

Jose Luis Ramos

Agrodata@gmail.com



■ 1ª parte, Buscar

Aplicaciones de Google en la agricultura

Google, más que un buscador de webs

Con frecuencia empleamos Google para navegar por el ciberespacio, pero no recorremos el “barco” por dentro. El Buscador de Webs es una de las treinta y pico funcionalidades gratuitas de Google, pero al ser la más empleada hace sombra a las otras. Es la situación típica de cuando “el árbol oculta el bosque”.

Las funciones de Google las podemos clasificar, según el orden del propio site, en los siguientes temas:

- 100-Buscar
 - 200-Explorar e innovar
 - 300-Comunicar, mostrar y compartir
 - 400-Apuntarse a la movilidad
 - 500-Optimizar el funcionamiento del equipo informático
 - 600-Soluciones para empresas
- Para el índice más detallado ver al final el Anexo I.

En este número de mayo de la sección “Informática y Agricultura” inicio unos artículos sobre las utilidades que se pueden obtener del portal Google para la empresa agrícola. En esta primera parte analizaré la función Buscar, excepto para las web, que merecerá una edición monográfica. Comentaré las funciones según el orden del índice.

Búsqueda de Documentos y Libros

Cuando se hacen búsquedas en Internet no nos interesa obtener miles de resultados, sino lo contrario, pocos resultados y precisos. La información técnica de calidad es más fácil encontrarla en libros y artículos de publicaciones especializadas que en las páginas web generalistas.

Utilidades que se pueden obtener del portal Google para la empresa agrícola

Por ello al buscar un tema en Google deberíamos emplear preferentemente en el buscador la sección Libros y Académico. Si empleamos las palabras técnicas “Fertirrigación” y “Fertirrigación AND Cítricos” en el buscador Académico nos da entre un 2 a 5 % de citas en relación a la búsqueda generalista en la Web.

En el buscador Libros es más reducida entre 1 a 2%. Con la ventaja de que entre un cuarto a un tercio de estos libros podemos ver parcialmente su contenido, llegando al 7% los libros que se pueden leer íntegros en la pantalla. Es sólo lectura sin descarga.

Los conceptos por los que se pueden hacer la búsqueda son semejantes al buscador Web:

Búsqueda avanzada: todas las palabras, con la frase exacta, con al menos una palabra, sin las palabras.

Que las palabras aparezcan: en todo el artículo, en el título del artículo.

Ficha del libro: autor, fecha, entre y años ISBN.

Vista previa del libro: índice, páginas a visionar.

Acerca de este libro: encuentre este libro en una biblioteca (Rebiun).

Búsqueda de documentos: tipo documento: libro, cita, pdf, etc., citado: nº veces y por quién; artículos relacionados; Rebiun.

Rebiun es la Red de Bibliotecas

Universitarias de España. A través de este servicio podemos saber si el libro o revista se encuentra en alguna biblioteca universitaria próxima a nuestro domicilio y sus características de uso: siglas para su localización; nº de ejemplares; si está en préstamo o solo lectura en sala; si se puede hacer reserva, etc.

Directorio

La búsqueda de referencias es más precisa si en vez del buscador Web vamos a las páginas donde los contenidos están organizados por temas:

- Palabra: Fertirrigación
- Todo el Directorio: 29
- Sólo en Agricultura: 5

Noticias

También nos puede interesar el conocer información sobre noticias puntuales de actualidad en un tema. Por ejemplo, precios de los cítricos.

- Palabra: Cítricos
- Última semana
- En cualquier lugar del artículo: 808
- En el titular del artículo: 1

- Palabra: Cítricos AND Precios
- Última semana
- En cualquier lugar del artículo: 214
- En el titular del artículo: 1

Alertas

Si un tema nos interesa seguirlo con periodicidad no es necesario que volvamos hacer la búsqueda cada vez, creamos una “Alerta” de ese tema y Google nos la remite por email o por feed. Este último servicio es como las suscripciones a un programa de radio en formato podcats para oírlo en otro momento diferente a su emisión o descargarlo en mp3, tal como es-

Búsqueda en Google		Palabra					
	Tipo búsqueda	Fertirrigación	%	Cítricos	%	Fertirrigación AND Cítricos	%
Web		71.400		1.310.000		34.900	
Académico	En todo el artículo	1.940	2,72%	15.000	1,15%	1.690	4,84%
	En el título	146	0,20%	1.050	0,08%	1	0,00%
Libros	Todos los libros	521	0,73%	2.160	0,16%	669	1,92%
	Vista completa y vista previa limitada	168	0,24%	923	0,07%	160	0,46%
	Sólo vista completa	11	0,02%	664	0,05%	50	0,14%

tán disponibles todos los programas de las diversas emisoras de Radio Nacional de España.

En el navegador Explorer las Fuentes a las que nos hemos suscrito están en una pestaña al lado de la favoritos. El logotipo es un punto rodeado con dos arcos de circunferencia concéntricas, a modo de ondas, dentro de un cuadrado. Esta función de Internet se puede disfrutar de ella, como siempre, con un servicio muy práctico Google: Reader. Las opciones de las Alertas son: tipo: exhaustivo, noticias, web, grupos, frecuencia: cuando se produzca, una vez al día, una vez a la semana, enviar a: email, feed.

Maps

De los dos servicios GIS de Google, Maps y Earth, el primero tiene unas funciones muy interesantes para la empresa agrícola. Para hacer búsquedas, en vez de empezar con la modalidad general de buscar mapa que es el botón que muestra Maps por defecto al abrir el GIS, clicquemos en el hipervínculo mostrar opciones de búsqueda. Esta opción nos muestra una lista desplegable con las siguientes opciones: Todos los resultados; direcciones; empresas; contenido creado por los usuarios; mapas relacionados.

La opción empresas les facilitaría a los clientes de una explotación agrícola el localizarla fácilmente en Maps. Si seleccionamos la opción empresas y buscamos por las palabras: *agricultura, Cartagena, Murcia*. Nos busca en primer lugar por el concepto *agricultura, cerca de Cartagena*, mostrándolas en grupos de diez. Casi todas sin ninguna reseña de cual es su actividad. Cuando la empresa está ubicada en una zona urbana, con una dirección de ca-

lle y número, es fácil encontrarla con Maps. Pero en el caso de las explotaciones agrícolas es más difícil para alguien que no haya estado. Por ejemplo, el chófer de un camión que vaya a recoger fruta. En este caso situamos correctamente la finca en Maps y enviamos la búsqueda por correo electrónico al chófer. También lo podemos hacer con el mapa de la función como llegar.

Aunque Maps emplea las bases de datos de Páginas Amarillas, es conveniente completar la información que Google ha obtenido de Telefónica. Para ello se clicla sobre el hipervínculo incluye tu negocio en Google Maps. Este vínculo nos lleva al servicio **Local Business Center**.

La definición de este servicio de Google vinculado a Maps es muy explícita: "Ayude a que los clientes le encuentren en Google Maps" o como señala el texto del gráfico: "Los usuarios buscan productos en tu zona...encuentran los datos de tu empresa...y se ponen en contacto contigo".

En el formulario de inscripciones se indican los datos normales: dirección, teléfono, email, web, blog, etc. Hay también la posibilidad de describir una reseña

Si un tema nos interesa seguirlo con periodicidad no es necesario que volvamos hacer la búsqueda creamos una "Alerta" y Google nos la remite por email o por feed

de la empresa en 200 caracteres. Además de esta información básica se puede añadir otra documentación de interés: Horario de oficina; fotografías de la empresa, de sus productos o logos (máximo 10 imágenes) y videos (máximo 5 vídeos). Otras informaciones de interés a definir por la empresa, en el caso de una empresa agrícola podrían ser: marcas comerciales registradas; superficie de los almacenes; volumen de las cámaras frigoríficas; Especies y variedades cultivadas, con su superficie, etc.

Hay que prestar atención a que la ubicación sobre el mapa sea exacta, en caso contrario comunicarse con Google para que corrijan el error. Las ubicaciones exactas son las que tienen el símbolo del "bocadillo" redondo marcando la punta la ubicación, cuando es aproximada es un círculo.

En ambos casos color butano. Es muy importante que la ubicación esté hecha con precisión, pues la función de Maps de cómo llegar daría errada. Si la ubicación es exacta y empleamos Earth, en vez de Maps, es espectacular el "vuelo" sobre el mapa y ver como la "cámara" se sitúa encima del recinto de la empresa. En el próximo nº de Junio, en la segunda parte, hablaré sobre los servicios de Google "Comunicar, mostrar y compartir". En él analizaré, entre otras cosas, unas funciones complementarias de la información empresarial que se puede mostrar en Maps: Cómo se puede emplear Blogger para dar a conocer de forma abierta las novedades, en texto y en imágenes, de la empresa. Y cómo compartir fotos con los clientes a través de los álbumes web de Picasa. Por ejemplo,

el estado fenológico semanal de los frutos y la fecha estimada de inicio de recolección. Incluso el acceso selectivo puede ser personalizado: a cada cliente le mostramos sólo los cultivos que están potencialmente interesados en comprar, no todos.

Gadgets

Además de la función de buscar, con las posibilidades de promoción de la empresa que hemos comentado, Maps tienen una funciones complementarias muy interesantes para la empresa agrícola, son los gadgets.

En el marco de la izquierda de la pantalla, debajo de [mis mapas](#), clicar en el hipervínculo [añadir contenido](#). Este vínculo nos lleva a una página titulada [añadir material a Google](#). En él hay muchas pequeñas aplicaciones que trabajan con Maps, pero hay que tener

en cuenta, como advierte la nota pie de página, que “gran parte del contenido de este directorio ha sido desarrollado por otras empresas o por usuarios de Google, no por Google mismo. Por lo que Google no realiza ninguna aseveración ni adquiere compromiso alguno en cuanto a su funcionamiento, calidad o contenido”. No obstante hay algunas de interés en agricultura:

Pointer

Latitud y Longitud: grados decimales, Grados Minutos Segundos.

UTM: es de utilidad para todos los trabajos de geolocalización: ubicación de trampas y controles de plagas, toma de muestras para analisis de suelo o de hoja, punto centrla de una parcela cultivada o sus los vertices para identificarla si no esta deficinida explicitamente en las web de Catastro o de SigPac.

Area and distance calculator

Distancia en metros , pero superficie en acres.

Herramienta de medición de distancia

Sistema métrico

Web sobre noticias de Google:

<http://google.dirson.com>

<http://www.google.es/intl/es/press/pressreleases.html>

- Jose Luis Ramos es el director de AgroData Gestion, S.L.U., una empresa de asesoría y formación on line agraria. Está especializada en el área de fitosanitarios y LMR. Ubicada en Cartagena, Murcia. Es miembro de Timur, asociación de empresas Tlic de la Región de Murcia. Email y Talk: agrodata@gmail.com. Messenger: agrodata@hotmail.es. Skype: [agrodata2](https://www.agrodata.es). Web: www.agrodata.es. Grupo: <http://groups.google.com/group/agrodata>. Blog: <http://agrodatablog.blogspot.com>.

Anexo I

Índice de Productos de Google

- 100-Buscar
- 200-Explorar e innovar
- 300-Comunicar, mostrar y compartir
- 400-Apuntarse a la movilidad
- 500-Optimizar el funcionamiento del equipo informático
- 600-Soluciones para empresas
- 100-Buscar**
- 111-Académico
- 112-Alertas
- 113-Barra Google
- 114-Bloc de notas
- 115-Búsqueda de blogs
- 116-Búsqueda de libros
- 117-Búsqueda en la web
- 118-Google Chrome
- 119-Desktop
- 121-Directorio
- 122-Earth
- 123-Funciones de búsqueda web
- 124-Google Maps
- 125-Imágenes

- 126-Noticias
- 127-Video
- 200-Explorar e innovar**
- 211-Labs
- 300-Comunicar, mostrar y compartir**
- 311-Blogger
- 312-Calendar
- 313-Docs
- 314-Gmail
- 315-Grupos
- 316-Orkut
- 317-Picasa
- 318-SketchUp
- 319-Talk
- 320-Traducir
- 321-YouTube
- 400-Apuntarse a la movilidad**
- 411-Maps para móviles
- 412-Móvil
- 500-Optimizar el funcionamiento del equipo informático**
- 511-Pack
- 600-Soluciones para empresas**
- 610-Publicidad

- 611-Anuncie su empresa en Google con AdWorks
- 612-Obtenga ingresos con su sitio web a través de AdSense
- 613-Muestre su empresa en Google Maps
- 620-Incluya la información de su empresa en Google
- 621-Información empresarial
- 622-Páginas web
- 623-Libros
- 630-Mejore su sitio web
- 631-Analytics
- 632-Optimizador de sitios web
- 633-Google Site Search
- 640-Aumente su productividad
- 641-Busque información en su empresa
- 642-Correo electrónico, calendario y mensajería instantánea
- 643-Comparta documentos y hojas de cálculo online
- 644-Visualice información empresarial

Anexo II

Bibliografía sobre Google en español, (obtenido en el Buscador Libros). **El modelo Google: Una revolución administrativa** de Bernard Girard, Bernard Girard Esperanza Meléndez, Esperanza Meléndez2007. **Google: Guía de bolsillo** de Tara Calishain, Rael Dornfest, D J Adams - 2004 - 129

páginas. **Google: Los mejores trucos** de Tara Calishain, Rael Dornfest - 2004 - 415 páginas. **Google** de Juan Diego Gutierrez Gallardo, Angel Lopez Guisado - 2005 - 352 páginas. **La historia de Google: Los secretos del mayor éxito empresarial, mediático y ...** de David A. Vise, Mark Malseed, David A. Malseed - 2006 - 373

páginas. **Google desafía a Europa: El mito del conocimiento Universal** de Jean Noël Jeanneney - 2007 - 161 páginas. **Búscame: El sorprendente éxito de Google** de Neil Taylor - 2007 - 144 páginas.