clientes.

Recurso	Si / No	Número (en el conjunto de la web)	Presencia en portada	Presencia dentro de una sección de la web	Presencia autónoma	Otros comentarios
Tipologías de mensaje / contenidos predominantes						
Noticia	No	No	No	No		
Reportaje	No	No	No	No		
Explicación proyecto	No	No	No	No		

Fuente: (Elaboración propia)

El website de la promotora, www.idealista.com no incorpora ninguna de las principales herramientas de diálogo on-line: Foros, chats y encuestas.



Recurso	Si / No	Número (en el conjunto de la web)	Presencia en portada	Presencia dentro de una sección de la web	Presencia autónoma	Otros comentarios
Herramientas dialógicas						
Foros	No	No	No	No		
Chats	No	No	No	No		
Encuestas	No	No	No	No		

Fuente: (Elaboración propia)

Con relación a la incorporación de plataformas de creación y gestión de contenidos 2.0, www.idealista.com utiliza un blog como herramienta de diario on-line que actualiza continuamente sus contenidos, opiniones, etc...

Recurso	Si / No	Número (en el conjunto de la web)	Presencia en portada	Presencia dentro de una sección de la web	Presencia autónoma	Otros comentarios
Plataformas de creación y gestión de contenidos 2.0						
Weblogs	Si	1	Si	No		
Photoblogs	No	No	No	No		
Audioblogs	No	No	No	No		
Videoblogs	No	No	No	No		
Wikis	No	No	No	No		

Fuente: (Elaboración propia)

Weblog

Desde su blog actualiza la información y permite los comentarios de los usuarios. La mayoría de noticias son comentadas, resultando un blog muy activo.

Este blog permite compartir los textos con amigos de Facebook y retweetear desde Twitter.

Además posibilita publicar en "**menéame**" para que los usuarios puedan votar la noticia y suscribirse a las últimas noticias con un enlace **RSS**.



<http://www.idealista.com/news/blog>

En cuanto a la aparición de contenidos 2.0, www.idealista.com no hace uso de estas herramientas.

Recurso	Si / No	Número (en el conjunto de la web)	Presencia en portada	Presencia dentro de una sección de la web	Presencia autónoma	Otros comentarios
Contenidos 2.0						
Mashups	No	No	No	No		
Podcasts	No	No	No	No		
Lectores RSS	No	No	No	No		
Servicios para telefonía móvil	No	No	No	No		

Fuente: (Elaboración propia)

La inmobiliaria **IDEALISTA.COM**, www.idealista.com, no utiliza ningún tipo de marcadores sociales o etiquetas en su página web.



Recurso	Si / No	Número (en el conjunto de la web)	Presencia en portada	Presencia dentro de una sección de la web	Presencia autónoma	Otros comentarios
Metacontenidos						
Etiquetas o tags	No	No	No	No		
Folksonomía (Folksonomy)	No	No	No	No		
Marcadores sociales (Social bookmarking)	No	No	No	No		

Fuente: (Elaboración propia)

La inmobiliaria **IDEALISTA.COM**, www.idealista.com, no permite en ninguno de los apartados de su website la participación directa de sus clientes ni de usuarios de la plataforma en general.

Recurso	Si / No	Número (en el conjunto de la web)	Presencia en portada	Presencia dentro de una sección de la web	Presencia autónoma	Otros comentarios
Participación directa de los usuarios						
Personalización de página de inicio	No	No	No	No		
Herramientas para la votación de los contenidos por los usuarios	No	No	No	No		

Fuente: (Elaboración propia)

En cuanto a otros servicios de la web 2.0, tan extendidos y utilizados en la actualidad diariamente por millones de usuarios, la inmobiliaria **IDEALISTA.COM**, www.idealista.com está presente en Facebook y Twitter.

Recurso	Si / No	Número (en el conjunto de la web)	Presencia en portada	Presencia dentro de una sección de la web	Presencia autónoma	Otros comentarios
Otros servicios de la web 2.0						
Redes sociales (Facebook u otras)	Si	1	Si	No		
Redes de información (Twitter)	Si	1	Si	No		

Fuente: (Elaboración propia)

Desde la página principal se puede acceder a un cómo buscador de inmuebles, en función de parámetros básicos: localización, datos del inmueble deseado,...



The screenshot displays a grid of service links on the Idealista website. The links are organized into several categories:

- buscar**
 - buscador principal
 - pisos de bancos
 - vivienda protegida y vpo
 - obra nueva internacional
 - casas y pisos en alquiler
 - pisos compartidos
- idealista.com/hipotecas**
 - consigue tu hipoteca
 - para colaboradores
 - para entidades financieras
 - condiciones generales
- utilidades**
 - poner anuncio gratis
 - cómo recibir alertas de nuevos anuncios
 - guías para comprar y vender
 - destacar tu anuncio
 - mejorar las fotos de tu anuncio
 - imprimir carteles de tu anuncio
 - guía de prácticas dudosas
 - los anuncios más enviados
- quiénes somos**
 - equipo gestor
 - por qué somos líderes
 - acuerdos internacionales
 - dónde estamos
 - trabajar en Idealista
 - datos sociales
- servicios para empresas**
 - publica tus inmuebles de profesional
 - ¿va eres cliente? entra en tu cuenta
 - programa gestión inmobiliaria
 - cursos de marketing inmobiliario
 - publicidad
 - estudio idealista (visitas virtuales y vídeos)
 - páginas web a medida
- prensa**
 - informes de precios
 - sala de prensa
 - referencias en medios
- idealista news**
 - foro y noticias inmobiliarias
 - resumen semanal de noticias
 - consultorio inmobiliario
- idealista labs**
 - idealista en tu móvil (iphone, android, sms)
 - búsqueda libre
 - nuevos anuncios vía messenger o otalk
 - duelos de fotos de casas
 - el juego del precio
 - ver más proyectos de labs

On the right side, there are promotional banners for mobile apps (Available on the App Store and available for Android) and social media links for Facebook (siguenos en facebook) and Twitter (noticias inmobiliarias en twitter). There are also links for 'Idealista en tu móvil (iphone, android, sms)', 'el blog de idealista.com', and 'idealista en otros países' (idealista.it, idealista.pt).

Facebook

Contiene un enlace directo a la página de Facebook desde donde muestra una gran actividad, dinamismo y actualización.

Además de los datos de contacto y presentar **77.054 "me gusta"** en el momento de la impresión de pantalla, presenta una amplia galería de viviendas en venta con fotografías, datos y precio, así como comentarios del vendedor del inmueble.

Desde la plataforma, permite acceder a numerosísimos links a noticias relativas con el sector: índice de ventas de viviendas, reportajes de televisión, resúmenes de prensa,...

La plataforma permite un diálogo abierto en cada una de las promociones ofertadas, donde la gente va dejando opiniones, preguntas o comentarios.



<https://www.facebook.com/idealista>



Twitter

Desde Twitter inserta noticias relacionadas con el sector y facilitadas por diferentes medios (El País, la Diputación, etc,...)

7.763 Tweets

4.563 Following

15.438 Followers

The screenshot shows the Twitter profile for 'idealista' (@idealista). The profile header includes the 'id' logo, the name 'idealista', the handle '@idealista', and a bio: 'portal inmobiliario líder en españa madrid http://www.idealista.com'. It also shows a 'Seguir' button and statistics: 7.674 tweets, 4.566 following, and 15.293 seguidores. Below the header, there is a 'Sigue a idealista' section with registration fields for name, email, and password, and a 'Regístrate' button. To the right, the 'Tweets' section displays five recent tweets from 'idealista' with their text and dates (all from June 1st).

<http://twitter.com/#!/idealista>



5.2.6.- EMPRESA INMOBILIARIA: INMOCASA

EMPRESA INMOBILIARIA:	INMOCASA
FUENTE:	www.inmocasa.info/web_new/



Fuente: (http://www.inmocasa.info/web_new/)

La tabla de análisis general sobre los atributos informativos en cada web en **la inmobiliaria INMOCASA** responde a las siguientes características:

Recurso	Si / No	Número (en el conjunto de la web)	Presencia en portada	Presencia dentro de una sección de la web	Presencia autónoma	Otros comentarios
Tipología de atributos informativos en cada web						
Texto	No	No	No	No		
Fotografías	No	No	No	No		
Galería de fotografías	No	No	No	No		
Video	No	No	No	No		
Infografías	No	No	No	No		
Enlaces	No	No	No	No		

Fuente: (Elaboración propia)

El website de la inmobiliaria, http://www.inmocasa.info/web_new/ , no hace referencia a noticias relevantes relacionadas con el sector al que se dedica y que puedan resultar de interés para los usuarios o clientes.

Recurso	Si / No	Número (en el conjunto de la web)	Presencia en portada	Presencia dentro de una sección de la web	Presencia autónoma	Otros comentarios
Tipologías de mensaje / contenidos predominantes						
Noticia	No	No	No	No		
Reportaje	No	No	No	No		
Explicación proyecto	No	No	No	No		

Fuente: (Elaboración propia)

El website de la promotora, http://www.inmocasa.info/web_new/ no incorpora ninguna de las principales herramientas de diálogo on-line: Foros, chats y encuestas.



Recurso	Si / No	Número (en el conjunto de la web)	Presencia en portada	Presencia dentro de una sección de la web	Presencia autónoma	Otros comentarios
Herramientas dialógicas						
Foros	No	No	No	No		
Chats	No	No	No	No		
Encuestas	No	No	No	No		

Fuente: (Elaboración propia)

Con relación a la incorporación de plataformas de creación y gestión de contenidos 2.0, http://www.inmocasa.info/web_new/ no utiliza ningún tipo de diario on-line que actualice continuamente sus contenidos, opiniones, etc....

Recurso	Si / No	Número (en el conjunto de la web)	Presencia en portada	Presencia dentro de una sección de la web	Presencia autónoma	Otros comentarios
Plataformas de creación y gestión de contenidos 2.0						
Weblogs	No	No	No	No		
Photoblogs	No	No	No	No		
Audioblogs	No	No	No	No		
Videoblogs	No	No	No	No		
Wikis	No	No	No	No		

Fuente: (Elaboración propia)

En cuanto a la aparición de contenidos 2.0, http://www.inmocasa.info/web_new/ no hace uso de estas herramientas.



Recurso	Si / No	Número (en el conjunto de la web)	Presencia en portada	Presencia dentro de una sección de la web	Presencia autónoma	Otros comentarios
Contenidos 2.0						
Mashups	No	No	No	No		
Podcasts	No	No	No	No		
Lectores RSS	No	No	No	No		
Servicios para telefonía móvil	No	No	No	No		

Fuente: (Elaboración propia)

La inmobiliaria **INMOCASA**, http://www.inmocasa.info/web_new/, no utiliza ningún tipo de marcadores sociales o etiquetas en su página web.

Recurso	Si / No	Número (en el conjunto de la web)	Presencia en portada	Presencia dentro de una sección de la web	Presencia autónoma	Otros comentarios
Metacontenidos						
Etiquetas o tags	No	No	No	No		
Folksonomía (Folksonomy)	No	No	No	No		
Marcadores sociales (Social bookmarking)	No	No	No	No		

Fuente: (Elaboración propia)

La inmobiliaria **INMOCASA**, http://www.inmocasa.info/web_new/, no permite en ninguno de los apartados de su website la participación directa de sus clientes ni de usuarios de la plataforma en general.

Recurso	Si / No	Número (en el conjunto de la web)	Presencia en portada	Presencia dentro de una sección de la web	Presencia autónoma	Otros comentarios
Participación directa de los usuarios						
Personalización de página de inicio	No	No	No	No		
Herramientas para la votación de los contenidos por los usuarios	No	No	No	No		

Fuente: (Elaboración propia)

En cuanto a otros servicios de la web 2.0, tan extendidos y utilizados en la actualidad diariamente por millones de usuarios, http://www.inmocasa.info/web_new/ no hace ningún uso de ellos para comunicarse con sus actuales clientes o lo que es también muy importante, con potenciales clientes usuarios del cibermedio.

Recurso	Si / No	Número (en el conjunto de la web)	Presencia en portada	Presencia dentro de una sección de la web	Presencia autónoma	Otros comentarios
Otros servicios de la web 2.0						
Redes sociales (Facebook u otras)	No	No	No	No		
Redes de información (Twitter)	No	No	No	No		

Fuente: (Elaboración propia)

5.2.7.- EMPRESA INMOBILIARIA: ALTAMIRA SANTANDER

EMPRESA INMOBILIARIA:	ALTAMIRA SANTANDER
FUENTE:	www.altamirasantander.com

The screenshot shows the website interface for Altamira Santander Real Estate. At the top, there is a navigation bar with the company logo and the Santander logo. Below this is a menu with options: INICIO, OBRA NUEVA, SEGUNDA MANO, EN CONSTRUCCIÓN, and AVISADOR. A search bar is present with the text 'Introduzca una referencia' and a 'Buscar' button.

The main content area is divided into two columns. The left column contains search filters:

- '¿Qué buscas?' with a dropdown menu set to 'Cualquier tipo'.
- '¿En qué lugar?' with a map of Spain and a list of provinces and localities:

Provincia	Localidad
Madrid (43)	Indicentes
Málaga (19)	Alcobendas (2)
Murcia (16)	Arganda Del Rey (2)
Navarra (7)	Arroyomolinos (1)
Pontevedra (2)	Becerril De La Sierra (1)
Salamanca (7)	Boadilla Del Monte (2)
- A 'Buscar' button.
- A section titled 'Te interesa' with links for 'openbank', 'Trae un amigo y saldrás ganando', and '¿Inversión o especulación?'.
- A section titled 'Suelo' with the text: 'Descubre nuestro espacio exclusivo para suelo en el que encontrarás excelentes oportunidades tanto en'.

The right column features two promotional banners:

- 'Los precios Retro de Altamira Viviendas para todos a precios de antes'.
- 'Rebajamos los precios' with a digital display showing 'DESDE MENOS DE 54 €' and the text 'Viviendas desde menos de 50.000 €'.

Fuente: (www.altamirasantander.com)

La tabla de análisis general sobre los atributos informativos en cada web en **la inmobiliaria ALTAMIRA SANTANDER** responde a las siguientes características:

Recurso	Si / No	Número (en el conjunto de la web)	Presencia en portada	Presencia dentro de una sección de la web	Presencia autónoma	Otros comentarios
Tipología de atributos informativos en cada web						
Texto	Si	Como descripciones de los inmuebles	No	Si		
Fotografías	Si	Varias	No	Si		
Galería de fotografías	No	No	No	No		
Video	No	No	No	No		
Infografías	Si	Varias	No	Si		
Enlaces	No	No	No	No		

Fuente: (Elaboración propia)

El website de la inmobiliaria, www.altamirasantander.com, no hace referencia a noticias relevantes relacionadas con el sector al que se dedica y que puedan resultar de interés para los usuarios o clientes.

Recurso	Si / No	Número (en el conjunto de la web)	Presencia en portada	Presencia dentro de una sección de la web	Presencia autónoma	Otros comentarios
Tipologías de mensaje / contenidos predominantes						
Noticia	No	No	No	No		
Reportaje	No	No	No	No		
Explicación proyecto	No	No	No	No		

Fuente: (Elaboración propia)

El website de la promotora, www.altamirasantander.com no incorpora ninguna de las principales herramientas de diálogo on-line: Foros, chats y encuestas.

Recurso	Si / No	Número (en el conjunto de la web)	Presencia en portada	Presencia dentro de una sección de la web	Presencia autónoma	Otros comentarios
Herramientas dialógicas						
Foros	No	No	No	No		
Chats	No	No	No	No		
Encuestas	No	No	No	No		

Fuente: (Elaboración propia)

Con relación a la incorporación de plataformas de creación y gestión de contenidos 2.0, www.altamirasantander.com utiliza un videoblog como herramienta de diario on-line que actualiza continuamente sus contenidos, opiniones, etc...

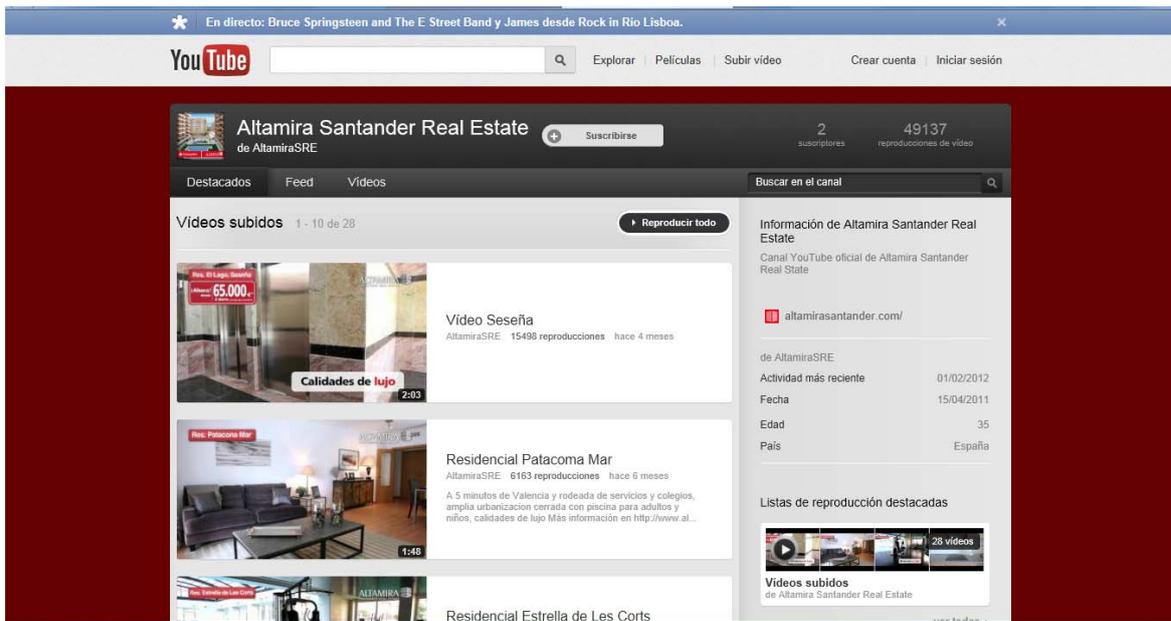
Recurso	Si / No	Número (en el conjunto de la web)	Presencia en portada	Presencia dentro de una sección de la web	Presencia autónoma	Otros comentarios
Plataformas de creación y gestión de contenidos 2.0						
Weblogs	No	No	No	No		
Photoblogs	No	No	No	No		
Audioblogs	No	No	No	No		
Videoblogs	Si	1	Si	No		
Wikis	No	No	No	No		

Fuente: (Elaboración propia)

Videoblogs

Desde el enlace a **Youtube** puedes acceder directamente a un **canal** en la plataforma donde aparecen diferentes videos de entre 1 y 4 minutos donde se ven las promociones realizadas mientras y las principales características del producto ofrecido. No aparece narración, sólo música.





http://www.youtube.com/user/AltamiraSRE?ob=0&feature=results_main

En cuanto a la aparición de contenidos 2.0, www.altamirasantander.com no hace uso de estas herramientas.

Recurso	Si / No	Número (en el conjunto de la web)	Presencia en portada	Presencia dentro de una sección de la web	Presencia autónoma	Otros comentarios
Contenidos 2.0						
Mashups	No	No	No	No		
Podcasts	No	No	No	No		
Lectores RSS	No	No	No	No		
Servicios para telefonía móvil	No	No	No	No		

Fuente: (Elaboración propia)

La inmobiliaria **ALTAMIRASANTANDER**, www.altamirasantander.com, no utiliza ningún tipo de marcadores sociales o etiquetas en su página web.



Recurso	Si / No	Número (en el conjunto de la web)	Presencia en portada	Presencia dentro de una sección de la web	Presencia autónoma	Otros comentarios
Metacontenidos						
Etiquetas o tags	No	No	No	No		
Folksonomía (Folksonomy)	No	No	No	No		
Marcadores sociales (Social bookmarking)	No	No	No	No		

Fuente: (Elaboración propia)

La inmobiliaria **ALTAMIRASANTANDER**, www.altamirasantander.com, no permite en ninguno de los apartados de su website la participación directa de sus clientes ni de usuarios de la plataforma en general.

Recurso	Si / No	Número (en el conjunto de la web)	Presencia en portada	Presencia dentro de una sección de la web	Presencia autónoma	Otros comentarios
Participación directa de los usuarios						
Personalización de página de inicio	No	No	No	No		
Herramientas para la votación de los contenidos por los usuarios	No	No	No	No		

Fuente: (Elaboración propia)

En cuanto a otros servicios de la web 2.0, tan extendidos y utilizados en la actualidad diariamente por millones de usuarios, la inmobiliaria **ALTAMIRASANTANDER**, www.altamirasantander.com está presente en Facebook y Twitter.



Recurso	Si / No	Número (en el conjunto de la web)	Presencia en portada	Presencia dentro de una sección de la web	Presencia autónoma	Otros comentarios
Otros servicios de la web 2.0						
Redes sociales (Facebook u otras)	Si	1	Si	No		
Redes de información (Twitter)	Si	1	Si	No		

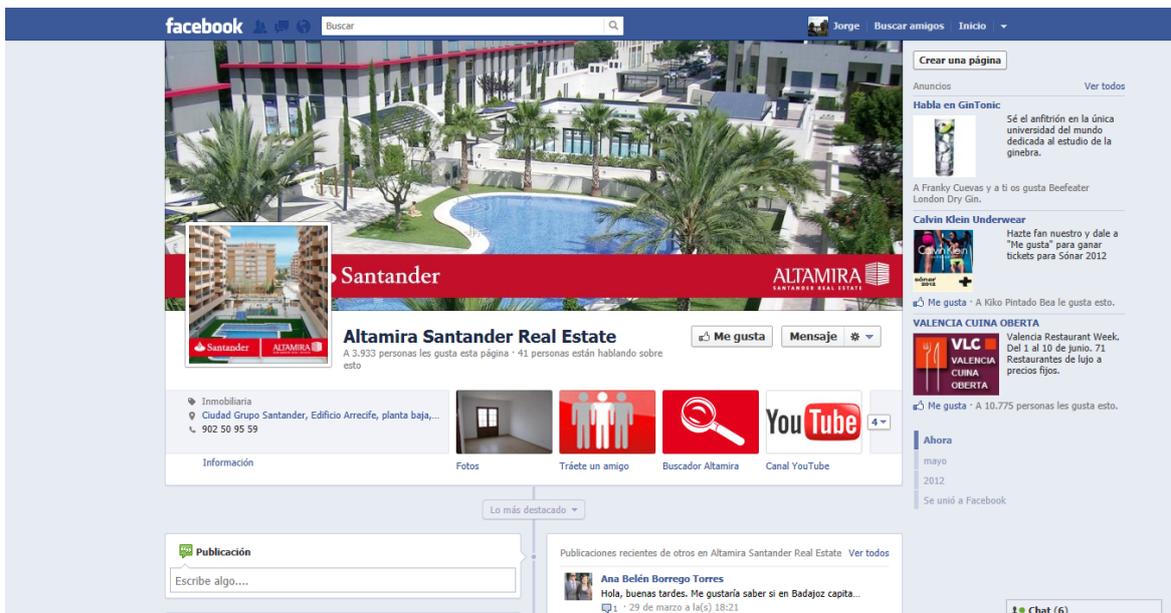
Fuente: (Elaboración propia)



Facebook

Enlace directo a la página de Facebook donde además de los datos de contacto y presentar **3.953 "me gusta"** en el momento de la impresión de pantalla, presenta una amplia galería de promociones con fotografías, datos y precio..

La plataforma permite un diálogo abierto en cada una de las promociones ofertadas, donde la gente va dejando opiniones, preguntas o comentarios.



<https://www.facebook.com/AltamiraSRE>



Twitter

Desde el enlace a Twitter, la empresa vuelve a presentar algunas de sus **promociones** con los datos básicos, debido al condicionante en cuanto a número de caracteres que está plataforma permite.

Adjunta **fotografías** en alguna de ellas y facilita **noticias** relacionadas con el sector y facilitadas por diferentes medios (Apertura SIMA, etc,...)

991 Tweets

209 Following

292 Followers



<http://twitter.com/#!/altamiraSRE>

5.2.8.- EMPRESA INMOBILIARIA: KUHN & PARTNER

EMPRESA INMOBILIARIA:	KUHN & PARTNER
FUENTE:	www.kuhn-partner.com



Fuente: (www.kuhn-partner.com)

La tabla de análisis general sobre los atributos informativos en cada web en **la inmobiliaria KUHN & PARTNER** responde a las siguientes características:

Recurso	Si / No	Número (en el conjunto de la web)	Presencia en portada	Presencia dentro de una sección de la web	Presencia autónoma	Otros comentarios
Tipología de atributos informativos en cada web						
Texto	Si	1	Si	No		
Fotografías	Si	Bucle de fotografías en portada	Si	No		
Galería de fotografías	No	No	No	No		
Video	No	No	No	No		
Infografías	No	No	No	No		
Enlaces	No	No	No	No		

Fuente: (Elaboración propia)

El website de la inmobiliaria, www.kuhn-partner.com, no hace referencia a noticias relevantes relacionadas con el sector al que se dedica y que puedan resultar de interés para los usuarios o clientes.

Recurso	Si / No	Número (en el conjunto de la web)	Presencia en portada	Presencia dentro de una sección de la web	Presencia autónoma	Otros comentarios
Tipologías de mensaje / contenidos predominantes						
Noticia	No	No	No	No		
Reportaje	No	No	No	No		
Explicación proyecto	No	No	No	No		

Fuente: (Elaboración propia)

El website de la promotora, www.kuhn-partner.com, no incorpora ninguna de las principales herramientas de diálogo on-line: Foros, chats y encuestas.

Recurso	Si / No	Número (en el conjunto de la web)	Presencia en portada	Presencia dentro de una sección de la web	Presencia autónoma	Otros comentarios
Herramientas dialógicas						
Foros	No	No	No	No		
Chats	No	No	No	No		
Encuestas	No	No	No	No		

Fuente: (Elaboración propia)

Con relación a la incorporación de plataformas de creación y gestión de contenidos 2.0, www.kuhn-partner.com no utiliza ningún tipo de diario on-line que actualice continuamente sus contenidos, opiniones, etc....

Recurso	Si / No	Número (en el conjunto de la web)	Presencia en portada	Presencia dentro de una sección de la web	Presencia autónoma	Otros comentarios
Plataformas de creación y gestión de contenidos 2.0						
Weblogs	No	No	No	No		
Photoblogs	No	No	No	No		
Audioblogs	No	No	No	No		
Videoblogs	No	No	No	No		
Wikis	No	No	No	No		

Fuente: (Elaboración propia)

En cuanto a la aparición de contenidos 2.0, www.kuhn-partner.com no hace uso de estas herramientas.



Recurso	Si / No	Número (en el conjunto de la web)	Presencia en portada	Presencia dentro de una sección de la web	Presencia autónoma	Otros comentarios
Contenidos 2.0						
Mashups	No	No	No	No		
Podcasts	No	No	No	No		
Lectores RSS	No	No	No	No		
Servicios para telefonía móvil	No	No	No	No		

Fuente: (Elaboración propia)

La inmobiliaria **KHUN & PARTNER** , www.kuhn-partner.com, no utiliza ningún tipo de marcadores sociales o etiquetas en su página web.

Recurso	Si / No	Número (en el conjunto de la web)	Presencia en portada	Presencia dentro de una sección de la web	Presencia autónoma	Otros comentarios
Metacontenidos						
Etiquetas o tags	No	No	No	No		
Folksonomía (Folksonomy)	No	No	No	No		
Marcadores sociales (Social bookmarking)	No	No	No	No		

Fuente: (Elaboración propia)

La inmobiliaria **KHUN & PARTNER** , www.kuhn-partner.com no permite en ninguno de los apartados de su website la participación directa de sus clientes ni de usuarios de la plataforma en general.



Recurso	Si / No	Número (en el conjunto de la web)	Presencia en portada	Presencia dentro de una sección de la web	Presencia autónoma	Otros comentarios
Participación directa de los usuarios						
Personalización de página de inicio	No	No	No	No		
Herramientas para la votación de los contenidos por los usuarios	No	No	No	No		

Fuente: (Elaboración propia)

En cuanto a otros servicios de la web 2.0, tan extendidos y utilizados en la actualidad diariamente por millones de usuarios, www.kuhn-partner.com no hace ningún uso de ellos para comunicarse con sus actuales clientes o lo que es también muy importante, con potenciales clientes usuarios del cibermedio.

Recurso	Si / No	Número (en el conjunto de la web)	Presencia en portada	Presencia dentro de una sección de la web	Presencia autónoma	Otros comentarios
Otros servicios de la web 2.0						
Redes sociales (Facebook u otras)	Si	1	Si	No		
Redes de información (Twitter)	No	No	No	No		

Fuente: (Elaboración propia)



The screenshot displays the website's navigation and content. At the top, there are five main service categories: PREMIUM SELECTION, SERVICIO VIP, INTERIOR DESIGN, TAGOMAGO, and KATALOG. Each category lists specific services or features. Below this is a banner for a luxury property with the text 'We understand living!' and a sunset pool scene. The bottom section contains a grid of links for PROPIEDADES, LUXURY SERVICES, NOVEDADES, EMPRESA, and KONTAKT. The footer includes contact information and copyright details.



Facebook

The screenshot shows the Facebook profile page for Kühn & Partner. The header includes the Facebook logo, a search bar, and the user's name 'Jorge'. The main content area features a large cover photo of a modern building at dusk. Below the cover photo is the profile picture, the name 'Kühn & Partner', and a location pin for Palma de Mallorca, Spain. The page shows 52 likes and a 'Me gusta' button. On the right side, there are several sponsored posts from 'ALT arquitectura + obra', 'Cursos de Diseño Gráfico', and 'Desperados'. At the bottom, there is a post from 'Gaston Montauban' and a chat notification for 4 messages.

<https://www.facebook.com/pages/K%C3%BChn-Partner/247105082062685>



5.2.9.- EMPRESA INMOBILIARIA: CX CATALUNYA CAIXA INMOBILIARIA

EMPRESA INMOBILIARIA:	CX CATALUNYA CAIXA INMOBILIARIA
FUENTE:	www.cxinmobiliaria.com/web2.0

The screenshot displays the website's search and promotional section. At the top, there is a navigation bar with the company logo, language options (Cat, Esp, Eng), and a phone number (902 123 131). Below this is a menu with links for Inicio, Área privada, Quiénes somos, Noticias, Contacto, Chollos, and Financiación. A prominent banner reads: "Con la Financiación Preferente por 300€/mes tienes tu piso." The main search area includes filters for "Búsqueda", "Búsqueda avanzada", and "Búsqueda por mapa". It also features checkboxes for "Compra" and "Alquiler", and dropdown menus for "Tipo de inmueble", "Provincia", and "Población". A "Precio máximo" field and a "Buscar" button are also present. To the right, there are promotional banners for "ALMAZORA Jornada de Puertas Abiertas" and "Viviendas a estrenar Premium".

Fuente: (www.cxinmobiliaria.com/web2.0)



La tabla de análisis general sobre los atributos informativos en cada web en la **inmobiliaria CX CATALUNYA CAIXA INMOBILIARIA** responde a las siguientes características:

Recurso	Si / No	Número (en el conjunto de la web)	Presencia en portada	Presencia dentro de una sección de la web	Presencia autónoma	Otros comentarios
Tipología de atributos informativos en cada web						
Texto	No	No	No	No		
Fotografías	Si	Varias	No	Si		
Galería de fotografías	No	No	No	No		
Video	No	No	No	No		
Infografías	No	No	No	No		
Enlaces	No	No	No	No		

Fuente: (Elaboración propia)

El website de la inmobiliaria, www.cxinmobiliaria.com/web2.0 , hace referencia a diferentes noticias relevantes relacionadas con el sector al que se dedica y que puedan resultar de interés para los usuarios o clientes.

Recurso	Si / No	Número (en el conjunto de la web)	Presencia en portada	Presencia dentro de una sección de la web	Presencia autónoma	Otros comentarios
Tipologías de mensaje / contenidos predominantes						
Noticia	Si	Varias	No	Si		
Reportaje	No	No	No	No		
Explicación proyecto	No	No	No	No		

Fuente: (Elaboración propia)

Noticias

El website de la promotora, www.cxinmobiliaria.com/web2.0 , desde su pestaña "noticias" donde aparece multitud de información relevante relacionada con el sector al que se dedica y que puedan resultar de interés para los usuarios o clientes.



<http://www.cxinmobiliaria.com/web2.0/noticias.php>

El website de la promotora, www.cxinmobiliaria.com/web2.0 no incorpora ninguna de las principales herramientas de diálogo on-line: Foros, chats y encuestas.

Recurso	Si / No	Número (en el conjunto de la web)	Presencia en portada	Presencia dentro de una sección de la web	Presencia autónoma	Otros comentarios
Herramientas dialógicas						
Foros	No	No	No	No		
Chats	No	No	No	No		
Encuestas	No	No	No	No		

Fuente: (Elaboración propia)

Con relación a la incorporación de plataformas de creación y gestión de contenidos 2.0, www.cxinmobiliaria.com/web2.0 utiliza un blog como herramienta de diario on-line que actualiza continuamente sus contenidos, opiniones, etc...

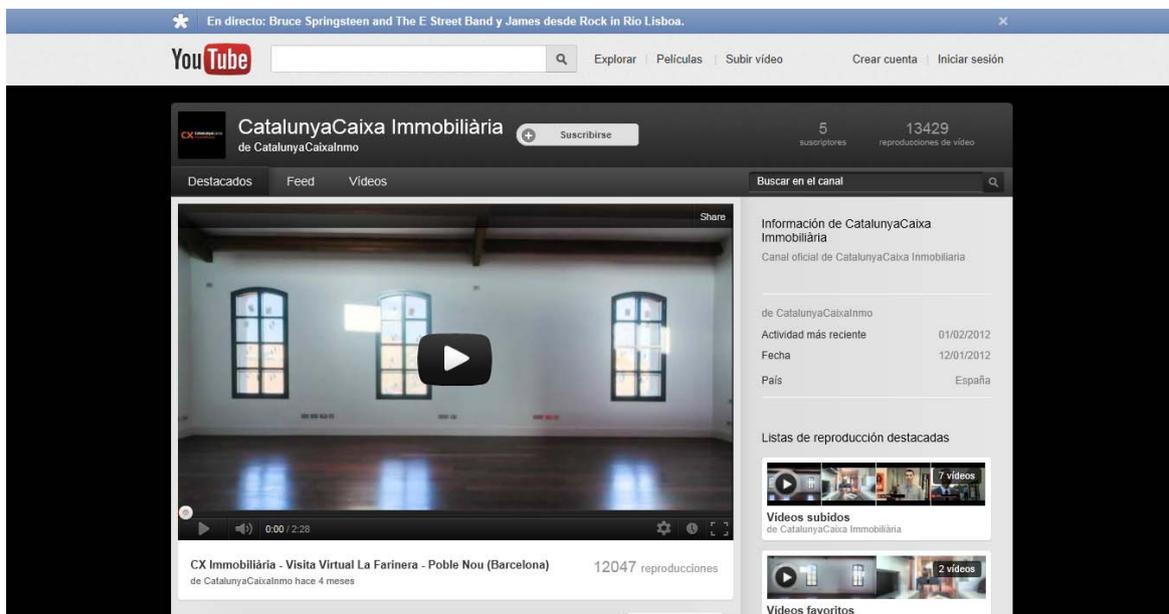


Recurso	Si / No	Número (en el conjunto de la web)	Presencia en portada	Presencia dentro de una sección de la web	Presencia autónoma	Otros comentarios
Plataformas de creación y gestión de contenidos 2.0						
Weblogs	No	No	No	No		
Photoblogs	No	No	No	No		
Audioblogs	No	No	No	No		
Videoblogs	Si	1	SI	No		
Wikis	No	No	No	No		

Fuente: (Elaboración propia)

Videoblogs

Desde el enlace a **Youtube** puedes acceder directamente a un **canal** en la plataforma donde aparecen diferentes videos de entre 1 y 4 minutos donde se ven las promociones realizadas mientras y las principales características del producto ofrecido. No aparece narración, sólo música.



<http://www.youtube.com/user/CatalunyaCaixaInmo>



En cuanto a la aparición de contenidos 2.0, www.cxinmobiliaria.com/web2.0 no hace uso de estas herramientas.

Recurso	Si / No	Número (en el conjunto de la web)	Presencia en portada	Presencia dentro de una sección de la web	Presencia autónoma	Otros comentarios
Contenidos 2.0						
Mashups	No	No	No	No		
Podcasts	No	No	No	No		
Lectores RSS	No	No	No	No		
Servicios para telefonía móvil	No	No	No	No		

Fuente: (Elaboración propia)

La inmobiliaria **CX CATALUNYA CAIXA INMOBILIARIA**, www.cxinmobiliaria.com/web2.0 no utiliza ningún tipo de marcadores sociales o etiquetas en su página web.

Recurso	Si / No	Número (en el conjunto de la web)	Presencia en portada	Presencia dentro de una sección de la web	Presencia autónoma	Otros comentarios
Metacontenidos						
Etiquetas o tags	No	No	No	No		
Folksonomía (Folksonomy)	No	No	No	No		
Marcadores sociales (Social bookmarking)	No	No	No	No		

Fuente: (Elaboración propia)

La inmobiliaria **CX CATALUNYA CAIXA INMOBILIARIA**, www.cxinmobiliaria.com/web2.0, no permite en ninguno de los apartados de su website la participación directa de sus clientes ni de usuarios de la plataforma en general.



Recurso	Si / No	Número (en el conjunto de la web)	Presencia en portada	Presencia dentro de una sección de la web	Presencia autónoma	Otros comentarios
Participación directa de los usuarios						
Personalización de página de inicio	No	No	No	No		
Herramientas para la votación de los contenidos por los usuarios	No	No	No	No		

Fuente: (Elaboración propia)

En cuanto a otros servicios de la web 2.0, tan extendidos y utilizados en la actualidad diariamente por millones de usuarios, **la inmobiliaria CX CATALUNYA CAIXA INMOBILIARIA**, www.cxinmobiliaria.com/web2.0 está presente en Facebook y Twitter.

Recurso	Si / No	Número (en el conjunto de la web)	Presencia en portada	Presencia dentro de una sección de la web	Presencia autónoma	Otros comentarios
Otros servicios de la web 2.0						
Redes sociales (Facebook u otras)	Si	1	Si	No		
Redes de información (Twitter)	Si	1	Si	No		

Fuente: (Elaboración propia)



Facebook

Enlace directo a la página de Facebook donde además de los datos de contacto y presentar **252 "me gusta"** en el momento de la impresión de pantalla, presenta una amplia galería de promociones con fotografías, datos y precio. Aprovecha esta plataforma para publicitar reuniones, jornadas de puertas abiertas a promociones, productos bancarios de interés relativos al sector de la vivienda: cuentas ahorro,.....

La plataforma permite un diálogo abierto en cada una de las noticias colgadas, donde la gente va dejando opiniones, preguntas,....

Entre los comentarios coloca artículos sobre arquitectos de trayectoria reconocida a lo largo de la historia.



<https://www.facebook.com/CXInmoPromos>



Twitter

Desde el enlace a Twitter, la empresa vuelve a presentar algunas de sus **promociones** con los datos básicos, debido al condicionante en cuanto a número de caracteres que esta plataforma permite.

Además de presentar la oferta, inserta noticias relativas a promociones concretas, facilitando información al cliente sobre futuras reuniones, visitas a los pisos ejecutados,...

Adjunta **fotografías** en alguna de ellas y facilita **noticias** relacionadas con el sector y facilitadas por diferentes medios (Urbe en Feria de Valencia, etc,...)

2.133 Tweets

322 Following

483 Followers



<http://twitter.com/#!/CXInmopromos>



5.2.10.- EMPRESA INMOBILIARIA: GRUPO ÁGORA

EMPRESA INMOBILIARIA:	GRUPO-AGORA
FUENTE:	www.grupo-agera.es

The screenshot shows the website for Grupo Ágora. At the top left is the logo 'ágora grupo'. To its right is an advertisement for 'GolfMontevideo edificio' with the text 'Viviendas en alquiler o compra, financiadas por ágora ¡tu si que puedes!'. Below the logo is a navigation bar with links: 'Nuestro Grupo', 'Lineas de Negocio', 'Mejora Continua', 'Fundación', and 'Comunicación'. The main content area features a large video player with the title 'La Perspectiva desde el Ágora' and the subtitle 'Un espacio para compartir conocimientos.'. To the right of the video is an article titled 'El Universo de Fayol, armonía versus coordinación' with a play button icon. Below the video and article is a horizontal menu with four categories: 'Nuestro Grupo', 'Lineas de Negocio', 'Mejora Continua', and 'Fundación'. Each category has a list of sub-items and a '(ver todas)' link. At the bottom right, there is a 'Visita nuestro Blog' section with a play button icon and the text 'El universo de Fayol, armonía versus coordinación'.

Fuente: (www.grupo-agera.es)



La tabla de análisis general sobre los atributos informativos en cada web en **la inmobiliaria GRUPO AGORA** responde a las siguientes características:

Recurso	Si / No	Número (en el conjunto de la web)	Presencia en portada	Presencia dentro de una sección de la web	Presencia autónoma	Otros comentarios
Tipología de atributos informativos en cada web						
Texto	Si	Varios	Si	Si		
Fotografías	Si	Varias	No	Si		
Galería de fotografías	No	No	No	No		
Video	Si	Algunos	Si	Si		
Infografías	No	No	No	No		
Enlaces	No	No	No	No		

Fuente: (Elaboración propia)

El website de la inmobiliaria, www.grupo-agera.es, hace referencia a diferentes noticias relevantes relacionadas con el sector al que se dedica y que puedan resultar de interés para los usuarios o clientes.

Recurso	Si / No	Número (en el conjunto de la web)	Presencia en portada	Presencia dentro de una sección de la web	Presencia autónoma	Otros comentarios
Tipologías de mensaje / contenidos predominantes						
Noticia	Si	Varias	No	Si		
Reportaje	No	No	No	No		
Explicación proyecto	No	No	No	No		

Fuente: (Elaboración propia)

Noticias

El website de la promotora, www.grupo-agera.es, desde su pestaña "comunicación" donde aparece multitud de información relevante relacionada tanto con el sector al que se dedica, como con noticias sobre sus patrocinados, exposiciones en su sala Desbanca,...

<http://www.grupo-agera.es/Secciones/Comunicacion/Comunicacion.aspx>

El website de la promotora, www.grupo-agera.es no incorpora ninguna de las principales herramientas de diálogo on-line: Foros, chats y encuestas.

Recurso	Sí / No	Número (en el conjunto de la web)	Presencia en portada	Presencia dentro de una sección de la web	Presencia autónoma	Otros comentarios
Herramientas dialógicas						
Foros	No	No	No	No		
Chats	No	No	No	No		
Encuestas	No	No	No	No		

Fuente: (Elaboración propia)

Con relación a la incorporación de plataformas de creación y gestión de contenidos 2.0, www.grupo-agera.es utiliza tanto un blog como un videoblog como herramientas de diario on-line que actualiza continuamente sus contenidos, opiniones, etc...



Recurso	Si / No	Número (en el conjunto de la web)	Presencia en portada	Presencia dentro de una sección de la web	Presencia autónoma	Otros comentarios
Plataformas de creación y gestión de contenidos 2.0						
Weblogs	Si	1	Si	No		
Photoblogs	No	No	No	No		
Audioblogs	No	No	No	No		
Videoblogs	Si	1	Si	No		
Wikis	No	No	No	No		

Fuente: (Elaboración propia)

Weblogs

Desde su blog actualiza la información y permite los comentarios de los usuarios.

Fomenta el diálogo y la participación activa del visitante mediante preguntas,

La mayoría de noticias son comentadas, resultando un blog muy activo.



La perspectiva desde el Ágora
Un espacio para compartir conocimientos

Y ahora, ¿Qué estrella seguiremos?
Publicado el 5 junio, 2012

Me gusta 7 | Share 9 | Tweetear 6

ENTRADAS RECIENTES

- Y ahora, ¿Qué estrella seguiremos?
- El universo de Fayol, armonía versus coordinación
- El esplendor de Uruguay en las filas del Levante

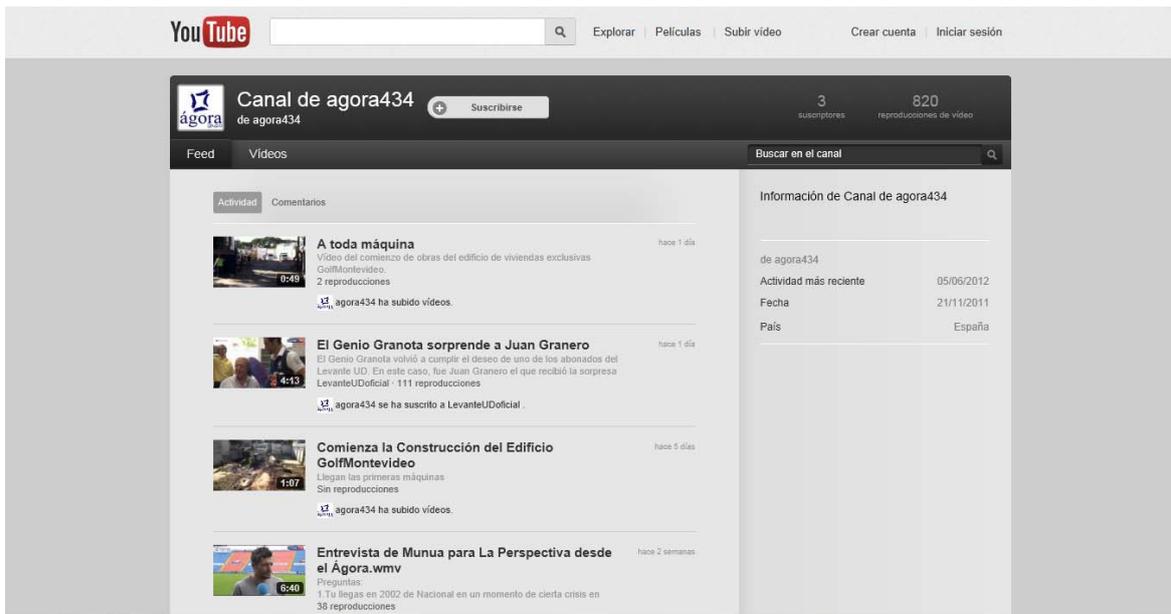
<http://www.grupo-agora.es/blog/>



Videoblogs

Desde el enlace a **Youtube** puedes acceder directamente a un **canal** en la plataforma donde aparecen diferentes videos de aproximadamente 1 minuto donde se ven videos relativos a actividades realizadas por el grupo, visitas de obra, entrevistas,...

Canal totalmente actualizado..



<http://www.youtube.com/user/agora434?feature=mhee>

En cuanto a la aparición de contenidos 2.0, www.grupo-agora.es es la única de las inmobiliarias analizadas que hace uso de lectores RSS.

Con esta herramienta permite el acceso directo a las noticias publicadas.

Recurso	Si / No	Número (en el conjunto de la web)	Presencia en portada	Presencia dentro de una sección de la web	Presencia autónoma	Otros comentarios
Contenidos 2.0						
Mashups	No	No	No	No		
Podcasts	No	No	No	No		
Lectores RSS	Si	1	Si	No		
Servicios para telefonía móvil	No	No	No	No		

Fuente: (Elaboración propia)



Lector RSS



<http://www.grupo-agera.es/secciones/comunicacion/comunicacion.aspx?Pag=6&Menu=6>

La inmobiliaria **GRUPO AGORA**, www.grupo-agera.es no utiliza ningún tipo de marcadores sociales o etiquetas en su página web.

Recurso	Sí / No	Número (en el conjunto de la web)	Presencia en portada	Presencia dentro de una sección de la web	Presencia autónoma	Otros comentarios
Metacontenidos						
Etiquetas o tags	No	No	No	No		
Folksonomía (Folksonomy)	No	No	No	No		
Marcadores sociales (Social bookmarking)	No	No	No	No		

Fuente: (Elaboración propia)



La inmobiliaria **GRUPO AGORA**, www.grupo-agera.es no permite en ninguno de los apartados de su website la participación directa de sus clientes ni de usuarios de la plataforma en general.

Recurso	Si / No	Número (en el conjunto de la web)	Presencia en portada	Presencia dentro de una sección de la web	Presencia autónoma	Otros comentarios
Participación directa de los usuarios						
Personalización de página de inicio	No	No	No	No		
Herramientas para la votación de los contenidos por los usuarios	No	No	No	No		

Fuente: (Elaboración propia)

En cuanto a otros servicios de la web 2.0, tan extendidos y utilizados en la actualidad diariamente por millones de usuarios, la inmobiliaria **GRUPO AGORA**, www.grupo-agera.es está presente en Facebook y Twitter

Recurso	Si / No	Número (en el conjunto de la web)	Presencia en portada	Presencia dentro de una sección de la web	Presencia autónoma	Otros comentarios
Otros servicios de la web 2.0						
Redes sociales (Facebook u otras)	Si	1	Si	No		
Redes de información (Twitter)	Si	1	Si	No		

Fuente: (Elaboración propia)

Facebook

Enlace directo a la página de Facebook donde además de los datos de contacto y presentar **251 "me gusta"** en el momento de la impresión de pantalla, presenta una galería de promociones con fotografías, datos y precio.

Inserta noticias de actualidad relativas a sus patrocinados (Levante UD,..), a competiciones deportivas, extractos de prensa e incluso realiza promociones con regalo a los usuarios que visitan alguno de sus enlaces.

La plataforma permite un diálogo abierto en cada una de las promociones ofertadas, donde la gente va dejando opiniones, preguntas o comentarios.



<https://www.facebook.com/AGORAGRUPO?ref=ts>



Twitter

Desde el enlace a Twitter, la empresa vuelve a presentar algunas de sus **promociones** con los datos básicos, debido al condicionante en cuanto a número de caracteres que está plataforma permite.

Adjunta **fotografías** en alguna de ellas y combina **noticias** relacionadas con el sector con otras relativas a competiciones deportivas, ofertas de empleo, promociones internas,.....

458 Tweets

434 Following

275 Followers

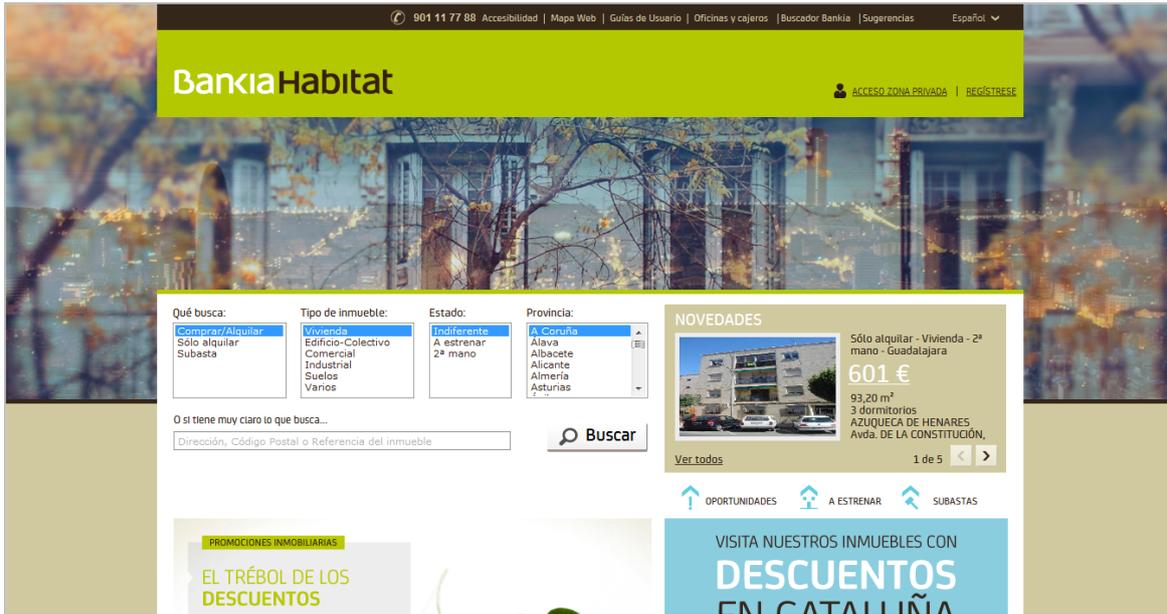
Twitter profile page for Grupo Ágora (@agoragrupo). The profile includes a bio: "Grupo empresarial especializado en gestión, promoción, construcción y comercialización inmobiliaria. Con implantación internacional y actividad diversificada España http://www.grupo-agera.es". The page shows 456 tweets, 434 following, and 273 followers. The tweets section displays several posts, including one from David Blutaski (@BLUTASKI) celebrating a new stage, and several from Grupo Ágora (@agoragrupo) discussing environmental awareness and a restaurant.

<https://twitter.com/#!/agoragrupo>



5.2.11.- EMPRESA INMOBILIARIA: BANKIA HABITAT

EMPRESA INMOBILIARIA:	BANKIA HABITAT
FUENTE:	www.bankiahabitat.es



Fuente: (www.bankiahabitat.es)

La tabla de análisis general sobre los atributos informativos en cada web en **la inmobiliaria BANKIA HABITAT, dependiente de BANKIA** responde a las siguientes características:

Recurso	Si / No	Número (en el conjunto de la web)	Presencia en portada	Presencia dentro de una sección de la web	Presencia autónoma	Otros comentarios
Tipología de atributos informativos en cada web						
Texto	No	No	No	No		
Fotografías	Si	Varias	No	Si		
Galería de fotografías	No	No	No	No		
Video	No	No	No	No		
Infografías	No	No	No	No		
Enlaces	No	No	No	No		

Fuente: (Elaboración propia)

El website de la inmobiliaria, www.bankiahabitat.es, no hace referencia a noticias relevantes relacionadas con el sector al que se dedica y que puedan resultar de interés para los usuarios o clientes.

Recurso	Si / No	Número (en el conjunto de la web)	Presencia en portada	Presencia dentro de una sección de la web	Presencia autónoma	Otros comentarios
Tipologías de mensaje / contenidos predominantes						
Noticia	No	No	No	No		
Reportaje	No	No	No	No		
Explicación proyecto	No	No	No	No		

Fuente: (Elaboración propia)

El website de la promotora, www.bankiahabitat.es no incorpora ninguna de las principales herramientas de diálogo on-line: Foros, chats y encuestas.



Recurso	Si / No	Número (en el conjunto de la web)	Presencia en portada	Presencia dentro de una sección de la web	Presencia autónoma	Otros comentarios
Herramientas dialógicas						
Foros	No	No	No	No		
Chats	No	No	No	No		
Encuestas	No	No	No	No		

Fuente: (Elaboración propia)

Con relación a la incorporación de plataformas de creación y gestión de contenidos 2.0, www.bankiahabitat.es no utiliza ningún tipo de diario on-line que actualice continuamente sus contenidos, opiniones, etc....

Recurso	Si / No	Número (en el conjunto de la web)	Presencia en portada	Presencia dentro de una sección de la web	Presencia autónoma	Otros comentarios
Plataformas de creación y gestión de contenidos 2.0						
Weblogs	No	No	No	No		
Photoblogs	No	No	No	No		
Audioblogs	No	No	No	No		
Videoblogs	No	No	No	No		
Wikis	No	No	No	No		

Fuente: (Elaboración propia)

En cuanto a la aparición de contenidos 2.0, www.bankiahabitat.es no hace uso de estas herramientas.

Recurso	Si / No	Número (en el conjunto de la web)	Presencia en portada	Presencia dentro de una sección de la web	Presencia autónoma	Otros comentarios
Contenidos 2.0						
Mashups	No	No	No	No		
Podcasts	No	No	No	No		
Lectores RSS	No	No	No	No		
Servicios para telefonía móvil	No	No	No	No		

Fuente: (Elaboración propia)

La inmobiliaria **BANKIA HABITAT**, www.bankiahabitat.es, no utiliza ningún tipo de marcadores sociales o etiquetas en su página web.

Recurso	Si / No	Número (en el conjunto de la web)	Presencia en portada	Presencia dentro de una sección de la web	Presencia autónoma	Otros comentarios
Metacontenidos						
Etiquetas o tags	No	No	No	No		
Folksonomía (Folksonomy)	No	No	No	No		
Marcadores sociales (Social bookmarking)	No	No	No	No		

Fuente: (Elaboración propia)

La inmobiliaria **BANKIA HABITAT**, www.bankiahabitat.es, no permite en ninguno de los apartados de su website la participación directa de sus clientes ni de usuarios de la plataforma en general.



Recurso	Si / No	Número (en el conjunto de la web)	Presencia en portada	Presencia dentro de una sección de la web	Presencia autónoma	Otros comentarios
Participación directa de los usuarios						
Personalización de página de inicio	No	No	No	No		
Herramientas para la votación de los contenidos por los usuarios	No	No	No	No		

Fuente: (Elaboración propia)

En cuanto a otros servicios de la web 2.0, tan extendidos y utilizados en la actualidad diariamente por millones de usuarios, www.bankiahabitat.es no hace ningún uso de ellos para comunicarse con sus actuales clientes o lo que es también muy importante, con potenciales clientes usuarios del cibermedio.

Recurso	Si / No	Número (en el conjunto de la web)	Presencia en portada	Presencia dentro de una sección de la web	Presencia autónoma	Otros comentarios
Otros servicios de la web 2.0						
Redes sociales (Facebook u otras)	No	No	No	No		
Redes de información (Twitter)	No	No	No	No		

Fuente: (Elaboración propia)

5.2.12.- EMPRESA INMOBILIARIA: BBVA INMOBILIARIA

EMPRESA INMOBILIARIA:	BBVA INMOBILIARIA
FUENTE:	www.bbvavivienda.com

The screenshot displays the BBVA Vivienda website interface. At the top, the BBVA logo and 'VIVIENDA' are visible, along with a phone number '902575700'. A navigation menu includes 'INICIO', 'CAMPAÑAS', 'SERVICIOS', 'MI CUENTA', 'EN TU MOVIL', and 'ALQUILER'. A banner at the top right states '30169 inmuebles con las mejores condiciones de compra'. The main search area is titled 'Buscar Propiedades' and includes a search bar, a 'Mapa/Dirección' tab, and filters for 'Tipo' (Pisos, Casas/Chalets, etc.), 'Provincia' (Cualquier Provincia, A Coruña, etc.), and 'Localidad' (Indiferente). Below the search filters are promotional banners: 'Plan locales 2012', 'Tenemos casas para todos' with the text '¡Aprovechate ahora! Tenemos casas para todos.', and 'Alquileres' with a 'alquiler' sign and the text 'Elige la tuya de entre toda la variedad que te ofrecemos.' To the right, there is a section 'Oportunidades en Madrid' featuring six property listings with images, discount percentages (e.g., -18%, -5%), and prices (e.g., 41.000 €, 28.000 €, 40.000 €).

Fuente: (www.bbvavivienda.com)

La tabla de análisis general sobre los atributos informativos en cada web en **la inmobiliaria BBVA VIVIENDA, dependiente del banco BBVA** responde a las siguientes características:

Recurso	Si / No	Número (en el conjunto de la web)	Presencia en portada	Presencia dentro de una sección de la web	Presencia autónoma	Otros comentarios
Tipología de atributos informativos en cada web						
Texto	No	No	No	No		
Fotografías	Si	Varias	No	Si		
Galería de fotografías	No	No	No	No		
Video	No	No	No	No		
Infografías	No	No	No	No		
Enlaces	No	No	No	No		

Fuente: (Elaboración propia)

El website de la inmobiliaria, www.bbvavivienda.com, no hace referencia a noticias relevantes relacionadas con el sector al que se dedica y que puedan resultar de interés para los usuarios o clientes.

Recurso	Si / No	Número (en el conjunto de la web)	Presencia en portada	Presencia dentro de una sección de la web	Presencia autónoma	Otros comentarios
Tipologías de mensaje / contenidos predominantes						
Noticia	No	No	No	No		
Reportaje	No	No	No	No		
Explicación proyecto	No	No	No	No		

Fuente: (Elaboración propia)

El website de la promotora, www.bbvavivienda.com no incorpora ninguna de las principales herramientas de diálogo on-line: Foros, chats y encuestas.



Recurso	Si / No	Número (en el conjunto de la web)	Presencia en portada	Presencia dentro de una sección de la web	Presencia autónoma	Otros comentarios
Herramientas dialógicas						
Foros	No	No	No	No		
Chats	No	No	No	No		
Encuestas	No	No	No	No		

Fuente: (Elaboración propia)

Con relación a la incorporación de plataformas de creación y gestión de contenidos 2.0, www.bbvivienda.com no utiliza ningún tipo de diario on-line que actualice continuamente sus contenidos, opiniones, etc....

Recurso	Si / No	Número (en el conjunto de la web)	Presencia en portada	Presencia dentro de una sección de la web	Presencia autónoma	Otros comentarios
Plataformas de creación y gestión de contenidos 2.0						
Weblogs	No	No	No	No		
Photoblogs	No	No	No	No		
Audioblogs	No	No	No	No		
Videoblogs	No	No	No	No		
Wikis	No	No	No	No		

Fuente: (Elaboración propia)

En cuanto a la aparición de contenidos 2.0, www.bbvivienda.com no hace uso de estas herramientas.



Recurso	Si / No	Número (en el conjunto de la web)	Presencia en portada	Presencia dentro de una sección de la web	Presencia autónoma	Otros comentarios
Contenidos 2.0						
Mashups	No	No	No	No		
Podcasts	No	No	No	No		
Lectores RSS	No	No	No	No		
Servicios para telefonía móvil	No	No	No	No		

Fuente: (Elaboración propia)

La inmobiliaria **BBVA VIVIENDA** , www.bbvavivienda.com, no utiliza ningún tipo de marcadores sociales o etiquetas en su página web.

Recurso	Si / No	Número (en el conjunto de la web)	Presencia en portada	Presencia dentro de una sección de la web	Presencia autónoma	Otros comentarios
Metacontenidos						
Etiquetas o tags	No	No	No	No		
Folksonomía (Folksonomy)	No	No	No	No		
Marcadores sociales (Social bookmarking)	No	No	No	No		

Fuente: (Elaboración propia)

La inmobiliaria **BBVA VIVIENDA** , www.bbvavivienda.com , no permite en ninguno de los apartados de su website la participación directa de sus clientes ni de usuarios de la plataforma en general.

Recurso	Si / No	Número (en el conjunto de la web)	Presencia en portada	Presencia dentro de una sección de la web	Presencia autónoma	Otros comentarios
Participación directa de los usuarios						
Personalización de página de inicio	No	No	No	No		
Herramientas para la votación de los contenidos por los usuarios	No	No	No	No		

Fuente: (Elaboración propia)

En cuanto a otros servicios de la web 2.0, tan extendidos y utilizados en la actualidad diariamente por millones de usuarios, www.bbvavivienda.com no hace ningún uso de ellos para comunicarse con sus actuales clientes o lo que es también muy importante, con potenciales clientes usuarios del cibermedio.

Recurso	Si / No	Número (en el conjunto de la web)	Presencia en portada	Presencia dentro de una sección de la web	Presencia autónoma	Otros comentarios
Otros servicios de la web 2.0						
Redes sociales (Facebook u otras)	No	No	No	No		
Redes de información (Twitter)	No	No	No	No		

Fuente: (Elaboración propia)

5.2.13.- EMPRESA INMOBILIARIA: SERVIHABITAT - La Caixa

EMPRESA INMOBILIARIA:	SERVIHABITAT - La Caixa
FUENTE:	www.servihabitat.com

Fuente: (<http://www.servihabitat.com>)

La tabla de análisis general sobre los atributos informativos en cada web en **la inmobiliaria SERVIHABITAT, dependiente del banco LA CAIXA** responde a las siguientes características:

Recurso	Si / No	Número (en el conjunto de la web)	Presencia en portada	Presencia dentro de una sección de la web	Presencia autónoma	Otros comentarios
Tipología de atributos informativos en cada web						
Texto	Si	Algunos	No	Si		
Fotografías	Si	Varias	No	Si		
Galería de fotografías	No	No	No	No		
Video	No	No	No	No		
Infografías	No	No	No	No		
Enlaces	No	No	No	No		

Fuente: (Elaboración propia)

El website de la inmobiliaria, <http://www.servihabitat.com>, no hace referencia a noticias relevantes relacionadas con el sector al que se dedica y que puedan resultar de interés para los usuarios o clientes.

Recurso	Si / No	Número (en el conjunto de la web)	Presencia en portada	Presencia dentro de una sección de la web	Presencia autónoma	Otros comentarios
Tipologías de mensaje / contenidos predominantes						
Noticia	No	No	No	No		
Reportaje	No	No	No	No		
Explicación proyecto	No	No	No	No		

Fuente: (Elaboración propia)

El website de la promotora, <http://www.servihabitat.com> no incorpora ninguna de las principales herramientas de diálogo on-line: Foros, chats y encuestas.



Recurso	Si / No	Número (en el conjunto de la web)	Presencia en portada	Presencia dentro de una sección de la web	Presencia autónoma	Otros comentarios
Herramientas dialógicas						
Foros	No	No	No	No		
Chats	No	No	No	No		
Encuestas	No	No	No	No		

Fuente: (Elaboración propia)

Con relación a la incorporación de plataformas de creación y gestión de contenidos 2.0, <http://www.servihabitat.com> utiliza un blog como herramienta de diario on-line que actualiza continuamente sus contenidos, opiniones, etc...

Recurso	Si / No	Número (en el conjunto de la web)	Presencia en portada	Presencia dentro de una sección de la web	Presencia autónoma	Otros comentarios
Plataformas de creación y gestión de contenidos 2.0						
Weblogs	No	No	No	No		
Photoblogs	No	No	No	No		
Audioblogs	No	No	No	No		
Videoblogs	Si	1	Si	No		
Wikis	No	No	No	No		

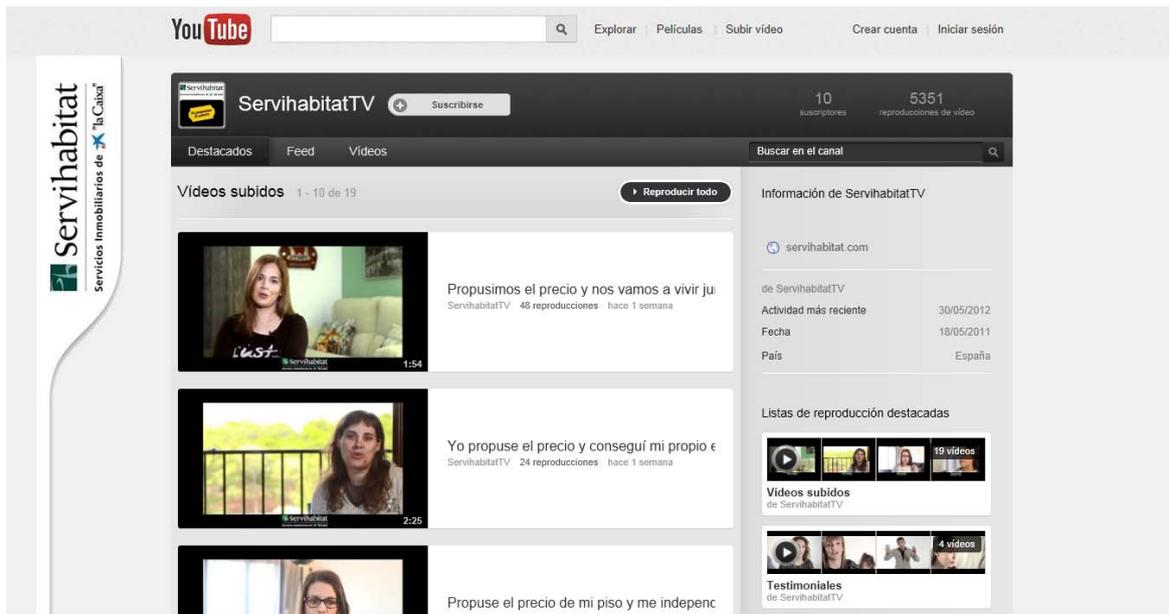
Fuente: (Elaboración propia)



Videoblogs

Desde el enlace a **Youtube** puedes acceder directamente a un **canal** en la plataforma donde aparecen diferentes videos de aproximadamente 1 minuto donde se ven videos sobre entrevistas reales de personas que han utilizado <http://www.servihabitat.com> para comprar su vivienda.

Canal totalmente actualizado con casos reales.



<http://www.youtube.com/user/ServihabitatTV>

En cuanto a la aparición de contenidos 2.0, <http://www.servihabitat.com> no hace uso de estas herramientas.

Recurso	Sí / No	Número (en el conjunto de la web)	Presencia en portada	Presencia dentro de una sección de la web	Presencia autónoma	Otros comentarios
Contenidos 2.0						
Mashups	No	No	No	No		
Podcasts	No	No	No	No		
Lectores RSS	No	No	No	No		
Servicios para telefonía móvil	No	No	No	No		

Fuente: (Elaboración propia)

La inmobiliaria **SERVIHABITAT**, <http://www.servihabitat.com>, no utiliza ningún tipo de marcadores sociales o etiquetas en su página web.

Recurso	Si / No	Número (en el conjunto de la web)	Presencia en portada	Presencia dentro de una sección de la web	Presencia autónoma	Otros comentarios
Metacontenidos						
Etiquetas o tags	No	No	No	No		
Folksonomía (Folksonomy)	No	No	No	No		
Marcadores sociales (Social bookmarking)	No	No	No	No		

Fuente: (Elaboración propia)

La inmobiliaria **SERVIHABITAT**, <http://www.servihabitat.com>, no permite en ninguno de los apartados de su website la participación directa de sus clientes ni de usuarios de la plataforma en general.

Recurso	Si / No	Número (en el conjunto de la web)	Presencia en portada	Presencia dentro de una sección de la web	Presencia autónoma	Otros comentarios
Participación directa de los usuarios						
Personalización de página de inicio	No	No	No	No		
Herramientas para la votación de los contenidos por los usuarios	No	No	No	No		

Fuente: (Elaboración propia)

En cuanto a otros servicios de la web 2.0, tan extendidos y utilizados en la actualidad diariamente por millones de usuarios, la inmobiliaria **SERVIHABITAT**, <http://www.servihabitat.com> está presente en Facebook y Twitter.



Recurso	Si / No	Número (en el conjunto de la web)	Presencia en portada	Presencia dentro de una sección de la web	Presencia autónoma	Otros comentarios
Otros servicios de la web 2.0						
Redes sociales (Facebook u otras)	Si	1	Si	No		
Redes de información (Twitter)	Si	1	Si	No		

Fuente: (Elaboración propia)

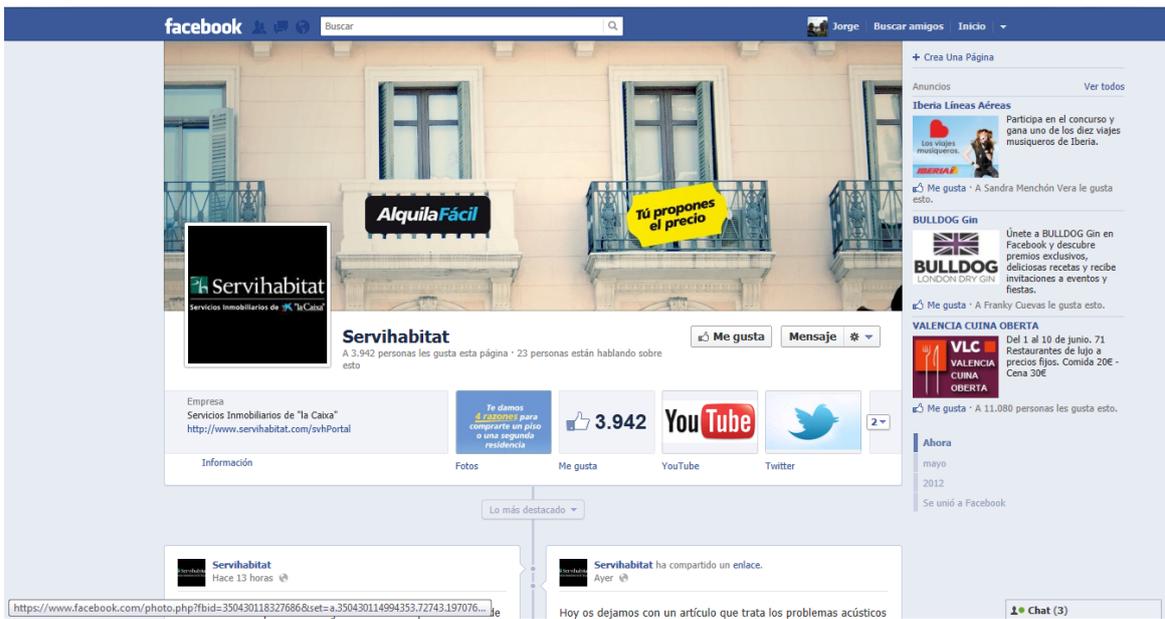


Facebook

Enlace directo a la página de Facebook donde además de los datos de contacto y presentar **3942 "me gusta"** en el momento de la impresión de pantalla, presenta una amplia galería de promociones con fotografías, datos y precio.

La plataforma permite un diálogo abierto en cada una de las promociones ofertadas, donde la gente va dejando opiniones, preguntas o comentarios.

Presenta **cuestionarios periódicamente** dentro de la página, solicitando información al usuario sobre lo que le gustaría encontrar en la plataforma: oferta de productos, trucos y consejos de decoración, noticias del sector inmobiliario, legislación....



<https://www.facebook.com/Servihabitat>

Cuestionarios en Facebook



Twitter

Desde el enlace a Twitter, la empresa vuelve a presentar algunas de sus **promociones** con los datos básicos, debido al condicionante en cuanto a número de caracteres que está plataforma permite.

Además de presentar la oferta, inserta noticias relativas a fechas sobre promoción de producto y se interesa abiertamente sobre la opinión y gustos del usuario: preferencia en cuanto a residencia, tipos de vivienda,....

357 Tweets

787 Following

835 Followers



The screenshot shows the Twitter profile for Servihabitat (@Servihabitat). The profile header includes the company name, bio, and website. Below the header are sections for 'Sigue a Servihabitat' (follow form), 'Tweets' (a list of recent tweets), and a footer with copyright and navigation links.

Sigue a Servihabitat

Nombre completo

Correo electrónico

Contraseña

Regístrate

Tweets

Siguiendo >

Seguidores >

Favoritos >

Listas >

© 2012 Twitter Sobre nosotros Ayuda Condiciones Privacidad Blog Estado Aplicaciones Recursos Trabajos Publicidad Negocios Media Desarrolladores

Tweets

Servihabitat @Servihabitat 6h
¿Buscáis segunda #residencia para ir de #vacaciones? Descubre nuestra oferta en bit.ly/ydaqX5
Abrir

Servihabitat @Servihabitat 13h
Encuentra un piso o una #segunda #residencia con sólo 4 pasos y #felizverano bit.ly/Lp4WY5
Abrir

Servihabitat @Servihabitat 5 de jun
Descárgate aquí nuestra #revista #Pásalo y entérate de todo. servihabitat.com/revistaPasalo/
Abrir

Servihabitat @Servihabitat 4 de jun
¿Habéis #cambiado alguna vez de #piso? facebook.com/Servihabitat
Abrir

Servihabitat @Servihabitat 1 de jun
Nuestro #FF a nuestros últimos seguidores @orduak, @PatronImo y @SantiagoDFC. ¡ Feliz viernes!
Abrir

<http://twitter.com/#!/Servihabitat>



5.2.14.- EMPRESA INMOBILIARIA: INMOCOLONIAL

EMPRESA INMOBILIARIA:	INMOCOLONIAL
FUENTE:	www.inmocolonial.com



Fuente: (www.inmocolonial.com)

La tabla de análisis general sobre los atributos informativos en cada web en **la inmobiliaria INMOCOLONIAL**, responde a las siguientes características:

Recurso	Si / No	Número (en el conjunto de la web)	Presencia en portada	Presencia dentro de una sección de la web	Presencia autónoma	Otros comentarios
Tipología de atributos informativos en cada web						
Texto	Si	Varios	Si	No		
Fotografías	Si	Varias	No	Si		
Galería de fotografías	No	No	No	No		
Video	No	No	No	No		
Infografías	No	No	No	No		
Enlaces	No	No	No	No		

Fuente: (Elaboración propia)

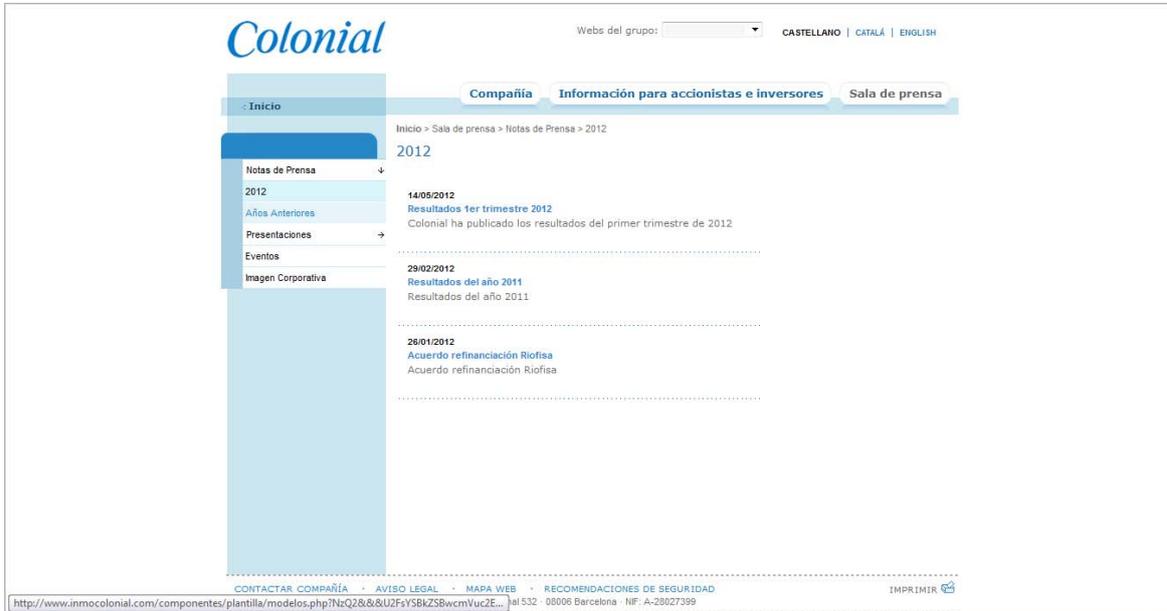
El website de la inmobiliaria, www.inmocolonial.com, hace referencia a diferentes noticias relevantes relacionadas con el sector al que se dedica y que puedan resultar de interés para los usuarios o clientes.

Recurso	Si / No	Número (en el conjunto de la web)	Presencia en portada	Presencia dentro de una sección de la web	Presencia autónoma	Otros comentarios
Tipologías de mensaje / contenidos predominantes						
Noticia	Si	Algunas	No	Si		
Reportaje	No	No	No	No		
Explicación proyecto	No	No	No	No		

Fuente: (Elaboración propia)

Noticias

El website de la promotora, www.inmocolonial.com, desde su pestaña " sala de prensa " donde aparece información sobre resultados de la empresa,....relacionadas con la propia empresa.



Colonial

Webs del grupo: CASTELLANO | CATALÀ | ENGLISH

Inicio Compañía Información para accionistas e inversores Sala de prensa

Inicio > Sala de prensa > Noticias de Prensa > 2012

2012

14/05/2012
Resultados 1er trimestre 2012
Colonial ha publicado los resultados del primer trimestre de 2012

29/02/2012
Resultados del año 2011
Resultados del año 2011

28/01/2012
Acuerdo refinanciación Riofisa
Acuerdo refinanciación Riofisa

CONTACTAR COMPAÑÍA · AVISO LEGAL · MAPA WEB · RECOMENDACIONES DE SEGURIDAD

<http://www.inmocolonial.com/componentes/plantilla/modelos.php?NzQ2&&U2FsYSBkZSBwcmVuc2E> | 532 - 08006 Barcelona - NIF: A-28027399

IMPRIMIR

<http://www.inmocolonial.com/componentes/plantilla/modelos.php?NzQ2&&U2FsYSBkZSBwcmVuc2E>

[%3D](#)

El website de la promotora, www.inmocolonial.com no incorpora ninguna de las principales herramientas de diálogo on-line: Foros, chats y encuestas.

Recurso	Si / No	Número (en el conjunto de la web)	Presencia en portada	Presencia dentro de una sección de la web	Presencia autónoma	Otros comentarios
Herramientas dialógicas						
Foros	No	No	No	No		
Chats	No	No	No	No		
Encuestas	No	No	No	No		

Fuente: (Elaboración propia)



Con relación a la incorporación de plataformas de creación y gestión de contenidos 2.0, www.inmocolonial.com no utiliza ningún tipo de diario on-line que actualice continuamente sus contenidos, opiniones, etc....

Recurso	Si / No	Número (en el conjunto de la web)	Presencia en portada	Presencia dentro de una sección de la web	Presencia autónoma	Otros comentarios
Plataformas de creación y gestión de contenidos 2.0						
Weblogs	No	No	No	No		
Photoblogs	No	No	No	No		
Audioblogs	No	No	No	No		
Videoblogs	No	No	No	No		
Wikis	No	No	No	No		

Fuente: (Elaboración propia)

En cuanto a la aparición de contenidos 2.0, www.inmocolonial.com no hace uso de estas herramientas.

Recurso	Si / No	Número (en el conjunto de la web)	Presencia en portada	Presencia dentro de una sección de la web	Presencia autónoma	Otros comentarios
Contenidos 2.0						
Mashups	No	No	No	No		
Podcasts	No	No	No	No		
Lectores RSS	No	No	No	No		
Servicios para telefonía móvil	No	No	No	No		

Fuente: (Elaboración propia)

La inmobiliaria **INMOCOLONIAL**, www.inmocolonial.com, no utiliza ningún tipo de marcadores sociales o etiquetas en su página web.



Recurso	Si / No	Número (en el conjunto de la web)	Presencia en portada	Presencia dentro de una sección de la web	Presencia autónoma	Otros comentarios
Metacontenidos						
Etiquetas o tags	No	No	No	No		
Folksonomía (Folksonomy)	No	No	No	No		
Marcadores sociales (Social bookmarking)	No	No	No	No		

Fuente: (Elaboración propia)

La inmobiliaria **INMOCOLONIAL**, www.inmocolonial.com, no permite en ninguno de los apartados de su website la participación directa de sus clientes ni de usuarios de la plataforma en general.

Recurso	Si / No	Número (en el conjunto de la web)	Presencia en portada	Presencia dentro de una sección de la web	Presencia autónoma	Otros comentarios
Participación directa de los usuarios						
Personalización de página de inicio	No	No	No	No		
Herramientas para la votación de los contenidos por los usuarios	No	No	No	No		

Fuente: (Elaboración propia)

En cuanto a otros servicios de la web 2.0, tan extendidos y utilizados en la actualidad diariamente por millones de usuarios, www.inmocolonial.com no hace ningún uso de ellos para comunicarse con sus actuales clientes o lo que es también muy importante, con potenciales clientes usuarios del cibermedio.

Recurso	Si / No	Número (en el conjunto de la web)	Presencia en portada	Presencia dentro de una sección de la web	Presencia autónoma	Otros comentarios
Otros servicios de la web 2.0						
Redes sociales (Facebook u otras)	No	No	No	No		
Redes de información (Twitter)	No	No	No	No		

Fuente: (Elaboración propia)

5.3.- TABLA RESUMEN DE DATOS

En relación directa con las promotoras de inmuebles pero en un grupo mucho más relacionado con el trato directo con el cliente vamos a analizar en detalle los *sites* corporativos seleccionados en la fase inicial del trabajo. Para ello se presentan las tablas resumen del análisis pormenorizado de las páginas web corporativas de las empresas inmobiliarias estudiadas.

Para una mejor comprensión de las mismas, la información extraída se ha distribuido en 9 grandes grupos:

- **Tipología de atributos informativos en cada web**

Este apartado está destinado al análisis que podemos hacer tomando como punto de partida el primer acceso realizado a la web estudiada.

Se toman datos relativos a la presencia de textos y fotografías así como de la importancia que tienen en pantalla cada una de ellas.

Se pretenden extraer también en esta primera parte del estudio cual es el porcentaje de empresas que dan un paso más en el aprovechamiento de recursos 2.0 y colocan enlaces a otras web, información relevante o videos bien de producción propia o bien de interés para el usuario.

- **Tipología de mensaje y contenidos predominantes**

Apartado destinado a observar que webs fomentan la presencia de noticias, de índole corporativa o relativa al sector, con el objeto de mantener al usuario interesado en el día a día de la empresa o por motivos meramente sujetos a una búsqueda de información especializada. El posible interés despertado será una de los criterios de uso en que se fundamente la pretendida fidelización del cliente.

- **Herramientas dialógicas**

Este grupo basa su interés en la aparición en los *sites* de foros, chats o encuestas que permitan la comunicación bidireccional entre la empresa y el usuario. Este apartado es de enorme importancia porque permite conocer la opinión de los



usuarios acerca de un determinado tema o producto, facilitando encuestas de opinión con gran número de participantes y a un coste mínimo.

Al mismo tiempo, permite resolver las posibles cuestiones comunes de un número determinado de usuarios con una única respuesta general en lugar de multitud de contestaciones personalizadas.

- **Plataformas de creación y gestión de contenidos 2.0**

Con este grupo quedará patente el posible uso que de las múltiples herramientas basadas en los blogs, hacen las distintas empresas. Este tipo de recurso, como se ha visto anteriormente en el marco teórico, requerirá de una gran dedicación en tiempo y disponer de gran cantidad de recursos tanto textuales como visuales que permitan actualizar periódicamente los distintos tipos de blogs. Será por tanto interesante ver cual es a nivel porcentual la cantidad de empresas dispuestas a asumir este reto.

- **Contenidos 2.0**

En esta familia se deberán extraer datos relativos a comunicación transversal entre plataformas, viendo si las empresas analizadas se aprovechan de los contenidos que puedan serles de interés y que estén expuestos en otros sites a los que pueden tener acceso directo.

En otro sentido se busca cual es la utilización de herramientas para realizar trabajos, compartir datos o información a través de los contenidos dispuestos en la red.

- **Metacontenidos**

De gran relevancia en la actualidad, debido a la gran presencia de empresas que ofrecen productos similares a los nuestros, resultan interesante conocer que parte del cuerpo analizado consolida su presencia en la web 2.0 con marcadores sociales o etiquetas que les permitan destacar en la red cuando un usuario interesado en el producto pone en marcha los motores de búsqueda que tienen a su alcance.



- **Participación directa de usuarios**

Como recurso paralelo a las herramientas dialógicas, se pretende cuantificar el número de empresas que, sobre temas previamente propuestos, dan voz y "voto" a los usuarios.

- **Otros servicios 2.0**

Las columnas de este grupo informan sobre la utilización de las plataformas sociales más extendidas: : Facebook, Twitter y LinkedIn.

Será preciso cuantificar cuantas son las empresas que se apoyan en este espacio paralelo a la web corporativa como modo de mantener el interés por los productos ofertados (proyectos o bienes inmuebles).

- **Acceso Directo**

En este apartado se ha observado si el site analizado contiene en su página de inicio el icono de acceso directo a las plataformas antes reseñadas.



	Herramientas dialógicas				Plataformas de creación y gestión de contenidos 2.0										Contenidos 2.0									
	SI/No	SI/No	SI/No	SI/No	Número	Presencia dentro de una sección de la web	Presencia autónoma	Otros comentarios	Número	Presencia dentro de una sección de la web	Presencia autónoma	Otros comentarios	SI/No	SI/No	SI/No	SI/No	SI/No	Número	Presencia dentro de una sección de la web	Presencia autónoma	Otros comentarios	SI/No	SI/No	
Inmobiliarias	Foros	Chats	Encuestas	Otros			Weblogs			Photoblogs	Audioblogs	Videoblogs			Wikis	Otros	Mashups	Podcasts	Lectores RSS			Servicios para telefonía móvil	Otros	
Gesinco	No	No	No	solicitar información adicional	1	No	No	No	No	No	No	No	No	No	No	No	No	No	No	No	No	No	No	No
Hedreal State	No	No	No			No	No	No	No	No	No	No	No	No	No	No	No	No	No	No	No	No	No	No
Tu Casa	No	No	No			No	No	No	No	No	No	No	No	No	No	No	No	No	No	No	No	No	No	No
Grupo 90	No	No	No			No	No	No	No	No	No	No	No	No	No	No	No	No	No	No	No	No	No	No
Idealista	No	No	No			Si	1	Si	No	No	No	No	No	No	No	No	No	No	No	No	No	No	No	No
Inmocasa	No	No	No			No	No	No	No	No	No	No	No	No	No	No	No	No	No	No	No	No	No	No
Altamira Santander	No	No	No			No	No	No	No	No	No	Si	1	Si	No	No	No	No	No	No	No	No	No	No
Khun Partner	No	No	No			No	No	No	No	No	No	No	No	No	No	No	No	No	No	No	No	No	No	No
CX Inmobiliaria	No	No	No			No	No	No	No	No	No	Si	1	Si	No	No	No	No	No	No	No	No	No	No
Grupo ágora	No	No	No			Si	1	Si	No	No	No	Si	1	Si	No	No	No	No	No	No	No	No	No	No
Bankia Habitat	No	No	No			No	No	No	No	No	No	No	No	No	No	No	No	No	No	No	No	No	No	No
BBVA	No	No	No			No	No	No	No	No	No	No	No	No	No	No	No	No	No	No	No	No	No	No
Servihabitat	No	No	No			No	No	No	No	No	No	Si	1	Si	No	No	No	No	No	No	No	No	No	No
Inmocolonial	No	No	No			No	No	No	No	No	No	No	No	No	No	No	No	No	No	No	No	No	No	No

Inmobiliarias	Metacontenidos				Participación directa de usuarios			Otros servicios 2.0					Acceso directo							
	Si / No	Si / No	Si / No	Si / No	Si / No	Si / No	Si / No	Número	Presencia dentro de una sección de la web	Presencia autónoma	Otros comentarios	Si / No	Número	Presencia dentro de una sección de la web	Presencia autónoma	Otros comentarios	Si / No	Presencia de icono de acceso directo a Facebook	Presencia de icono de acceso directo a Twitter	Presencia de icono de acceso directo a LinkedIn
	Etiquetas o tags	Folksonomía (Folksonomy)	Marcadores sociales (Social bookmarking)	Otros	Personalización de página de inicio	Herramientas para la votación de los contenidos por los usuarios	Otros	Redes sociales (Facebook o otras)			Redes de información (Twitter)			Otros						
Gesinco	No	No	No		No	No		No	No	No	No	No	No	No	No	No	No	No	No	No
Hedreal State	No	No	No		No	No		No	No	No	No	No	No	No	No	No	No	No	No	No
Tu Casa	No	No	No		No	No		Si	1	Si	No	solo "me gusta"	Si	1	Si	No	Solo Tweet	Si	Si	No
Grupo 90	No	No	No		No	No		Si	1	Si	No		No	No	No	No		Si	No	No
Idealista	No	No	No		No	No		Si	1	Si	No		Si	1	Si	No		No	No	No
Inmocasa	No	No	No		No	No		No	No	No	No		No	No	No	No		No	No	No
Altamira Santander	No	No	No		No	No		Si	1	Si	No		Si	1	Si	No		Si	Si	No
Khun Partner	No	No	No		No	No		Si	1	Si	No		No	No	No	No		Si	No	No
CX Inmobiliaria	No	No	No		No	No		Si	1	Si	No		Si	1	Si	No		Si	Si	No
Grupo ágora	No	No	No		No	No		Si	1	Si	No		Si	1	Si	No		Si	Si	No
Bankia Habitat	No	No	No		No	No		No	No	No	No		No	No	No	No		No	No	No
BBVA	No	No	No		No	No		No	No	No	No		No	No	No	No		No	No	No
Servihabitat	No	No	No		No	No		Si	1	Si	No		Si	1	Si	No		Si	Si	No
Inmocolonial	No	No	No		No	No		No	No	No	No		No	No	No	No		No	No	No

5.4.- BALANCE GENERAL DE LA PRESENCIA DE LA WEB 2.0 EN LOS PRINCIPALES EMPRESAS INMOBILIARIAS DE ESPAÑA.

Su objetivo es maximizar las ventas de inmuebles.

Estas empresas recurren de un modo habitual a la web 2.0 por el fácil acceso a millones de posibles clientes.

Es fundamental y siendo el modo de impacto más directo de la información, casi todas ellas (**78,6%**) incorporan fotografías, prestando menos interés a la aparición de textos explicativos (**7%**) salvo los extractos relativos a situación, breve descripción del inmueble, m² y precio.

Sólo el **28,6%** utilizan la presentación de contenidos de noticias, y en su mayoría sin mención alguna a información de interés general al margen de la gestión de producto propio .

Apenas un **7,1%** utiliza recursos destinados a presentar galerías de fotografías.

Ninguna de los **14** empresas inmobiliarias (**0%**), utiliza herramientas dialógicas en su página profesional. No existen foros o chats que permitan la producción de opiniones o sugerencias de un modo directo por parte de sus clientes. En idéntico porcentaje (**0%**), presentan la opción a encuestas sobre temas de interés para el cliente y que permitirían recabar información rápida sobre preferencias u opiniones de los usuarios y clientes.

Ya son un creciente **28,60%** de las analizadas, las que utilizan plataformas para la gestión de contenidos, video blogs como Youtube, que permiten ver un video y hacer un recorrido real dentro de la vivienda seleccionada.

Tras el análisis, observamos que sólo **una (7,1%)** de las inmobiliarias (Grupo Ágora) utiliza la sindicación de contenidos bajo el formato RSS para acceder a fuentes de información (feeds) publicadas en otros portales y que quedarán integradas en la plataforma propia.

Su presencia en Facebook es del **57,1%** , al igual que en Twitter (**42,9%**), muestra el creciente interés por las plataformas con mayor número de usuarios.

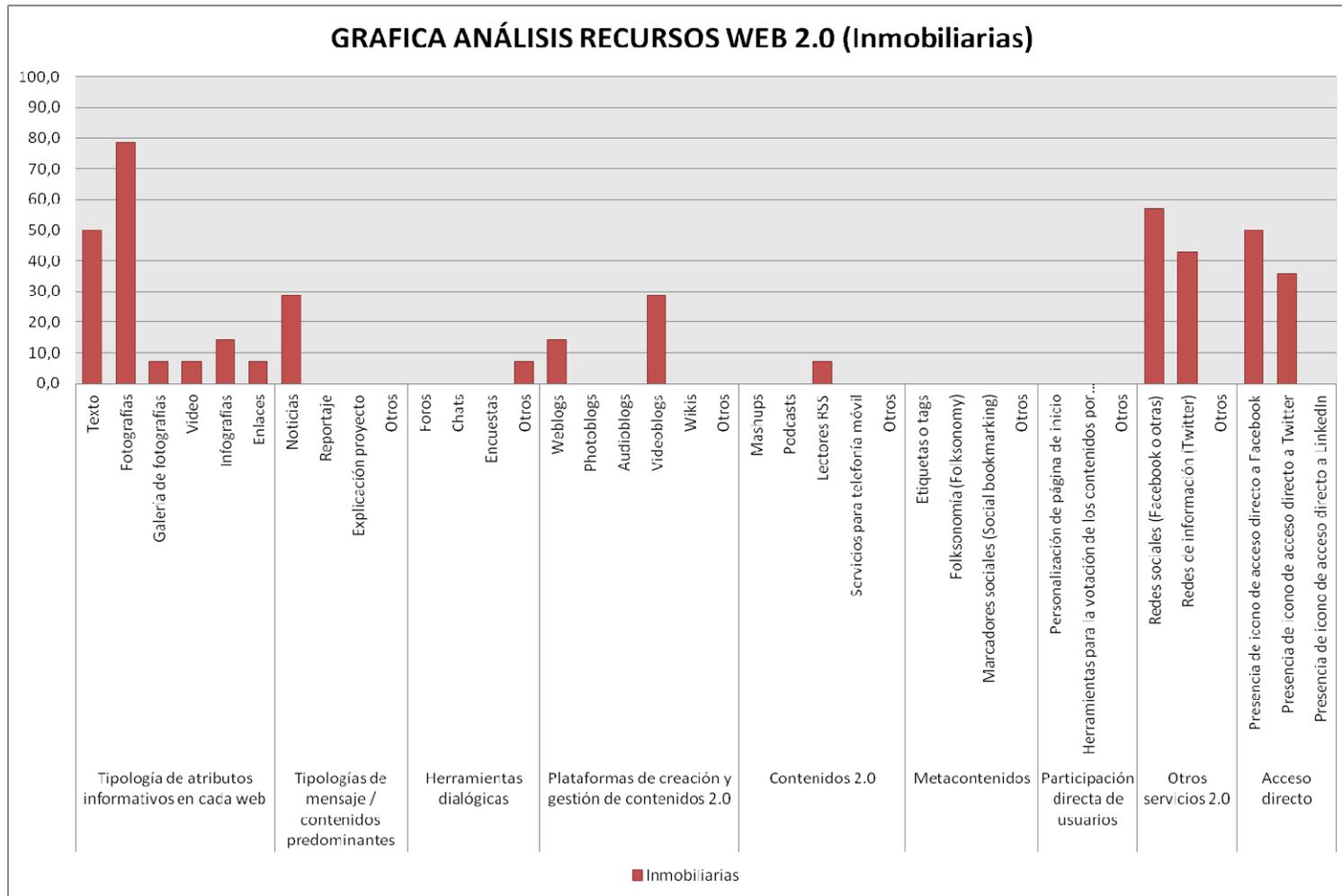


Figura 22: Recursos de la web 2.0 utilizados por las empresas inmobiliarias (Elaboración propia)



Figura 23: Recursos Utilizados - Recursos adicionales propuestos para las empresas inmobiliarias (Elaboración propia)



Parte 6

CONCLUSIONES



6.1.- TABLAS COMPARATIVAS

Antes de proceder a mostrar las conclusiones del presente trabajo, se exponen en este apartado unas gráficas para que de un modo sencillo se analice el punto en el que nos encontramos.

Para ello, se han unificado en un mismo diagrama los datos extraídos del análisis de las muestras (ver leyenda de colores; Rojo: Empresas inmobiliarias, Azul: Estudios de arquitectura y Verde: promotoras de inmuebles).

Resulta muy ilustrativo ver como la práctica totalidad de los tres grupos de empresas que desarrollan su actividad en el desarrollo y comercialización de producto inmobiliario utilizan las herramientas online de carácter más estático: textos y fotografías-infografías; dejando en segundo lugar con un porcentaje mucho menor la presentación de noticias y photoblogs, weblogs o videoblogs.

Es fundamental determinar porque estas empresas abandonan completamente los recursos más activos de la web 2.0 (Foros, chats, Encuestas, RSS, Podcasts, Mashups,....).

Esto podría estar motivado por el creciente uso de portales como Facebook, Twitter o LinkedIn, donde el usuario puede acceder a millones de usuarios y generar una comunicación mucho más activa. Suponiendo que este fuera el caso, apenas el 50% en comercializadoras y tan sólo el 20% en estudio de arquitectura hacen uso de estas plataformas, y cuando lo hacen no lo hacen desde el punto de vista para el que fueron creadas (permitir la interacción con el usuario cliente y la generación de opiniones o producción de información) sino para ser un modo de exposición más generalista y expansiva de la misma información que ya recoge su página web corporativa.

Debemos hacer ver a estas empresas que a través de un uso más adecuado de estas herramientas: el poder de comunicación, la fidelización y el seguimiento de nuestra actividad que realicen los usuarios crecerá exponencialmente.

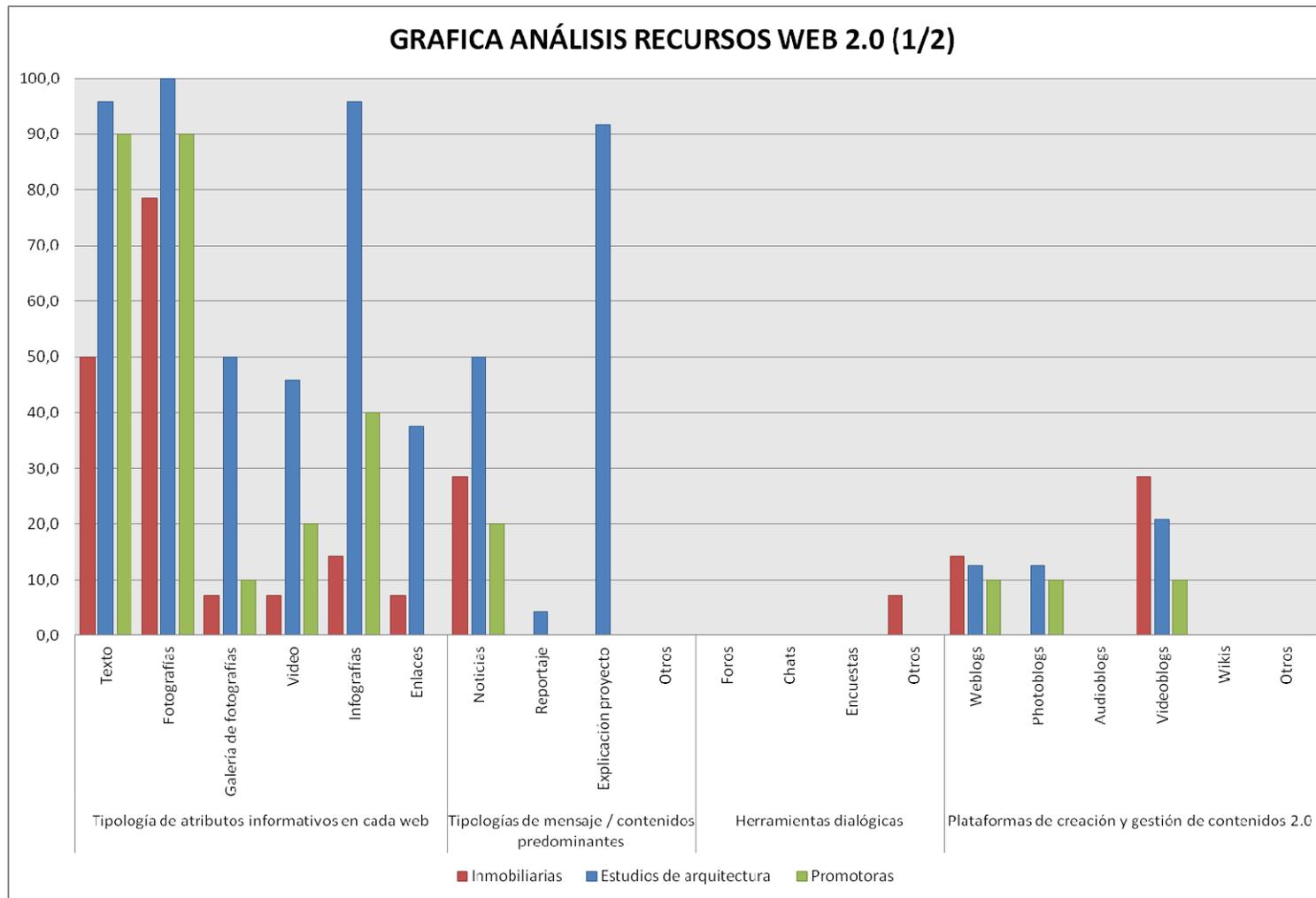


Figura 24: Comparativas recursos web 2.0 utilizados por estudios de arquitectura, promotoras de edificios y empresas inmobiliarias (1/2)(Elaboración propia)

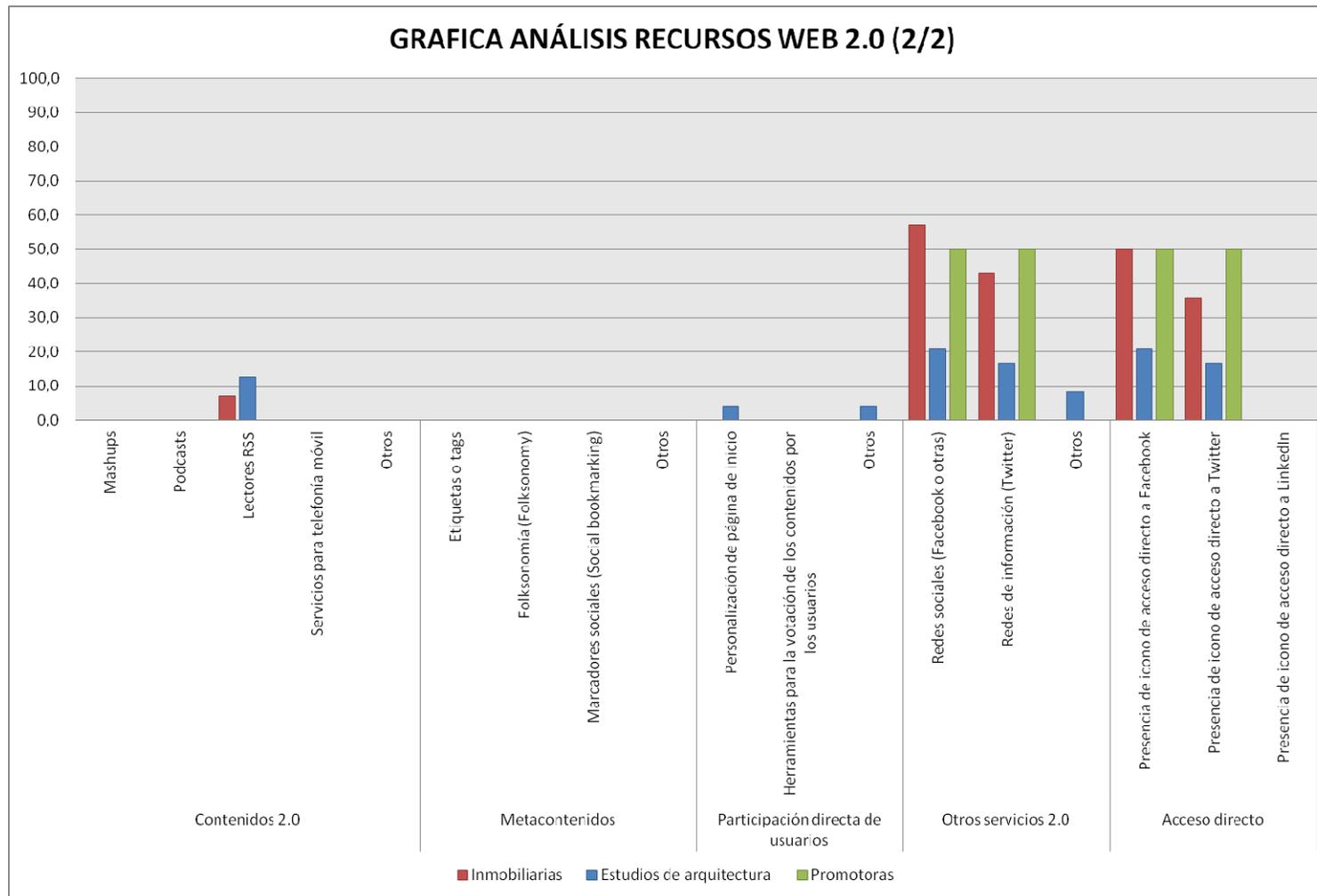


Figura 25: Comparativas recursos web 2.0 utilizados por estudios de arquitectura, promotoras de edificios y empresas inmobiliarias (2/2)(Elaboración propia)

ESTUDIOS DE ARQUITECTURA

INMOBILIARIAS

PROMOTORAS

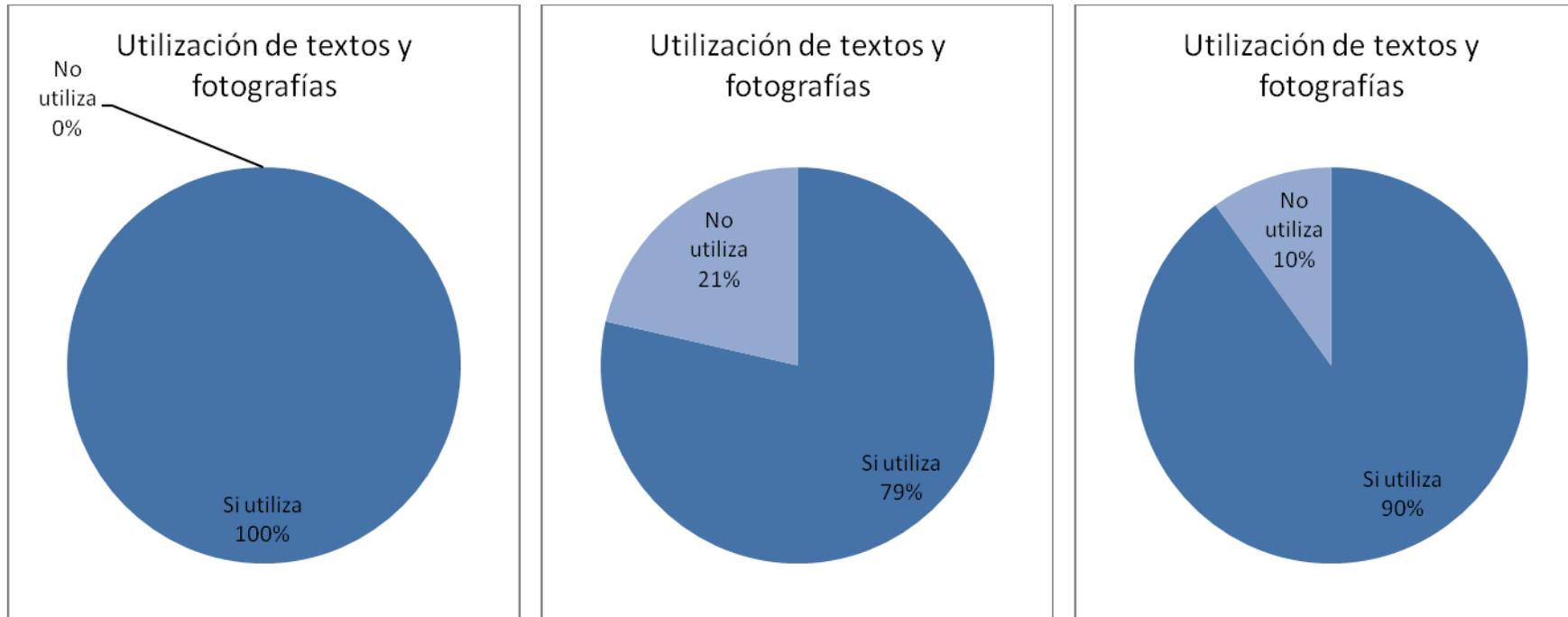


Figura 26: Porcentaje de uso de textos y fotografías en cada tipo de empresa del sector. Esquemas comparativos.

ESTUDIOS DE ARQUITECTURA

INMOBILIARIAS

PROMOTORAS

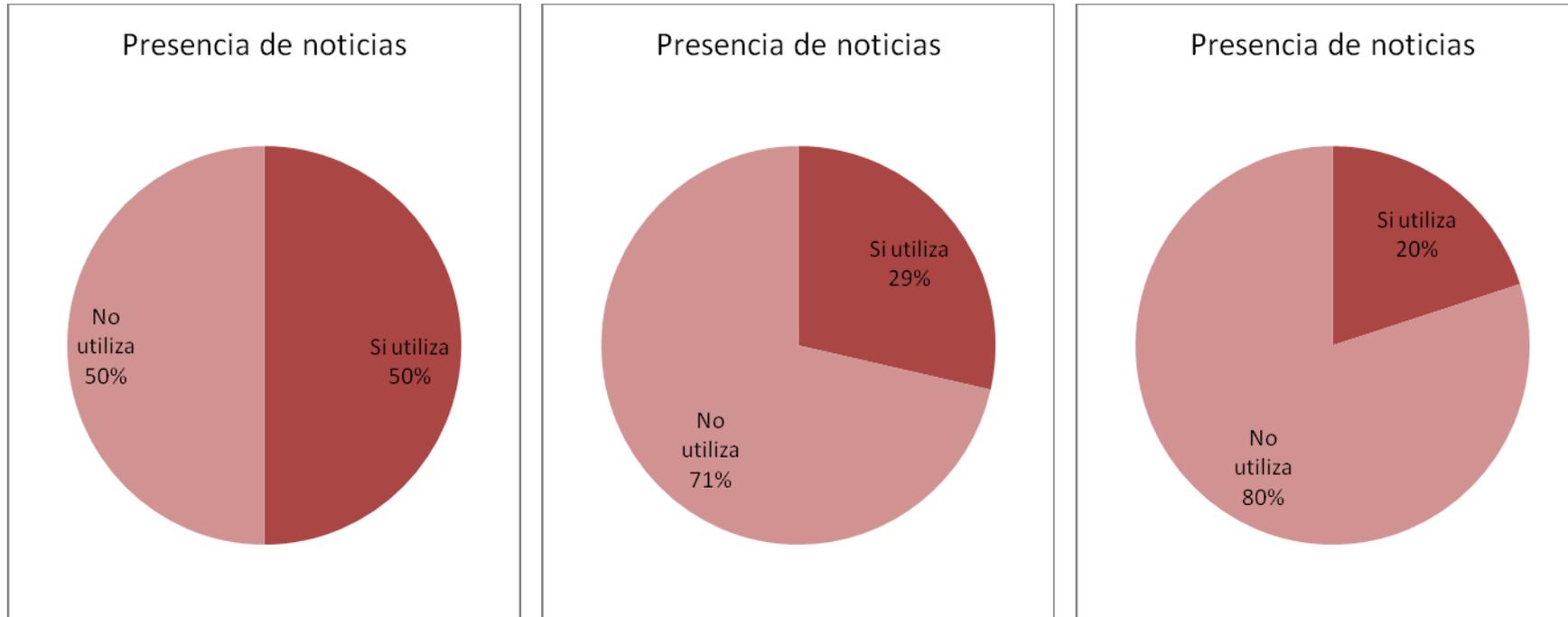


Figura 27: Porcentaje de presencia de noticias en cada tipo de empresa del sector. Esquemas comparativos.

ESTUDIOS DE ARQUITECTURA

INMOBILIARIAS

PROMOTORAS



Figura 28: Porcentaje de uso de blogs en cada tipo de empresa del sector. Esquemas comparativos.

ESTUDIOS DE ARQUITECTURA

INMOBILIARIAS

PROMOTORAS

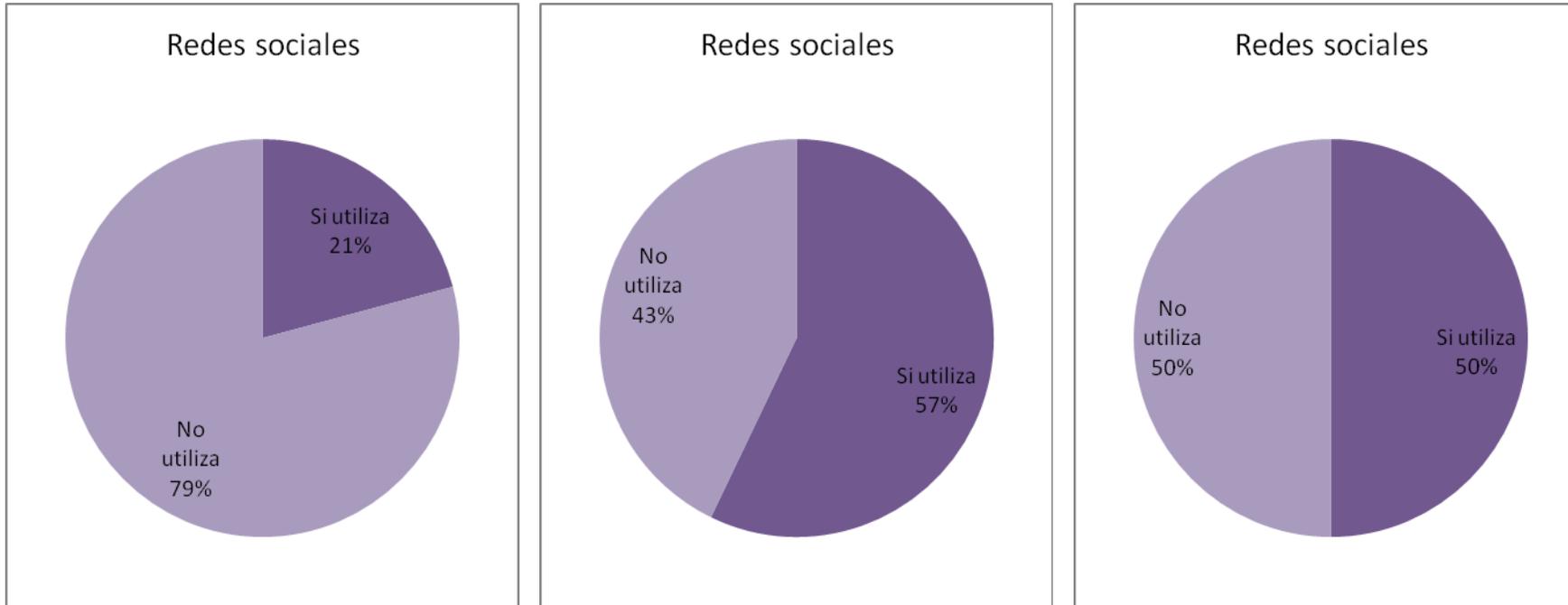


Figura 29: Porcentaje de uso de redes sociales en cada tipo de empresa del sector. Esquemas comparativos.

La presente comparativa muestra únicamente los porcentajes de aquellos recursos que **si** utilizan las empresas estudiadas.

Las gráficas sobre el uso de la web 2.0 que en mayor o menor porcentaje se integran en el funcionamiento online de cada familia permite ver de un modo rápido y porcentual (tono oscuro equivale a Afirmativo-Si) la cantidad de herramientas empleadas en la página web corporativa.

A nivel general vuelve a observarse la necesidad de ampliar el uso de las redes sociales por parte de los estudios de arquitectura y además en un sentido mucho más participativo.

El resto de empresas continua creciendo en el uso de estos portales.

Parece necesario determinar que un aumento en la presencia de noticias de actualidad en los portales corporativos permitiría que los clientes accedieran a sus plataformas con el objeto de ser aconsejados, recabar información de interés relativa a la compra-venta de inmuebles: procedimientos, pasos a seguir, impuestos, leyes, normativas,.... generándose una interrelación entre ambos que aumentaría la cercanía y la confianza entre ambos.

Tras el análisis pormenorizado, son oportunas las siguientes apreciaciones:

- El 90% de las empresas analizadas tienen un página web de carácter estático.
- Es muy escaso el uso herramientas de carácter participativo como los blogs.
- Las empresas con una línea más activa optan en su mayoría por Facebook y Twitter como plataformas participativas.
- El uso que de Facebook y Twitter hacen dichas empresas suele ser expositivo.
- Generar participación conlleva fidelización y abre nuevos mercados.

6.2.- SOBRE ESTUDIOS DE ARQUITECTURA

Una vez analizadas las páginas web de estudios de arquitectura recopiladas en el muestreo podemos considerar que la mayoría de dichas plataformas, son únicamente exposiciones de los trabajos realizados.

Con abundancia de fotografías e infografías en tres dimensiones siempre y con presencia de textos explicativos en casi todos, quedan como un escaparate sin vida en el que sólo, los más interesados en recabar información concreta, profundizarán en los largos y poéticos textos explicativos de cada uno de los edificios.

La información de interés a modo de noticias o enlaces que aparecen en algunos de los despachos (**48%**), trata únicamente de información relativa al propio estudio, sin mención alguna a información de interés sobre la actividad desarrollada, arquitectura, vivienda, normativas,

Los estudios de arquitectura de más reciente fundación (arquitectos de menos de 40-45 años) están incluyendo en sus webs herramientas que permiten colgar galerías de fotografías (Flickr,..)

Ninguno de los despachos analizados (**24**), utiliza herramientas dialógicas en su página profesional como un foro o un chat que permita la interrelación directa con sus clientes, y mucho menos presentan la opción a encuestas sobre temas de actualidad profesional o vinculados a la actividad del despacho si bien es cierto, algunos de ellos (**12%**) utilizan plataformas para la gestión de contenidos, weblogs y photoblogs, donde realizan comentarios más cercanos y personales sobre el material expuesto.

Son muy pocos los estudios (**12%**) que incorporan recursos (RSS,..) para aprovechar contenidos de otros portales y así poder presentar noticias publicadas en otros portales mediante la integración directa en nuestra plataforma.

Los más relevante, a nivel de difusión, queda claramente evidenciado en el uso de Facebook y Twitter, ya que con millones y millones de usuarios sólo ha sido incorporado en el **20%** de los estudios de arquitectura analizados.

Tras el estudio de oficinas técnicas podemos concluir así:





- Las páginas web de estudios de arquitectura son un mero escaparate de los trabajos realizados.
- Ningún estudio utiliza foros o chats en sus *sites* corporativos.
- Todas las oficinas técnicas consideran necesario estar presentes en la web social.
- La totalidad de los estudios confía en la web 2.0 como herramienta de fidelización.
- Casi ningún estudio emplea adecuadamente el potencial de los recursos de la web 2.0.
- Los despachos de arquitectura utilizan la web 2.0 con los parámetros estáticos cercanos a principios de los años 90, cuando se inventó.
- Los despachos encuestados que explotan adecuadamente los recursos a su servicio aseguran haber conseguido clientes a través de la web social.
- Se produce una dicotomía entre lo que se dice y lo que realmente se lleva a la práctica ("intención vs hechos").



6.3.- SOBRE PROMOTORAS DE VIVIENDAS

Las empresas promotoras deben maximizar la venta de inmuebles. Su aparición en la Web 2.0 pasa por utilizar esta herramienta como un modo más en la búsqueda de su principal objetivo. De ahí que inicialmente presten más atención al primer impacto: fotografía y texto explicativo del producto.

La aparición de noticias en sus páginas, **20%**, combina la promoción de algún producto con la recogida de noticias relativas desgravación de impuestos por compra de inmuebles, ventajas de cualquier tipo hacia el comprador, etc. ...

Ninguna de ellas presta atención a la opinión de los usuarios de un modo directo en sus páginas, motivo por el cual no resulta llamativo su crecimiento en plataformas de la web 2.0, como facebook y twitter, ya que no queriendo renunciar a una cantidad tan ingente de usuarios, resultan más convenientes y rápidas a la hora de canalizar opiniones sin hacerlo directamente en su website.

Es necesario resaltar que:

- La mayoría de empresas inmobiliarias utilizan su web de un modo estático.
- En contraposición, enlazan casi siempre sus *sites* con plataformas creadas en la web 2.0: Facebook, Twitter,...
- Es creciente la presentación de producto mediante videos explicativos a través de YouTube.

6.4.- SOBRE EMPRESAS INMOBILIARIAS

De un modo similar a las promotoras inmobiliarias su objetivo es maximizar las ventas de inmuebles. Simplemente matizar que, frente a las promotoras, este es su objetivo único, además de propiciar un trato mucho más directo con el usuario o cliente.

Frente a las promotoras, y por su modo de funcionamiento, estas empresas recurren de un modo habitual a la web 2.0 por ser una plataforma de contacto directo con millones de posibles clientes.

Basan su capacidad de impacto en la fotografía y el texto breve pero conciso.

Aunque muy pocas utilizan la presentación de contenidos de noticias, ya empiezan a aparecer las primeras que utilizan su plataforma 2.0 como modo de mantener a los clientes y usuarios vinculados a la información que presentan (p.e. Grupo Ágora).

La presencia en plataformas con Facebook o Twitter es creciente y ya de por sí alta, sirviendo de indicador del inmenso campo de posibles clientes que se abre en su horizonte más cercano.

Con la información recabada resulta apropiado indicar que:

- Las empresas inmobiliarias buscan el trato más directo posible con el cliente.
- La web 2.0 es la plataforma ideal donde promocionar productos gracias a su inmenso alcance.
- Las encuestas en la web social permiten conocer en tiempo real las preferencias de miles de usuarios.

6.5.- GENERALES

Actualmente la web 2.0 o web social forma parte inevitable de nuestras vidas, estando presente en nuestro día a día.

Diariamente, millones de personas, entre ellos la mayoría de nuestros clientes, hacen uso de un modo u otro de alguna de las múltiples plataformas o de las innumerables herramientas que tienen a su servicio.

Es difícil considerar que alguno de nuestros clientes, *alguno habrá*, no entre a internet cada día desde cualquier dispositivo a su alcance: teléfono móvil, tablet, ordenador portátil,...tanto en su trabajo como fuera de él.

Entre otras muchas cosas, nuestra presencia activa en la web 2.0 permitirá y potenciará la percepción que sobre nuestra empresa vayan creándose nuestros clientes.

Tras el presente estudio, podemos constatar que sólo una minoría de los despachos de arquitectura utilizan la web 2.0 en su vida profesional, en especial, aquellas oficinas de arquitectos de mayor edad; utilizando la web, como definíamos al principio del presente trabajo, de un modo estático. Reseñar que los expertos consideran este modo de proceder como propio de principios de los años 90.

Por contra, las empresas inmobiliarias y de promoción de vivienda lo hacen habitualmente, obviamente porque se dirigen a un sector poblacional mucho más amplio.

Entraría aquí la disyuntiva sobre la conveniencia o no de que los despachos de arquitectura consideren oportuno acceder a este amplio grupo de personas, que aún no siendo clientes en la actualidad, puedan tener la necesidad de sus servicios en algún momento determinado, momento en el cual deberemos estar ahí. Teniendo en cuenta que 1 de cada 3 habitantes del mundo y casi 40 millones de españoles utilizan habitualmente internet, no podemos más que prestar la atención debida a las herramientas que sirven de comunicación directa con estos clientes potenciales.

Esto, como se ha podido observar en el presente estudio, conlleva un trabajo diario, disciplinado y muchas veces rutinario, que no conllevará necesariamente la obtención de resultados a corto plazo, pero que puede ser muy ventajoso en un momento determinado.

La web 2.0 pone a nuestro alcance la posibilidad de llegar en un tiempo muy corto a millones de usuarios, circunstancia muy propicia para un sector dependiente directamente de la consecución periódica de clientes.





Será fundamental en el caso de querer adoptar esta vía de conexión con el cliente, tener planteada previamente una estrategia clara de posicionamiento on-line, pues del mismo modo que se puede llegar a muchos usuarios de un modo positivo, podría ocurrir lo mismo en sentido inverso.

Es nuestra misión, conseguir que nuestras plataformas y páginas web incorporen contenidos de interés que propicien el regreso periódico de nuestros clientes.

En un momento tan delicado como el que atravesamos, la web 2.0 nos ayuda de un modo directo a ganar la fidelidad de nuestros clientes y de nuestros "posibles" clientes.

Podríamos concluir este apartado, indicando que:

- La web social está presente en el día a día de cualquier persona.
- El acceso a las plataformas 2.0 es un acto diario intrínseco a cualquier usuario.
- La web 2.0 nos permite aparecer diariamente en los dispositivos de la mayoría de nuestros clientes.
- La información extraída de la web 2.0 sirve de magnífica encuesta sobre gustos, opiniones,...
- Gracias a la web 2.0 podemos conocer la opinión de expertos sobre temas muy concretos relativos a nuestra profesión.
- La presencia productiva en la web 2.0 requiere de una tremenda disciplina, adecuada estrategia y constante dedicación.





Parte 7

POSIBLES DESARROLLOS DE LA INVESTIGACIÓN



7.1.- POSIBLES DESARROLLOS DE LA INVESTIGACIÓN

Una vez finalizada la primera parte de la investigación, recogida en este documento, queda reflejado el tremendo trabajo que queda por realizar para que las empresas dedicadas a la proyectación y la comercialización del producto inmobiliario tomen conciencia de la importancia que la web social o web 2.0 tiene y sobretodo tendrá en los años venideros.

Por tanto, el presente documento supone un punto de partida hacia la implantación en los estudios de arquitectura, en las empresas inmobiliarias y en las promotoras de viviendas de todas aquellas herramientas, que por su utilidad, pone a nuestro servicio la web 2.0.

La implementación de estos recursos abre innumerables vías de investigación, entre ellas, hacia donde resultará más conveniente dirigir a estas empresas para intentar aumentar tanto las opciones de comunicación con sus actuales clientes, la fidelización de los mismos y lo que es más importante, la consecución de nuevos usuarios como potenciales clientes o transmisores de información de nuestros servicios.

7.2.- APLICACIÓN A UN CASO REAL: www.tejedorasociados.net

Además, la investigación que nos ocupa pretende analizar los resultados de la implantación de las herramientas analizadas a una web concreta, en este caso la página corporativa del autor del presente documento: www.tejedorasociados.net.

Esta página web sólo actualiza Facebook ocasionalmente y tiene un perfil LinkedIn meramente expositivo y presencial, sin utilizar el resto de recursos que la web 2.0 pone a su servicio.



<http://www.tejedorasociados.net/>



<http://www.tejedorasociados.net/arquitectura/>





<http://www.tejedorasociados.net/arquitectura/proyectos/>



<http://www.tejedorasociados.net/arquitectura/proyectos/unifamiliares.html>

Una vez desarrollada y publicitada la web en su nueva versión, mucho más activa, se recopilarán datos estadísticos y se analizarán para estimar: la viabilidad de los mismos, el tiempo empleado en gestionarlos adecuadamente y la valoración de los resultados que de modificar del portal se desprendan.





Parte 8

BIBLIOGRAFÍA



8.1.- ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1: Antes de descubrir el e-Marketing en los primeros años nos limitábamos a utilizar Internet como herramienta de Marketing. (Enrique de la Rica, Marketing en Internet. Ed.2006).....	13
Figura 2: Efectos del modelo web estático. (Enrique de la Rica, Marketing en Internet.Ed.2006).....	14
Figura 3: Objetivos principales y secundarios de las empresas analizadas. (Elaboración propia).....	16
Figura 4: Tráfico web global en páginas web de la web social.....	18
Figura 5: Empresas del sector analizadas. (Elaboración propia).....	27
Figura 6: Definiciones de la web 2.0(Nafría, El usuario, el nuevo rey de Internet. 2007.).....	37
Figura 7: Diferencias entre usuarios web 1.0 y web 2.0 (Elaboración propia).....	38
Figura 8: Principales herramientas de la web 2.0. (Fumero y Roca, 2007).....	46
Figura 9: Porcentajes uso herramientas web 2.0 en relación con la edad del arquitecto. (Elaboración propia).....	249
Figura 10: Porcentajes de confianza en la web 2.0 en relación con la edad del arquitecto. (Elaboración propia).....	249
Figura 11: Confianza en herramientas web 2.0 para conseguir nuevos clientes en relación con la edad del arquitecto. (Elaboración propia).....	250
Figura 12: Proyectos conseguidos a través del uso de la web 2.0 en relación con la edad del arquitecto. (Elaboración propia).....	250
Figura 13: Porcentaje de arquitectos usuarios de Facebook con fines profesionales .(Elaboración propia).....	251
Figura 14: Porcentaje de arquitectos usuarios de Twitter con fines profesionales .(Elaboración propia).....	251
Figura 15: Porcentaje de arquitectos usuarios de LinkedIn con fines profesionales .(Elaboración propia).....	252
Figura 16: Herramientas de la web 2.0 preferidas con fines profesionales por los arquitectos. (Elaboración propia).....	252
Figura 17: Uso de weblogs con fines profesionales. (Fuente propia).....	253

Figura 18: Utilización recursos web 2.0 por los estudios de arquitectura .(Elaboración propia).....	254
Figura19: Recursos Utilizados - Recursos adicionales propuestos para los estudios de arquitectura. (Elaboración propia).....	255
Figura 20: Análisis recursos web 2.0 utilizados por promotoras de edificios. (Elaboración propia).....	325
Figura 21: Recursos Utilizados - Recursos adicionales propuestos para las promotoras de inmuebles. (Elaboración propia).....	326
Figura 22: Recursos de la web 2.0 utilizados por las empresas inmobiliarias .(Elaboración propia).....	429
Figura 23: Recursos Utilizados - Recursos adicionales propuestos para las empresas inmobiliarias .(Elaboración propia).....	430
Figura 24: Comparativas recursos web 2.0 utilizados por estudios de arquitectura, promotoras de edificios y empresas inmobiliarias (1/2).(Elaboración propia).....	433
Figura 30: Comparativas recursos web 2.0 utilizados por estudios de arquitectura, promotoras de edificios y empresas inmobiliarias (2/2).(Elaboración propia).....	434
Figura 26: Porcentaje de uso de textos y fotografías en cada tipo de empresa del sector. Esquemas comparativos. (Elaboración propia).....	435
Figura 27: Porcentaje de presencia de noticias en cada tipo de empresa del sector. Esquemas comparativos. (Elaboración propia).....	436
Figura 28: Porcentaje de uso de blogs en cada tipo de empresa del sector. Esquemas comparativos. (Elaboración propia).....	437
Figura 29: Porcentaje de uso de redes sociales en cada tipo de empresa del sector. Esquemas comparativos. (Elaboración propia).....	438

8.2.- BIBLIOGRAFÍA

AGUDO, Ángel Francisco y otros (2010). **La empresa 2.0: cinco historias para triunfar con los medios sociales**. Editado por Madrid Network.

ANDERSON, Ch. (2006). ***The Long Tail: Why The Future of Bussiness is Selling Less Of More***. Nueva York: Hyperion Cop.

APEIM. **Código de ética para la difusión de encuestas a la opinión pública**.

AVINASH , Kanshik (2010) ***Analítica Web 2.0: El arte de analizar resultados, la ciencia de centrarse en el cliente***. Editorial Gestión 2000.

BEEN, Paul (2008). **Publicidad 2.0**. (En: <http://www.paulbeelen.com>).

BERBERS-LEE, T. (2000). ***Tejiendo la red***. Madrid. Ed. Siglo XXI.

BRINGUÉ SALA, Xavier (2009). **La generación interactiva en España**. Editorial Ariel y Fundación Telefónica.

CAPRIOTTI Peri, Paul (2009). **Branding corporativo**. Editorial Business School Universidad Mayor.

CARPINTERO, Carlos (2011). **Dictadura del diseño**. Editorial Wolkowicz.

CELAYA ,Javier (17 de noviembre de 2011). ***La empresa en la Web 2.0***. Editorial Gestión 2000.

COBO, Cristóbal; PARDO,Hugo (2007). **Planeta web 2.0**. Editorial Grup de Recerca d'Interaccions Digitals.

CORTÉS, Marc (2010). **Manual de herramientas digitales para comunicadores**. Editado por la Facultad de Comunicación de Piura.



CURY , Cerame (2012). **Marketing inmobiliario. La guía del Broker**. Autoeditado.

DOMINGO RENERO ,J. (1997). **Marketing inmobiliario**. Ediciones Universo.

ESCUDERO MUSOLAS , Antonio (1979). **Marketing inmobiliario: venta promociones**. Editorial Ciss Cisspraxis.

ESCUDERO MUSOLAS , Antonio (2008). **Marketing inmobiliario eficaz**. Editorial Tirant Lo Blanch.

ESCUDERO MUSOLAS, Antonio (2008). **Manual para la venta de promociones de viviendas**
Ed: Tirant Lo Blanch.

FERNÁNDEZ CALVO, Rafael (2001). **Glosario básico de internet**. Editorial Anetcom.

FUMERO, Antonio; ROCA, Genís (2007). **Web 2.0**. Madrid: Fundación Orange.

GARCÍA CAMPOS , José Manuel (2012). **Las 30 webs más relevantes de 2011**. Ebooks de vanguardia

GÓMEZ CERVANTES, María del Mar (2009). **Retórica en la empresa: las habilidades comunicativas**. Editorial LabCom 2009

GUTIÉRREZ-RUBÍ, Antoni. **Las 10 claves empresariales para competir con éxito**.

LESSING, Lawrence (2009). **El código 2.0**. Editado por "Traficantes de sueños".

LÓPEZ GARCÍA, Guillermo (2005). **Modelos de comunicación en internet**. Valencia: Tirant lo Blanch.

LÓPEZ SALHERI, Alfredo (2006). **El servicio al cliente en la actividad inmobiliaria**. Editorial Eziar, S.A.



MACIÁ DOMENE , Fernando.(2005). **Marketing online, estrategias.**

MACIÁ DOMENE , Fernando. (2006, actualizado en 2009). **Posicionamiento en buscadores.**
Editorial Anaya Multimedia

MARTÍN-ÁVILA,Toni; LÒPEZ-CHICHERI, Jaime (2010).**El nuevo manifiesto de la web 2.0.** Editado por "Traficantes de sueños".

MOLENAAR, C. (----). **El Futuro del Marketing en la era postInternet.** Ed: Pearson Educación.

MOLIST, Merçé (2006). **El ‘mashup’, la mezcla de servicios en Internet atrae a la empresas.**
En: *Ciberpaís*, EL PAÍS, Jueves 26 de octubre de 2006. P. 1-5.

MOSCHINI, Silvia (2012). **Claves de marketing digital.** Ebooks de vanguardia

MUÑOZ VALERO , Santiago (2010).**Guía práctica. Plan de marketing inmobiliario.** Editorial Dossat.

NAFRÍA, Ismael (2007). **Web 2.0. El usuario, el nuevo rey de internet.** Barcelona: Gestión 2000.

NIETO, Ana Y ROUHAIINEN Lasse (2011). **La web de empresa 2.0.** Editorial Global Marketing.

PAVÍN, Bárbara; VELASCO, Jesús.; JIMÉNEZ ,Fernando ;GONZALO Marilyn y otros (2012). **Las mejores prácticas en redes sociales para empresas.** Editorial Hipertextual.

PERCEVAL, José María (2006). **El multimedia no existe.** s.n, s.l., (Inédito).

PISCITELLE, Alejandro (2010). **El proyecto Facebook y la posuniversidad.** Editorial Ariel y Fundación Telefónica.



POLO HERRANZ , Fernando; POLO HERRANZ , Juan Luis (2011). **Socialholic**. Editorial Gestión 2000.

RAMOS , Juanjo. **Facebook para empresas**. Amazon.

ROJO, Guillermo; SÁNCHEZ, Mercedes (2010). **El español en la red**. Editorial Ariel y Fundación Telefónica.

SANAGUNTÍN, Eva (2010). **La comunicación en medio sociales**. Editado por IAB (Internet Architecture Board)

SANAGUNTÍN, Eva (2010). **Del 1.0 al 2.0: claves para entender el nuevo marketing**.

VARIOS AUTORES (2009). **Web 2.0 y empresa: Manual de aplicación en entornos corporativo**. Editorial ANEI (Asociación Nacional de empresas de Internet).

VARIOS AUTORES (2009). **Los retos de la era digital** Observatorio de la ilustración gráfica.

ZANONI, Leando (2008). **El imperio digital**. Editorial B.

8.3.- ÍNDICE DE PÁGINAS WEB ANALIZADAS

Página web 01. FRANCISCO MANGADO www.fmangado.com.....62

- Propietario: Mangado y Asociados SL (SROW-1167673)
- Autor: 3e Multimedia (SRCO-1779378)
- Año de creación: 27 de Noviembre de 2003.
- Última actualización: 28 de Noviembre de 2011.
- Acceso investigación: 2 de Febrero 2011

Página web 02. FEDERICO SORIANO www.federicosoriano.com.....69

- Propietario: Soriano y Asociados, arquitectos
- Autor: Soriano y Asociados, arquitectos
- Año de creación: 6 de Noviembre de 2002.
- Última actualización: 24 de Octubre de 2008.
- Acceso investigación: 3 de Febrero 2011

Página web 03. MANSILLA Y TUÑÓN www.mansilla-tunon.com.....74

- Autor y propietario: Regueiro Morado, Andris
- Año de creación: 11 de Marzo de 2004.
- Última modificación: 12 de Junio de 2012.
- Acceso investigación: 16 de Febrero 2011

Página web 04. A-CERO www.a-cero.com.....81

- Autor o propietario: A-cero Joaquín Torres Arquitectos
- Año de creación: 2000
- Acceso investigación: 16 de Febrero 2011

Página web 05. NIETO Y SOBEJANO www.nietosobejano.com.....93

- Propietario: Fuensanta Nieto
- Autor: Javier Alonso-Majagranzas
- Año de creación: 22 de Marzo de 2001
- Acceso investigación: 16 de Febrero 2011

Página web 06. CARLOS FERRATER www.ferrater.com.....101

- Autor o propietario: Yes Sistemas Informaticos SL
- Año de creación: 9 de Junio de 1999.
- Acceso investigación: 16 de Febrero 2011



Página web 07. ENRIC MIRALLES - B. TAGLIABUE www.mirallestagliabue.com.....108

- Autor o propietario: Miralles Tagliabue EMBT s.l.
- Año de creación: 7 de Enero de 2002.
- Acceso investigación: 8 de Marzo 2011

Página web 08. MANUEL DE SOLÁ www.manueldesola.com116

- Autor y propietario: de Sola Morales, Manuel
- Año de creación: 7 de Febrero de 2005.
- Acceso investigación: 8 de Marzo 2011

Página web 09. VICENTE GUALLART www.guallart.com.....122

- Autor y propietario: guallart, Vicente
- Año de creación: 26 de Febrero de 2000.
- Acceso investigación: 8 de Marzo 2011

Página web 10. ABALOS + HERREROS www.herrer SARQUITECTOS.COM.....129

- Autor y propietario: Juan Herreros Guerra (SROW-1714784)
- Año de creación: 25 de Septiembre de 2008
- Acceso investigación: 9 de Marzo 2011

Página web 11. ALBERTO CAMPO BAEZA www.campobaeza.com.....136

- Propietario: Alberto Campo Baeza
- Autor: Alejandro Sevilla Fuentes
- Año de creación: 26 de Agosto de 2002
- Acceso investigación: 9 de Marzo 2011

Página web 12. ARANGUREN Y GALLEGOS www.arangurengallegos.com.....144

- Autor y propietario: Aranguren y Gallegos Arquitectos SL (SROW-597125)
- Año de creación: 06 de Septiembre de 2001
- Última actualización: 06 de Agosto de 2012
- Acceso investigación: 9 de Marzo 2011

Página web 13. ENRIC RUIZ GELI www.ruiz-geli.com.....150

- Autor o propietario: Ruiz Geli Arquitectura SL
- Año de creación 2005
- Acceso investigación: 18 de Abril 2011



- Página web 14.** CARME PINÓS www.cpinos.com.....156
- Autor y propietario: CARME PINOS DESPLAT
 - Año de creación: 23 de Febrero de 2008
 - Última actualización: 11 de Septiembre de 2012
 - Acceso investigación: 18 de Abril 2011
- Página web 15.** ANTONIO LAMELA - CARLOS LAMELA www.lamela.com162
- Autor y propietario: ESTUDIO LAMELA, S.L.
 - Año de creación: 28 de Mayo de 2007
 - Última actualización: 28 de Enero de 2012
 - Acceso investigación: 25 de Mayo 2011
- Página web 16.** JAIME SANAHUJA www.jaimesanahuja.com.....169
- Propietario: Jaime Sanahuja
 - Autor: ASA Design, S.L.
 - Año de creación: 14 de Junio de 2004
 - Última actualización: 23 de Diciembre de 2010
 - Acceso investigación: 25 de Mayo 2011
- Página web 17.** JOSEP LLUÍS MATEO www.mateo-maparchitect.com.....176
- Propietario: MAP Arquitectos, S.L.
 - Autor: dominios@eurovia.es
 - Año de creación: 07 de Enero de 2009
 - Última actualización: 18 de Febrero de 2012
 - Acceso investigación: 1 de Junio 2011
- Página web 18.** NOMAD www.nomad.as.....185
- Autor o propietario: Eduardo Arroyo
 - Año de creación: 2009
 - Acceso investigación: 1 de Junio 2011
- Página web 19.** RAFAEL DE LA HOZ www.rafaeldelahoz.com.....192
- Propietario: Proyectos Ideagrama AEIE (SROW-267144)
 - Autor: Mario Pilart (SRCO-415425)
 - Año de creación: 18 de Octubre de 2001
 - Última actualización: 19 de Octubre de 2011
 - Acceso investigación: 1 de Junio 2011





Página web 20. SANTIAGO CALATRAVA www.calatrava.com.....200

- Propietario: Santiago Calatrava SA
- Autor: Marangoni, Kim
- Año de creación: 29 de Enero de 1999
- Última actualización: 12 de Septiembre de 2012
- Acceso investigación: 1 de Junio 2011

Página web 21. G. VÁZQUEZ CONSUEGRA www.vazquezconsuegra.com.....207

- Autor y propietario: Consuegra Guillermo Vazquez (BBTCMDIYRI)
- Año de creación: 13 de Febrero de 2003
- Acceso investigación: 1 de Junio 2011

Página web 22. RICARDO BOFILL www.ricardobofill.com.....213

- Propietario: Bofill Arquitectura, s.l.
- Autor: wsoko Internet Consulting
- Año de creación: 24 de Junio de 2006
- Acceso investigación: 6 de Junio 2011

Página web 23. CRUZ + ORTIZ www.cruzyortiz.com.....221

- Propietario: Cruz y Ortiz arquitectos SL
- Autor: Antonio Ortiz Garcia
- Año de creación: 11 de Marzo de 2005
- Última actualización: 10 de Marzo de 2012
- Acceso investigación: 6 de Junio 2011

Página web 24. PAREDES Y PEDROSA www.paredespedrosa.com.....231

- Propietario: Paredes pedrosa arquitectos
- Autor: Ignacio Garcia Pedrosa
- Año de creación: 13 de Noviembre de 2004
- Última actualización: 12 de Noviembre de 2011
- Acceso investigación: 6 de Junio 2011

Página web 25. VALLEHERMOSO www.vallehermoso.es.....262

- Autor y propietario: SACYR VALLEHERMOSO S.A.
- Año de creación: 19 de Diciembre de 1996
- Acceso investigación: 7 de Junio de 2011





- Página web 26.** URCO & URBASA www.urbobasa.com.....267
- Autor o propietario: URCOURBASA S.L.
 - Año de creación: 2008
 - Acceso investigación: 7 de Junio de 2011
- Página web 27.** GRUPO ACS www.grupoacs.com.....272
- Autor y propietario: ACS Actividades de Construcción y Servicios, S.A.
 - Año de creación: 12 de Junio de 1998
 - Última actualización: 12 de Septiembre de 2012
 - Acceso investigación: 11 de Junio de 2011
- Página web 28.** URCASA www.urbasa.com.....278
- Autor o propietario: Grupo Urcasa S.A.
 - Año de creación:
 - Acceso investigación: 11 de Junio de 2011
- Página web 29.** REALIA www.realia.es.....283
- Propietario: Realia Business S.A.
 - Autor: Daniel-Angel Rodriguez Olay
 - Año de creación: 21 de Junio de 2004
 - Acceso investigación: 11 de Junio de 2011
- Página web 30.** URPASA www.urpasa.com.....289
- Autor o propietario: Promociones Urpasa SL
 - Año de creación: 2010
 - Acceso investigación: 16 de Junio 2011
- Página web 31.** SALVADOR VILA www.salvadorvila.com.....294
- Autor o propietario: Grupo Vila SL
 - Año de creación: 2004
 - Acceso investigación: 17 de Junio de 2011
- Página web 32.** PROMOTORA VIZCAÍNA www.promotoravizcaina.com.....299
- Autor o propietario: Promotora Vizcaína SL
 - Año de creación: 2006
 - Acceso investigación: 18 de Junio de 2011





Página web 33. EDIVAL www.edival.es.....304

- Propietario: Edificios Valencia S.A.
- Autor: Manuel Puchades Olmos
- Año de creación: 14 de Octubre de 2003
- Acceso investigación: 2 de Julio de 2011

Página web 34. EDIFESA www.edifesa.com.....313

- Autor o propietario: Edificaciones Ferrando SA
- Año de creación: 2006
- Acceso investigación: 2 de Julio de 2011

Página web 35. GESINCO www.gesinco.es.....330

- Autor o propietario: Inversiones Marina Costera, S.L.
- Año de creación: 21 de Junio de 2006
- Acceso investigación: 2 de Julio de 2011

Página web 36. HEAD REAL STATE www.hedrealestate.com.....337

- Autor y propietario: Hed Real Estate S.L.
- Año de creación: 2 de Marzo de 2006
- Última actualización: 13 de Enero de 2012
- Acceso investigación: 2 de Julio de 2011

Página web 37. TUCASA www.tucasa.com.....343

- Propietario: DIFUSIONES TECNOLOGICAS DE MERCADO S.L.
- Autor: Benjumea Ignacio
- Año de creación: 14 de Marzo de 2009
- Última actualización: 11 de Noviembre de 2011
- Acceso investigación: 3 de Julio de 2011

Página web 38. GRUPO 90 www.grupo90.com.....349

- Propietario: GRUPO 90 VZ SL
- Autor: Prored Comunicaciones
- Año de creación: 2006
- Acceso investigación: 3 de Julio de 2011



- Página web 39. IDEALISTA www.idealista.com.....355**
- Autor o propietario: Idealista.com SL
 - Año de creación: 2004
 - Acceso investigación: 3 de Julio de 2011
- Página web 40. INMOCASA www.inmocasa.info.....363**
- Autor y propietario: MediaBox Communication S.L.
 - Año de creación: 13 de Diciembre de 2002
 - Última actualización: 9 de Noviembre de 2011
 - Acceso investigación: 4 de Julio de 2011
- Página web 41. ALTAMIRA SANTANDER www.altamirasantander.com368**
- Propietario: Banco Santander, S.A
 - Autor: Departamento de Propiedad Industrial
 - Año de creación: 25 de Junio de 2008
 - Acceso investigación: 4 de Julio de 2011
- Página web 42. KUHN& PARTNER www.kuhn-partner.com.....375**
- Autor y propietario: Matthias Kühn, Kuhn and Partner IPC
 - Año de creación: 11 de Octubre de 2000
 - Última actualización: 15 de Junio de 2012
 - Acceso investigación: 5 de Julio de 2011
- Página web 43. CX CATALUNYA CAIXA INMOBILIARIA www.cxinmobiliaria.com.....381**
- Propietario: PROMOTORA CATALUNYA MEDITERRÁNEA, S.A.
 - Autor: CAIXA DESTALVIS DE CATALUNYA, TARRAGONA I MANRESA
 - Año de creación: 27 de Enero de 2011
 - Última actualización: 8 de Febrero de 2012
 - Acceso investigación: 5 de Julio de 2011
- Página web 44. GRUPO ÁGORA www.grupo-agera.es.....389**
- Propietario: AGORA CONSTRUCCION Y MANTENIMIENTO SOCIEDAD LIMITADA
 - Autor: ZAP Informatica, S.L.
 - Año de creación: 23 de Diciembre de 2005
 - Acceso investigación: 5 de Julio de 2011

Página web 45. BANKIA HABITAT www.bankiahabitat.es.....398

- Propietario: BANKIA, S.A.U.
- Autor: Elia Mendez Bravo
- Año de creación: 10 de Marzo de 2011
- Acceso investigación: 5 de Julio de 2011

Página web 46. BBVA INMOBILIARIA www.bbvavivienda.com.....403

- Autor y propietario: Banco Bilbao Vizcaya Argentaria, S.A.
- Año de creación: 3 de Marzo de 2010
- Acceso investigación: 6 de Julio de 2011

Página web 47. SERVIHABITAT - La Caixa www.servihabitat.com.....408

- Autor y propietario: Servihabitat XXI, SAU
- Año de creación: 8 de Junio de 2000
- Acceso investigación: 6 de Julio de 2011

Página web 48. INMOCOLONIAL www.inmocolonial.com.....416

- Autor o propietario: Inmobiliaria Colonial, S.A.
- Año de creación: 15 de Octubre de 1997
- Acceso investigación: 9 de Julio de 2011

