

UNIVERSIDAD DE VALLADOLID

FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES JURÍDICAS Y DE LA
COMUNICACIÓN



Universidad de Valladolid



GRADO EN PUBLICIDAD Y RELACIONES PÚBLICAS

CURSO 2022-2023

**POSICIONAMIENTO SEO A TRAVÉS DE MARKETING DE
AFILIADOS DE AMAZON**

Proyecto personal creativo

YOHANNES DE LA PUENTE PORRAS

Tutor/a académico/a: Rocío Collado Alonso

SEGOVIA, julio de 2023

Resumen

El presente trabajo analiza cómo es el programa de afiliados de Amazon a través de las webs. Para entender mejor el programa, se ha llevado a cabo un proyecto para conocer el funcionamiento de esta estrategia de marketing. El proceso realizado muestra desde los inicios de las webs la estrategia de cada una de ellas y los programas que se han necesitado, desde los plugins hasta los criterios que tiene Google para posicionar una web en su buscador.

Palabras clave: **marketing de afiliados, afiliación Amazon, SEO y diseño web.**

Abstract

In the following work, we can analyze what the Amazon affiliate program is like through websites. To better understand the program, a project has been carried out to understand the operation of this marketing strategy. The process carried out shows from the beginnings of the websites the strategy of each one of them, the programs that have been needed both plugins and the criteria that Google has to position a website in its search engine."

Key words: **Affiliate marketing, Amazon affiliation, SEO, and web design.**

Tabla de contenido

1	Introducción.....	1
2	Justificación del tema elegir	2
3	Objetivos	3
3.1	Realizar y publicar 3 páginas webs	3
3.2	Posicionar 5 palabras clave en las 3 primeras páginas de Google o Bing	3
3.3	Generar ingresos a través de Amazon Afiliados	3
3.4	Generar ingreso a través de Google AdSense.....	3
4	Metodología	4
5	Marco teórico	5
5.1	Marketing de afiliados de Amazon	5
5.1.1	Marketing de Afiliación.....	5
5.1.2	Marketing de Afiliados de Amazon.....	6
5.2	Diseño web	7
5.2.1	Usabilidad	7
6	Desarrollo del proyecto	14
6.1	Fase I:.....	14
6.1.1	Planificación.....	16
6.2	Fase II.....	19
6.2.1	Microondas.....	19
6.2.2	Café de especialidad	21
6.2.3	Sillas de jardín.....	24
7	Evaluación de los objetivos.....	25
8	Conclusión	26
9	Propuestas.....	27
10	Bibliografía.....	28
11	Anexos.....	31
11.1	Anexo I.....	31

11.2	Anexo II.....	35
11.3	Anexo III.....	47
11.4	Anexo IV	53
11.5	Anexo V	55
11.6	Anexo VI: tu microondas.....	58
11.7	Anexo VII: Sillas de jardín.....	63
11.8	Anexo VIII: café de especialidad	64

1 Introducción

El posicionamiento es algo que se ha buscado desde los inicios de la publicidad moderna, las marcas invierten una cantidad ingente de dinero para conseguir evocar en la mente del cliente el nombre de su producto o marca, siendo este el inicio hacia la adquisición del producto o la marca que está buscando un hueco en la mente del consumidor.

Para conseguir semejante posicionamiento las marcas tienen que ofrecer una serie de valores abstractos y una imagen asociada a ella muy definida. (Gerard J. Tallis, 2002) Por otra parte, en la actualidad, la guerra del posicionamiento por parte de las marcas no sólo se basa en ocupar un lugar privilegiado en la mente del cliente, sino también por el posicionamiento en los buscadores.

En este presente trabajo quiero exponer cómo ha sido el camino de realizar un proyecto personal asociado al posicionamiento SEO a través del programa de marketing de afiliados de Amazon.

Lo que me llevó a realizar este TFG es la posibilidad de aprender el procedimiento para posicionar un producto concreto en un buscador online. El SEO fue una palabra que escuché en la asignatura de Fundamentos de Marketing de la mano de los profesores Carlos Hernández Carrión y César Gámez Alcalde. Fue en ese momento cuando comencé a realizar algunas investigaciones y entendí entonces que se trata de un tema que es cada vez más importante en el sector de la publicidad. Decidí, por tanto, en mi trabajo final realizar un proyecto relacionado con el mundo del posicionamiento y el marketing de afiliados. Por una parte, quiero demostrar mis habilidades adquiridas a lo largo del Grado y por otra parte quiero demostrar la aplicación que tienen estos conocimientos en el mundo de la publicidad digital, en concreto el del posicionamiento en los buscadores y el marketing de afiliados.

2 Justificación del tema elegir

El tema de este trabajo está relacionado con el marketing de afiliados y el SEO (Optimización para los motores de búsqueda). Han sido términos que en su momento me atraparon, me crearon una curiosidad y resultó ser que era un perfil muy demandado en el mundo de la publicidad digital junto a los eCommerce mánager y los programadores. (Universidad de Santiago de Compostilla, s.f.) Esto se debe a que el perfil de expertos en marketing digital está en auge a causa de las grandes transformaciones que está teniendo el mercado tradicional, que cada vez se está intentando adaptar a los nuevos mercados digitales.

Al tratarse de unos temas muy demandados y no conocer demasiado este sector, he decidido hacer un proyecto para mi último trabajo en la Universidad. La intención es conocer mejor el mundo de marketing digital y junto con ello poner en valor y en acción gran parte de los conocimientos adquiridos durante estos cuatro años en el Grado de Publicidad y Relaciones Públicas.

Por tanto, el proyecto es un intento de reflejar lo aprendido o gran parte del conocimiento en las asignaturas del Grado.

3 Objetivos

En los siguientes puntos se detallarán los cuatro objetivos principales que se quieren conseguir con este proyecto de final de Grado, especificando cuantías económicas a través de diferentes programas y la intención del posicionamiento de las webs a través de palabras claves.

3.1 Realizar y publicar 3 páginas webs

El primero de los objetivos es la realización de las tres webs que poco a poco se irán trabajando. Las webs en este caso son los portales por los que redireccionamos tráfico hacia los productos de Amazon a través del programa de afiliados. La realización y puesta en marcha de las webs, tiene fecha para el final de junio de 2023.

3.2 Posicionar 5 palabras clave en las 3 primeras páginas de Google o Bing

El propósito principal es posicionar un mínimo de cinco palabras clave entre las principales páginas de los motores de búsqueda como pueden ser Google o bien de Bing para finales de diciembre de 2023. La elección de estos dos motores de búsqueda se debe a que son, según la compañía que se dedica al análisis web StatCounter, los que mayor cuota de mercado tienen, Google con un 93,37% y Bing con un 2,81% a fecha de febrero del 2023. (StatCounter, 2023)

3.3 Generar ingresos a través de Amazon Afiliados

El tercer objetivo fijado para este proyecto es la obtención de una cuantía económica de quinientos euros a través de la venta de productos a través del programa de marketing de afiliados de Amazon para finales de diciembre de 2023.

3.4 Generar ingreso a través de Google AdSense

El cuarto objetivo también es la obtención de un beneficio económico, por la exposición de publicidad en las páginas webs que se hayan creado. El objetivo de la cuantía es de doscientos cincuenta euros para finales de diciembre de 2023.

4 Metodología

El proyecto que voy a realizar en este trabajo consta de parte teórica y práctica. La investigación sobre la teoría revela los conceptos básicos del funcionamiento SEO y el marketing de afiliados de Amazon, los cuales servirán para poner en práctica el modelo de afiliación y creación de las webs.

El trabajo está dividido en dos partes:

- Parte teórica: se trata de un trabajo de investigación que mediante la revisión bibliográfica y documental me ha permitido realizar el marco teórico y contextual de mi investigación. Conocer y revisar cada uno de los detalles del SEO y afiliación junto a grandes profesionales y divulgadores como Romuald Fons y mi compañero Luis Martín Maíllo entre otros, me han ayudado a entender en profundidad este sector.
- Parte práctica: este apartado está realizado a partir de la teoría que se ha citado anteriormente. Se trata de poner en funcionamiento tres páginas webs según las reglas del SEO, que son las siguientes: <https://cafespecial.org> <https://sillasdejardin.com> <https://tumicroondas.com> junto a ellos se han incluido el marketing de afiliados de Amazon. Para la realización de las webs se han utilizado distintos programas, como WordPress con diferentes *plugins*, Hostinger como alojador de hosting, Word como herramienta de texto y Photoshop para adaptar las imágenes de las webs. Las herramientas mencionadas, son fundamentales para el desarrollo de la parte práctica.

5 Marco teórico

Los programas y servicios tecnológicos que se van a explicar a continuación tienen un valor importante en este trabajo, ya que todos estos elementos contribuyen a la creación y la eficiencia de las diferentes páginas webs y con ello conseguir los diferentes objetivos propuestos.

5.1 Marketing de afiliados de Amazon

Antes de proceder a explicar el programa de Amazon Afiliados es pertinente entender qué son los programas de afiliación.

5.1.1 Marketing de Afiliación

Clide Rodríguez Vázquez nos cuenta en su artículo “El Marketing de Afiliación” cómo en las últimas décadas la masificación de las TICs (Tecnologías de la Información y Comunicación) han hecho surgir nuevas formas de comunicar. La autora menciona a Álvaro Gómez Veites en la construcción de nuevas estrategias de marketing alejada de prácticas tradicionales como la publicidad y cada vez más estrategias centradas en la retención del cliente.

Es en este instante donde el marketing de afiliados cobra importancia, ya que, según la organización independiente americana de tecnología e investigación de mercados Forrester Research, (Rodríguez Vázquez, 2009) el 60% de los norteamericanos desconfían de la publicidad tradicional. Sin embargo, con las nuevas formas de comunicación la cifra de confianza asciende hasta el 90%. Es decir, de la investigación aportada por Celia Rodríguez podemos extraer que la confianza de estos consumidores tiene un índice de aceptación muy elevado frente a los anteriores.

Luis Sabata Navarro, mencionado por Celia Rodríguez Vázquez, describe el marketing de afiliados como una modalidad de marketing donde la empresa busca páginas web donde alojar anuncios y el propietario recibe un dinero según el éxito que obtenga la empresa a partir de la apuesta por dicha web. Los anuncios, según Sabata Navarro, pueden ir encaminados a la venta directa o redirección del usuario a la web del vendedor. (Rodríguez Vázquez, 2009)

5.1.2 Marketing de Afiliados de Amazon

El programa de marketing de afiliados de Amazon ayuda a los creadores de contenido, editores y blogueros a monetizar su tráfico. El sistema está diseñado para redirigir a la audiencia, de acuerdo con las recomendaciones que aportan los inscritos en el programa de afiliados. La compañía ofrece hasta el 12% en ingresos a través de comisiones por la compra adscrita, que varía según la categoría a la que pertenece el producto.

Para ser aceptado en el programa se deben cumplir algunos requisitos, que la propia empresa detalla en su web, teniendo un apartado específico para aquellos que sean influencers. (Amazon, s.f.)

La principal razón por la que una persona pueda ser aceptada en el programa de afiliación de Amazon es que aporte un valor añadido al producto, sobre todo al cliente cuando busca información. Es decir, el conocimiento del afiliado en una gama específica proporciona una visión de lo que el producto ofrece al cliente. A causa de que la compra es online, el cliente no tiene la posibilidad de oler, tocar, ver el producto e incluso tampoco puede probarlo, por tanto, la visión de un experto en la materia ayuda a la venta del producto, lo único que debe de tener el afiliado es una audiencia.

Amazon suele revisar de manera periódica las webs que están adscritas al programa de afiliados, para conocer que se cumplen las normativas y además de que los lugares de alojamiento cuenten con los estándares de calidad de la compañía. La solidez de una base de contenidos junto a una reciente publicación, de unos sesenta días, son los factores clave para ser aceptado en el programa de afiliados.

Aunque para el programa de Amazon se pueden adscribir desde distintos lugares y plataformas, vamos a centrarnos en este proyecto al tráfico de clientes a través de las páginas webs de nicho.

Una vez que nos hayamos dado de alta en el programa de afiliados de Amazon, después de haber proporcionado prácticamente nuestros documentos de fiscalidad, residencia, datos bancarios de pago, etc., quedará pendiente la revisión de la web. La primera revisión normalmente se suele realizar una vez que la web haya realizado 3 ventas en los últimos tres meses.

Una vez que nos hayamos registrado podemos con ese ID registrar hasta 100 páginas web de seguimiento. En mi caso, registraré por el momento las tres páginas web. El beneficio

obtenido se suele agrupar en un mismo espacio, aunque también se nos da la oportunidad de poder visualizar cada una de las webs por separado. Esta información en un futuro servirá para dar a conocer al afiliado qué web está rindiendo mejor, para poder dar más foco a los que aportan mayores ganancias y quitar ese foco en donde el rendimiento es menor o casi nulo. (Trauzold, 2021)

5.2 Diseño web

En este apartado vamos a realizar una investigación para conocer la utilidad de los distintos programas y funcionalidad que van a tener estos en las webs del proyecto.

5.2.1 Usabilidad

En este apartado de usabilidad, trataremos la facilidad de uso en la interfaz del usuario en cuanto a la eficacia, eficiencia y satisfacción del usuario. Esto se obtiene, logrando los objetivos de búsqueda del usuario en cuanto a un producto, sin que cause un esfuerzo la navegación e intentando agradar con la información aportada. En los apartados siguientes se exponen aquellos programas que nos son de interés para poder atraer tráfico a nuestras webs, según los métodos más actuales de atraer tráfico a una web, el SEO.

5.2.1.1 Search Engine Optimization ¿Qué entendemos por SEO?

La optimización de los motores de búsqueda de forma orgánica, más conocido por sus siglas en inglés como SEO, es una acción donde el objetivo es documentar el tráfico de dicha web. El funcionamiento consiste en llevar a cabo una estrategia para conocer al público al que se quiere dirigir, entender su perfil e intereses, lo que permitirá un mejor posicionamiento. (Seara, 2022)

5.2.1.2 Variables que afectan al SEO

Algunas de las variables más importantes que afectan al funcionamiento correcto de este ejercicio son los siguiente:

5.2.1.2.1 Dominio

El dominio web es el nombre que tiene una entidad física o jurídica en la red. Determinar qué tipo de nombre queremos para nuestra web será esencial para un futuro próximo, ya que esto nos limitará o por otra parte nos aventajará sobre la competencia. Hay dos tipos según la geografía:

- Dominio local o geográfico: Este tipo de dominios son los que identifican un territorio, normalmente están compuestas por las dos primeras letras que tiene un país. Por ejemplo, si nos referimos al dominio asociado al territorio español nos encontramos con *.es* si por el contrario estuviéramos en Francia sería *.fr*
- Dominio global o genérico: Por el contrario, este tipo de dominios, no tienen un límite de zona. Como pueden ser, *.com* o *.org*, son a nivel global (Telefónica de España S.A.U. s.f.)

5.2.1.2.2 Servidor

Un servidor es una máquina que suministra o almacena información a quien lo requiera. El funcionamiento se basa en pedir algo desde la red y un ordenador central o más grande que funciona como almacén, suministra la información que se pide o por el contrario deja alojar información. (g42roram, s.f.)

Si la velocidad de carga o conexión de un ordenador particular, a un ordenador central o almacén, es excesiva, podemos perder mucho tráfico a la web. Esto se debe, a que no va a poder estar disponible en el tiempo que se precisa esa información para el cliente. Por otra parte, la ralentización en la carga es penalizada por los buscadores ya que la tasa de rebote se incrementa y por tanto la retención de usuarios disminuye. (marketinghouse)

Según Irene Bonache y José Cubillo los usuarios de móvil, por encima de los tres segundos de espera abandonan esa web para buscar la misma información en otra web, por tanto, a mayor velocidad de carga aumenta la experiencia de usuario. (Bonache & Cubillo, 2016)

5.2.1.2.3 Arquitectura de la información

La arquitectura de la información es la estructura que incluye los diferentes artículos, los contenidos esenciales y ubicaciones en busca principalmente de la facilidad de navegación del usuario, a través de una web. Para conseguir el objetivo es conveniente, como en otras disciplinas, tener una buena planificación. Según el libro de Pérez Montoro se sostiene que la arquitectura de la información se encarga de la organización y procesos de diseño (Pérez-Montoro, 2010)

Por tanto, igual que en la organización de un evento, en la ingeniería y otras múltiples disciplinas, la planificación es algo primordial. Por tanto, es importante la planificación a través de la arquitectura de la información, la estructura y el contenido de una web.

5.2.1.2.4 Contenido (originalidad, texto)

El contenido de una web debe ser original, ya que la calidad de ese documento repercutirá en los resultados de la posición en un buscador. Esto es importante, debido a que si hay duplicidad de contenido, aquella web que dé una aportación al usuario con información nueva y original será una página relevante para el posicionamiento. Por tanto, el enfoque siempre debería ser en base a problemas reales de los usuarios con la intención de aportar información. (Cordina & Lopezosa, 2021)

El texto es algo fundamental en una web, ya que de ahí se puede entender lo que contiene para su posterior indexación, por ello la densidad de palabras es algo muy relevante. Mientras más texto más posibilidad tiene la inteligencia artificial de los buscadores de entender el funcionamiento la página web y lo que contiene en su interior. (Urosa, 2021)

5.2.1.2.5 Uso de palabras clave

Las palabras clave o bien del inglés *Key Words* son descripciones que ayudan en su mayoría a la indexación. Su intención es ayudar a la visibilidad, facilitando de este modo la búsqueda de determinados elementos bien sea en libros bibliográficos, académicos o bien en los motores de búsqueda. (Villanueva-López, 2014)

5.2.1.2.6 Enlaces y backlinks

Hay dos tipos de enlaces y vamos a desarrollar los principales enlaces que más relevancia tienen en una web.

- Enlaces Internos: son aquellos que están dentro de una página web y redirigen a otra web del interior. Los enlaces internos proporcionan al usuario una navegación correcta e intuitiva. Además, ayudan a que los motores de búsqueda puedan descubrir con mayor facilidad los contenidos de las webs. Así lo describe Hardwick, mencionado por Urosa (2021)
- Enlaces salientes o externos: Son los que vinculan páginas webs de otros dominios. A mayor relación temática de los enlaces, permiten con más probabilidades una relevancia en los buscadores. Los enlaces saliente lejos de ser considerados malignos al llevar al usuario a otro lugar, son muy positivos ya que ayudan al buen posicionamiento al aportar al usuario mayor contenido. (Urosa, 2021)

5.2.1.2.7 Perfil de los usuarios y conducta

Villasante (2015) en el blog inmobiliario *inmoblog.com* describe de la siguiente manera la conducta de los usuarios y el efecto que tienen estos en el posicionamiento en los motores de búsqueda, en concreto Google: “*Definitivamente el feedback de los usuarios es un factor de ranking con el que contar para el posicionamiento web. En el algoritmo de Google hay métricas relacionadas con los usuarios, su forma de buscar, navegar y sus reacciones ante el contenido que consultan*”.

El autor explica además las tres métricas que suele usar esta compañía de búsquedas para medir la interacción del usuario para su posterior evaluación y posicionamiento: porcentaje de clicks, tiempo de permanencia y el porcentaje de salida.

5.2.1.2.8 Diseño web

La experiencia de usuario es un factor decisivo a la hora de posicionar en un buscador una web. Dos experiencias que más afectan al usuario son: el tiempo de espera o la carga de una web, cuando se le solicita visitarla e interactuar con ella. Y la segunda, la facilidad de encontrar información.

Aunque muchas veces el factor estético es muy importante, no lo es tanto, obviamente mientras mejor presentación mayor agrado. Algo más importante en el siglo de la rapidez es la precisión con los objetivos del usuario. Es decir, si el objetivo es vender mientras más fácil sea navegar en una web y requiera menor esfuerzo, su éxito será mayor.

Por tanto, podemos destacar que un mal diseño afecta al tráfico de la web y también al posicionamiento, ya que generará una tasa de rebote bastante considerable. Por otra parte, si hay un buen diseño, la fidelización, la satisfacción y el tráfico serán mayores. (BeeDIGITAL, 2019)

5.2.1.2.9 Sanciones y manipulación

La manipulación por parte de algunas webs, para conseguir mayor posicionamiento con prácticas poco éticas, se denomina **Black Hat**. Este término hace referencia y describe a los ciberdelincuentes. Este tipo de actos están prohibidos y para evitar posibles sanciones se deben de evitar los siguientes métodos: mostrar contenido distinto a la temática, no usar de forma excesiva las palabras claves, evitar duplicidades de contenido, no usar la

web para la ciberdelincuencia a través de phishing u otros métodos, y no tener enlaces que puedan ser fruto de una transacción económica. (More, 2022)

5.2.1.2.10 Hosting

Es un servicio de alquiler, que provee un almacenamiento, un lugar en el que se pueden tener los archivos y datos de una web. El proveedor del hosting se encarga en la mayoría de las veces del funcionamiento y garantiza la seguridad en la medida de lo posible. Al contratar los servicios de una empresa de hosting, el contratista puede delegar complejos procesos como la instalación, configuración del servicio web y no tener más que el equipo necesario. La compañía al que se delega se ocupará de la infraestructura, el hardware, el software y también del mantenimiento. (Bustos, 2023)

Hay diferentes tipos de hosting según explica Bustos para Hostinger:

- **Hosting Compartido:** varios usuarios comparten los mismos recursos del servidor, la memoria, capacidad del procesamiento y el espacio de almacenamiento.
- **VPS:** comparten servicios físicos pero el proveedor crea una participación virtual para cada usuario.
- **Cloud Hosting:** como su propio nombre indica, se trata de un servicio en la nube. El uso de este tipo de hostings normalmente suele ser para empresas con múltiples sitios webs con gran escala.
- **Hosting WordPress:** el objetivo principal para este servicio es la optimización para el programa de WordPress en el que el usuario tendrá que instalar plugin y temas para gestionar el caché, la seguridad y también las diferentes herramientas.

5.2.1.2.11 Plugins

Los *plugins* son programas que ayudan a otros programas más grandes. Es decir, un plugin normalmente tiene la función de apoyar y aportar una gran utilidad al programa base con el que trabaja. Este nuevo programa, denominado plugin, a pesar de que se integra en la función de la aplicación principal, normalmente suele ser de un tamaño reducido.

A pesar de que hay una variedad de *plugins*, para este proyecto nos vamos a centrar en un único tipo, los *plugins* CMS. Este tipo de programas, son los sistemas de gestión de

contenidos a través de aplicaciones como WordPress, aplicación principal con la que realizaremos las webs del trabajo. (ionos, 2020)

A pesar de que no son muchos los *plugins* que están en funcionamiento en las webs, es importante destacar cuáles son y porque están instalados.

En primer lugar, se han instalado *plugins* para el rendimiento de la carga y optimización del tiempo de espera, mientras se realiza la búsqueda. Para esto se han instalado programas como son Async Javascript, Autooptimize, WP Caché y Lazy Load for Vide.

En segundo lugar, se han instalado *plugins* de control de la web y aquellos que permiten conocer la opinión de los usuarios. Con estos programas se puede conocer el rendimiento y el funcionamiento. Algunos de esos programas han sido los siguientes, Rank Match, Site Kit by Google, Contad Form 7 y GRDP.

En tercer lugar, se han incorporado otros *plugins* que facilitan la navegación del internauta a través de la web, como pueden ser WP Show Post, que facilita la navegación web en vertical.

En cuarto y último lugar, se agregó el *plugin* de trasvase de internautas que estén interesados en comprar productos a través de Amazon. No Api Amazon, es el *plugin* que permite a las webs que todavía no están aprobadas a conseguir las primeras tres ventas, a través del programa de afiliados de Amazon.

5.2.1.2.12 Google Analytics

Es un programa de análisis web completo y gratuito, en el que a través de sus informes los usuarios pueden conocer el rendimiento de sus inversiones en campañas, la interfaz de uso y el punto de abandono. Su funcionalidad consiste en la recopilación de datos a través de cookies que visitan una web a través de un seguimiento anónimo.

5.2.1.2.13 Google AdSense

Se trata de un programa de publicidad en el que se muestran anuncios publicitarios en las webs asociadas para monetizar y sacar rentabilidad a la información que se muestra. AdSense en los programas de SEO muestra una publicidad relacionada con el contenido, en el que se pueden bloquear aquellos anuncios que no interesen. (Ramos, 2020)

Los modelos de monetización pueden ser por coste por clic (CPC), coste por miles de impresiones (CPM) y coste por interacción (CPI), entre otros muchos.

El funcionamiento de AdSense es simple, los editores y los anunciantes son la parte fundamental de todo este proceso de monetizaciones. La plataforma web se alquila para que se monetice por parte de los editores y otros pagan, como los anunciantes. Los editores, la parte que nos interesa como creadores de web, deben de tener un mínimo de visitas diarias para lograr cierta rentabilidad. La recurrencia y relevancia son un requisito para que los anunciantes muestren cierto interés.

El proceso para comenzar a usar el programa es sencillo, hay que registrarse, insertar un código HTML que nos proporciona el propio programa y finalmente debemos de esperar a la aprobación. Una vez aprobada el programa comenzará a mostrar anuncios y se comenzará a pagar a la web en cuestión. (Ramos, 2020)

6 Desarrollo del proyecto

En las dos fases siguientes se detalla cada uno de los pasos que se han dado en la estrategia para llegar a los objetivos establecidos.

6.1 Fase I:

En el anexo I, se encuentra cuál ha sido la hoja de ruta tomada para determinar qué producto era mejor. En este documento, se muestra una lista de varios productos que han sido seleccionados por factores como el nivel de búsqueda por mes e información que se obtuvo de Google Analytics. Otras variables han sido también el porcentaje de comisiones y de ventas que se suelen dar, junto a la competencia.

A pesar de que en algunos sectores había una competencia muy grande, junto a mi amigo Luis Martín Maíllo, compañero de universidad, realizamos una búsqueda a través de SEMRUSH, programa de su trabajo. Puede conocer a través de él, datos muy sensibles que mide esta herramienta. Junto a su ayuda, descubrí sectores con una baja competencia que fueron claves para la realización de las webs.

Dos de las webs que han sido seleccionadas de este modo han sido Café de Especialidad y Sillas de Jardín. La web de microondas, en cambio no está especializada en un sector, es una web genérica.

La primera web, **cafespecial.org** es la parte que se decidió trabajar tras conocer la oportunidad que presenta a través de la investigación, que, dentro del mundo del café, la de especialidad era una palabra clave que tenía una competencia muy baja.

El café, como se muestra en el anexo I, tiene un volumen denso de búsquedas al mes. Al ser un producto genérico, se realizó una búsqueda para encontrar un nicho poco explotado, es decir que hubiese poca competencia.

Café de especialidad, fue uno de esos nichos que no se habían trabajado lo suficiente por la competencia y por tanto se decidió realizar un proyecto de afiliación con este nicho en concreto el de café de especialidad.

La segunda web, **sillasdejardin.com**, tiene una similitud de decisión a la anterior. Al conocer que había una gran búsqueda de sillas y cada vez se venden más de forma online

debido a la entrega de forma rápida en el domicilio, ha comenzado a ser un producto bastante vendido dentro de la sección hogar y jardín de Amazon.

En el anexo se pueden encontrar diferentes tipos de categorías que se explican en las siguientes líneas:

- **Palabras clave:** son las palabras que vamos a buscar para poder trabajar una web a través de ellas.
- **Búsqueda:** se trata de la media de búsquedas que tiene la palabra según el registro de Google Analytics. Al haber cancelado, uno de los anuncios, que fueron realizados para poder entrar en el programa, se dejó de acceder a la información completa, por tanto, los números que se ven de búsquedas son aproximaciones, que indican que una palabra puede rondar al mes esas búsquedas.
- **AdSense:** En esta categoría, se toman dos números en cuenta. Si se presentan anuncios cuando se realiza la búsqueda, se especifica con un 1, para indicar que sí hay anuncios. Por otra parte, si se desconoce que haya publicidad o no aparece se indica con un 0.
- **Amazon:** De la misma forma que en el apartado anterior, en este, se indica con el número 1, aquellos productos que tengan productos que se puedan vender en esta plataforma digital. Con el número 0 se indica que este producto no tiene venta en el Marketplace americano.
- **Competencia:** Para esta categoría se han tomado tres números como indicadores de lo siguiente: el número 1, indica que el producto no tiene competencia de nicho o la competencia que hay no es muy buena debido a que no está presente entre las primeras páginas de Google. El número 2, refleja que hay una competencia para la palabra clave que queremos realizar el trabajo, esta competencia existe, está posicionada pero no hay muchos. Lo que nos indica que podemos entrar en ese nicho que todavía no está sobre explotado. Por último, con el número 3, se indica que hay una gran competencia en el nicho en concreto, con abundantes webs y bien posicionados. Lo que hace difícil el trabajo de posicionamiento y redireccionamiento de tráfico a la plataforma electrónica.
- **Monetización:** La monetización se especifica según el precio de venta y se indica con cuatro números. Si el precio medio ronda entre 0,01€ y 10€ se le asigna el número 1. Si el precio es mayor de 10€ e inferior a los 30€ se le asigna el número 2. Por otra parte, si el precio comienza a ser alto hasta los 100€ se le asigna el

número 3. Y por último si el precio medio es superior a los 100€ se le asigna el número 4.

La realización de esta categorización tiene su base en la intención de colocar los productos según el precio medio. Los categorizados entre 1 y 2 tienen mayor probabilidad de compra impulsiva. Aquellos que presentan el número 3 tienen una compra más reflexiva, sobre todo, que aquellos que han sido categorizados con el número 4 su compra es mucho más consciente y menos impulsiva. Esto puede ser debido al alto precio de los productos o bien al análisis que requieren esos productos al ser duraderos en el tiempo.

- **Comisión:** Se trata de una categoría que depende de las comisiones que reparte Amazon a través de su programa de afiliación.
- **Precio:** Es el precio medio de los diez artículos más vendidos de ese producto en el Marketplace de Amazon.
- **Estacionalidad:** Se trata de describir si el producto tiene ventas en una época determinada o bien el consumo del producto es a lo largo del año, de forma constante. Esta información es relevante debido a que si son productos estacionales las comisiones a recibir solo se pueden esperar en unas fechas determinadas, en cambio aquellos productos que no son estacionales ofrecen comisiones de manera periódica a lo largo del año.
- **Potencial mensual 1%:** Se trata de un cálculo matemático teórico sobre las posibilidades que habría si el producto tuviese un rendimiento del 1% a través de alguna de las webs.

La fórmula es la siguiente: las búsquedas mensuales multiplicado por uno partido entre cien, multiplicado por el precio y este multiplicado por las comisiones entre cien.

$Búsquedas \times 1/100 \times Precio \times comisiones/100 = Potencial\ mensual\ 1\%$

6.1.1 Planificación

En este apartado, se van a exponer las vías que se tomaron a través de los datos la planificación de las distintas webs.

6.1.1.1 Tu microondas

En el anexo II se puede observar la extracción de la información a través de Google Analytics.

En este caso, antes de importar toda la información, lo que se hizo fue una selección de información, según la cercanía de la decisión de la compra. Para ello se discriminaron aquellas palabras que tuvieran un valor importante de volumen de búsqueda al mes. Es decir, el objetivo principal era vender, por tanto, todo aquello que estuviera cerca de la venta, o de la búsqueda en la red que tuviera semejanza con un producto específico o búsqueda de palabras para la toma de decisión, eran los objetivos para atacar.

Por otra parte, como la web todavía no tiene una gran autoridad, ya que se trata de una web que ha comenzado relativamente pronto, se decidió también la inclusión de palabras informativas, es decir, aquellas palabras que proporcionen información sobre una marca, sobre un modelo en concreto o sobre el funcionamiento y utilidad de los microondas.

La intención con esto era realizar una selección de las palabras que más beneficio puedan aportar, para trabajarlas de manera más cautelosa. Para ello, se fueron seleccionando desde el programa de ofimática Excel, todas aquellas palabras que estuvieran relacionadas. De este modo, en el momento de añadir a otra hoja de Excel, se les designó el color verde para visualizar que esas palabras ya habían sido seleccionadas.

El anexo IV especifica cómo ha sido el plan para poder realizar el proyecto y cómo debía de ser la web mínimamente para la creación de los contenidos.

6.1.1.2 Café de especialidad

La web **cafespecial.org** se realizó a imagen y semejanza de la anterior web.

Cafés de especialidad, fue planificada a través del programa de Google Analytics. En este caso la búsqueda junto a la planificación fueron algo más sencillas, ya que se trataba del segundo proyecto, en el que muchas de las cosas aprendidas en el anterior proyecto se podían reutilizar.

Cafés de especialidad, es uno de los productos que cada vez está teniendo más auge entre los consumidores del café. Con las investigaciones necesarias se determinó cuál era el producto dentro de esta categoría que mayor interés generaba y que más búsquedas estaba teniendo. La estrategia para este nicho es convertir a la web en un referente cuando se haga búsquedas relacionadas al tema principal.

Para la realización de la estrategia, se puede observar en el anexo V, las palabras que se han extraído de Google Analíticos para trabajar en la web la densidad de palabras según las búsquedas de los usuarios.

6.1.1.3 Sillas de jardín

La creación de este proyecto tiene también relación con los inicios de los anteriores proyectos mencionados. Por otra parte, el proyecto de sillas de jardín es un experimento algo distinto.

En el proyecto se intenta no atacar directamente a las palabras clave como se ha realizado anteriormente. En la web sillasdejardin.com la estrategia es algo diferente, la intención es realizar una recopilación constante de las tendencias de sillas y las diferentes sillas que existen.

Para este proyecto, se han tenido en cuenta variables de comparación entre unos objetos y otros que pueden ocasionar indecisión en el consumidor por no conocer opciones diferentes. De este modo, con las comparaciones se intenta explicar mediante un ranking subjetivo (el del creador de este proyecto) basándose en datos de terceros, de volumen de venta y también analizando los comentarios de otros usuarios.

La intención es ayudar al cliente en la decisión de compra y en aportar información de objetos similares y la experiencia de otros usuarios cuando han adquirido el producto. La fase II explica más detalladamente cómo ha sido el trabajo de este proyecto.

El objetivo de esta web es la creación de un contenido único, aportando valor como creadores de contenido web. Al basarse en la opinión de otros, cruzar datos de comparación de otras webs y también mezclarlo con los datos de ventas del producto, muestra una fiabilidad mayor, pero sin entrar en una valoración específica y personal de la web, ya que por el momento no se tiene el presupuesto para la realización de prueba de productos. Sin embargo, es una opción muy viable en un futuro cuando haya intención de búsqueda de este tipo de artículos, de ser así y de contar con un presupuesto, se realizarán secciones de prueba, propias y no de terceros.

Las razones que han llevado al inicio de este proyecto, es la de innovar conociendo las tendencias del mercado. La tendencia desde China es cada vez más la venta de productos probados por otros usuarios. Como ya se explicó anteriormente, cada vez está teniendo

más importancia este tipo de hechos debido a que los consumidores no tienen el producto tan accesible para probarlo, por tanto, se confía en el experto para determinar la compra de un producto en concreto de forma online.

Para observar este tipo de tendencias en el mundo occidental, no hay más que acudir a Instagram Reels o bien a TikTok para conocer aquellos productos que se ponen a prueba, se destaca su funcionamiento y eficacia. Algunos de los sectores que más visualizaciones acaparan en estas plataformas, son aquellas que tienen una relación con la limpieza, donde se muestra a través de un prescriptor la funcionalidad del producto, mostrando la marca y la eficacia en acción. Pero, en todo esto por el momento es posible que sean microinfluencers que son pagados por mostrar el producto o bien han sido los productos prestados. Aunque en la actualidad haya que salirse de las plataformas para comprar un producto, es posible que, en un futuro, se puedan vender directamente desde las plataformas.

6.2 Fase II

En esta fase del proyecto se expondrá cómo ha sido la creación de las webs, las dificultades que se han encontrado y el modo de realización.

6.2.1 Microondas

Esta web fue la primera de las webs en crearse. Por tanto, podemos determinar que también fue una web en la que se experimentó, ya que, aunque contase con nociones básicas de realización de contenidos a través de algunas prácticas durante el Grado, esto suponía un reto, era un proyecto en solitario, en el que no se podía consultar a nadie sobre el trabajo. Por tanto, resultó ser un proyecto de inicio a ciegas que serviría como base de aprendizaje para las próximas webs que se realizasen.

El primer paso en la creación del sitio web fue adquirir un dominio global, lo que permitiría posicionar el producto en cualquier parte del mundo hispanohablante. Una vez hecho esto, se enfocó en tareas de desarrollo: como en una investigación exhaustiva para cumplir con las políticas de privacidad y cookies de Google y Amazon.

Para lograrlo, no solo se tenían que entender los requisitos de estas entidades, sino también analizar varias páginas webs dedicadas a la creación de contenido de nicho. Se

observó que la mayoría de las políticas de cookies y privacidad eran similares, con la excepción de los datos sensibles específicos de cada sitio.

Por lo tanto, después de estas investigaciones, se decidió moldear las políticas basándose en los sitios webs que cumplieran con los requisitos. Y finalmente, una vez configuradas se publicaron estas políticas en la sección de páginas de nuestro sitio web.

Listas las normas básicas para la aceptación y determinar la propiedad del lugar, se comenzó con la creación de los contenidos.

La primera página, en este caso, la *home* o la página de aterrizaje, se determinó que tenía que hablar de todo lo relacionado con el mundo de los microondas, desde el uso de estos electrodomésticos, las funcionalidad que aportaban, los beneficios, la limpieza, productos relacionados como son los platos de cristal giratorios. Se contó también en todo momento cómo sería el diseño de la web una vez creadas dónde irían los diferentes productos para enlazar y llevar al usuario a terminar comprando el producto a través de Amazon. Otro de los aspectos que también se tuvieron en cuenta, fue la realización de una web vertical, es decir que no tuviera que deslizar arriba y abajo para saber qué es lo que había en la web o acceder constantemente al menú. La intención en todo momento es que la *home* se incluyesen apartados menores que enlacen internamente a otros lugares que puedan resultar al usuario interesantes. De este modo se consigue dos cosas: primero, el aumento de la experiencia, ya que no tiene que realizar esfuerzos grandes para encontrar artículos relacionados con una temática, sino que se le muestran. Segundo, la retención del usuario aumenta, lo que indica a Google que la web genera interés y disminuye el porcentaje de rebote. Todo esto supone que cuanto mayor tiempo pase dentro de la web, mayores anuncios verá, lo que supondrá beneficios para la web y también estará más cerca de realizar la conversión al haberse informado a través de los contenidos que se muestran.

Una vez terminadas las primeras páginas y las más importantes, se comenzó a trabajar en la instalación de los *plugins* y también el tema para dar una apariencia bonita a la web.

Los *plugins* instalados se pueden consultar en apartados anteriores que han sido mencionados y explicados. Tras ello, se instaló el tema de apariencia de Orbital Go. Al no poder acceder a la parte premium por falta de presupuesto, se decidió adquirir la forma básica de este tema, el programa de apariencia en cuestión resultaba ser óptimo para la realización de nichos. El programa se ha especializado para dar al usuario la mejor

experiencia posible, además ha contado hasta el momento con una caché que hace que la velocidad de carga sea la más óptima cuando se aterrice en la web.

Ya con todas las instalaciones completadas, dio comienzo la realización de las entradas de página de la web. En este tipo de apartados se han colocado las marcas, y algunos productos. Destacando su valía, sus precios competitivos y su diseño entre otros aspectos. En este momento ya no prima tanto el número de retención, sino que, al estar demasiado cerca del punto de conversión, es decir, del momento de la compra, que lo conocemos debido a que ya está buscando una marca en concreto, un producto, es posible que el usuario esté listo para comprar. Por tanto, vistos los atributos del producto es el momento más idóneo para presentar una gran variedad de productos que puedan redirigir al usuario hacia Amazon con el programa de afiliados.

6.2.2 Café de especialidad

Para la realización de esta web, se comenzó por copiar y pegar las formas básicas que se habían guardado en la anterior web. Entre las cosas guardadas, se encuentran los *plugins*, la web de aterrizaje y las políticas de privacidad y de cookies. *All in one migration*, fue la herramienta utilizada para la copia y traspaso de información a la nueva web.

El objetivo de este acto de copia y pega se inicia con la intención de ahorro de tiempo en la instalación de materiales básicos para la web. Por tanto, para mayor agilidad de la web y poder centrar gran parte del trabajo en la creación del contenido específico con la palabra clave de la web.

Esta web sobre cafés a diferencia de la anterior web que está más centra a la venta, ya que dentro del embudo de ventas está más cerca de la conversión, en este caso al estar el usuario demasiado lejos, la intención es informar. Una vez que el usuario tenga la información y esté decidido para la compra también se le invitará a realizar la acción y de este modo llevar al usuario final a través de marketing de afiliados a Amazon.

Gran parte del público, sobre todo los amantes del café cada vez están demandando café del bueno, cosechas originales y naturales. Cómo cada vez está teniendo más volumen de búsqueda se ha centrado en la realización de una web óptima para responder al usuario con estos contenidos, una vez que el gran público conozca este producto la probabilidad de sus búsquedas estén en marcas concretas de cafés de especialidad y en tipos de especialidad, pero por el momento la búsqueda está centra en la información, por tanto esta web es informacional no tanto transaccional, pero que en un futuro se convertirá en una web posicionada y que enviará tráfico al programa de afiliados de Amazon.

En primer lugar, para la creación de las entradas, se realizó una web de aterrizaje de entradas en el que se contaba dentro del artículo, diferentes formas de café y variedades. Una vez esto completado, se procedió a realizar y cambiar la web de aterrizaje de que contenía información de la web anterior.

Esta *home page*, se nutre principalmente de la historia y el origen de los café de especialidad, los diferentes tipos de café arábica como pueden ser los cafés de típica, bourbon, caturra y geisha. Por otra parte, también se han trabajado los orígenes que tiene el café de especialidad, Etiopía, Colombia Brasil y Costa Rica. La información de la calidad, el certificado de garantía, la ceremonia del café y el futuro del café de especialidad son también temas que se han abordado a lo largo del artículo.

Variedades de café de especialidad, fue el título de la página de aterrizaje de las entradas. En esta entrada se da la información necesaria, sobre el café arábica, detallando los cuatro tipos que hay. También se comenta a lo largo del artículo otra de las variedades famosas dentro del mundo del café de especialidad, el robusta, en él se explica el origen de esta variedad, curiosidades especiales, y las características que más representan a esta variedad de café.

Por último, se explica uno de lo acontecimientos más importantes del café de especialidad, la ceremonia del café de Etiopía.

Dentro de las variedades del café de especialidad se presentan con mucho más detalle en entradas diferentes, exponiendo la historia, las características más representativas de este café, el sabor, y la plantación.

Otra de las categorías que más se han trabajo también es el del origen de los productores de café de especialidad.

Dentro de la categoría de origen, se expone una historia del café de ese país en concreto, de dónde procede la cultura del café y más. Las regiones principales de producción también son un tema importante que se detallan a lo largo del texto. Además de eso, los sistemas de producción, la cultura del café de ese país en concreto y el impacto económico que tiene el café en ese país también son temas importantes.

6.2.3 Sillas de jardín

Las web sillas de jardín es una web algo distinta, en esta web, al ver algunos de los *plugins* de optimización no resultaban ser tan eficaces lo que se ha intentado a través de la web de sillas es la instalación de nuevos *plugins* para comprobar desde cero la buena viabilidad que podrían tener estas.

Tras la eficacia de las nuevas herramientas, se procedió a la instalación de estas aplicaciones en los sitios webs antiguos ya mencionados. Gran parte de estas aplicaciones instaladas que cuentan todos estos lugares están mencionados en el apartado de *plugins*.

Sillas de jardín, es un experimento de comprobar entre una web trabajada a partir de las búsquedas de palabras claves y otra web realizada a partir de la búsqueda de opiniones y lugares de referencia.

La *home* de sillas de jardín cuenta con una introducción de los diferentes lugares que existen para sentarse, la variedad, los tipos y elección de sillas plegables que se encuentran en el mercado. También cuenta con información en materiales con los que están fabricados como pueden ser la fibra sintética o ratán de imitación, fibra natural y aluminio. Por otro lado, se aporta al usuario unos consejos para guiarle durante la compra y está sea efectiva, como analizar las necesidades, considerar el material y la resistencia, tener en cuenta las dimensiones adecuadas, comparar precios y ofertas, y la recomendación más fiable es que el usuario debería de comprar en tiendas de confianza o que puedan retransmitir seguridad. A todo esto, también añadimos los beneficios que aporta tener una silla de jardín como la comodidad, la durabilidad, la estética y el valor. Pero, además, en la *home* también se destacan alternativas a las sillas de jardín, como pueden ser los bancos de jardín, la hamaca, la tumbona, el puf y el sofá de jardín.

Las categorías trabajas por el momento son los Top 5 mejores del verano 2023, en el que se realiza una reseña de las sillas, para aportar valor al proyecto. Esta aportación de valor se realiza a través de varias vías:

La primera de las vías para conseguir dicho valor es la recopilación de los datos de los comentarios a del producto desde Amazon. Una vez seleccionada la URL del producto, se ha ingresado en el portal Export Comments, lugar que exporta todos los comentarios de la web en fichas de Excel. Una vez exportada y localizada, a través de ChatGPT4 se realiza un análisis, conclusiones, valores y demás datos en tan solo unos minutos. Obtenidos estos datos se realiza una criba de aquellos datos que nos interesen. La segunda

parte consta de ir a diferentes webs y extraer datos de ese producto, teniendo todo esto se realiza una reseña con opiniones de terceros, enfocando en todo momento cómo es el producto, lo que puede aportar, la resistencia, la entrega y demás criterios para informar al usuario. La intención con todo esto es la realización de una web de reseñas mejor que la competencia y tener en un mismo lugar los comentarios de otros usuarios, con la intención final de atraer al usuario final a la compra a través del programa de afiliados de Amazon.

7 Evaluación de los objetivos

Debido a las fechas de entrega de este trabajo, los objetivos que se han determinado no se podrán comprobar hasta finales de este año 2023.

Sin embargo, el primer objetivo se logró, al cual se puede acceder a través de los siguientes enlaces:

- tumicroondas.com
- cafespecial.org
- sillasdejardin.com

Otros objetivos, como el logro de las cuantías económicas, no se podrán determinar si se han logrado o no, debido a que las webs son de reciente creación y necesitan su adaptación a los requisitos tanto de Google como del programa de Afiliados.

El posicionamiento de las palabras clave entre las primeras búsquedas, es también, al igual que los anteriores objetivos, pronto para determinar si se ha logrado llegar a posicionar alguna de las palabras. Como fecha límite, que se especificó en el apartado de los objetivos, es finales de diciembre de 2023. Siendo, actualmente junio cuando se está realizando este trabajo.

8 Conclusión

El proyecto de la realización de este TFG ha sido un reto total en todos los sentidos.

Los estudios de Publicidad y Relaciones Públicas de esta universidad no tienen apenas asignaturas que nos hablen sobre la publicidad online. Sin embargo, fue todo un reto, aprender desde el principio hasta el final todo lo relacionado con el mundo online de la publicidad.

Durante este trabajo, no sólo he aprendido muchas cosas, sino que también a lo largo de este recorrido he intentado poner gran parte de los conocimientos de la publicidad teórica que he adquirido.

Durante mi formación académica, uno de los pilares fundamentales que aprendí fue la importancia de la investigación y los datos en todas las áreas de la publicidad. Por eso, desde el momento en que aprendí a crear un sitio web y a posicionarlo en los motores de búsqueda a través de cursos como BigSeo Academy, entendí la importancia de elaborar una lista de productos. Esta lista debe incluir qué productos se venden, cómo se consumen, y cuáles son los niveles de búsqueda de cada producto. Esta información es esencial para determinar si es óptimo trabajar con un producto específico.

Una vez concluidas las investigaciones, procedimos a desarrollar una estrategia. Parte de esta estrategia implicó observar a la competencia y analizar sus acciones. Con este conocimiento en mano, avanzamos al siguiente nivel: plantearnos cómo podríamos superar a la competencia en esos aspectos.

Existen numerosas áreas teóricas que estudié en la universidad, como los fundamentos del lenguaje para la seducción, la medición de palabras y la estrategia, que han sido esenciales para llevar a cabo este tipo de trabajos. Todo este conocimiento ha hecho posible la realización de mi Trabajo Final de Grado.

Por tanto, me ha sido muy útil la realización de este trabajo sobre las aplicaciones que tienen muchas asignaturas teóricas. La importancia que tienen las asignaturas anteriores mencionadas, en la planificación, estrategia, medición de las decisiones tomadas y el lenguaje como arma seductora para atraer clientes. Por otra parte, el hecho de la investigación, de buscar nuevas fuentes de conocimiento han hecho que pueda aprender nuevas habilidades.

9 Propuestas

Las nuevas tecnologías disruptivas, que han aparecido en estos meses, como la Inteligencia Artificial han contribuido a que muchas de las tareas se realicen de una manera muy sencilla.

Herramientas avanzadas de procesamiento de lenguaje natural, como Google Bard, ChatGPT y Bing Chat, están revolucionando la forma en que interactuamos con la información en línea. En un futuro no muy lejano, estas herramientas podrían reemplazar a muchos sitios web, ya que pueden proporcionar información al usuario de manera más eficiente, adaptándose a lo que busca y por qué lo busca. Esto podría representar un desafío significativo para muchos sitios web existentes. Sin embargo, por otro lado, las herramientas de inteligencia artificial como las mencionadas anteriormente facilitan y ahorran mucho tiempo cuando se realiza una investigación o consultan sobre un producto o cualquier otro tema.

De realizar un nuevo trabajo de este tipo, tendría muy en cuenta el trabajo junto a una IA ya que reduce el tiempo de realización además de que su exactitud en cada actualización está siendo muy avanzada.

En un futuro no muy lejano, la creación de sitios web podría ser mucho más sencilla. Sin embargo, por el momento, si se desea crear un sitio web siguiendo las características tradicionales, es necesario hacerlo mediante la codificación directa o utilización plataformas como WordPress.

Sin duda, una de las áreas que propondría para mejorar sería la optimización de los sitios web en el futuro. En lugar de crear sitios web basados únicamente en palabras clave, deberíamos centrarnos en la intención de búsqueda del usuario y en intentar ofrecer algo nuevo. Un buen ejemplo de esto es sillasdejardin.com, un sitio web creado para proporcionar nuevas ideas y tendencias. En lugar de dejar que el usuario haga toda la investigación, nosotros la hacemos por él, aportando así un valor agregado a los productos.

10 Bibliografía

- Amazon. (s.f.). *Amazon*. Obtenido de Amazon.com: <https://afiliados.amazon.es>
- g42roram.(s.f.). Qué es un servidor y cuáles son los principales tipos de servidores (proxy,dns, web,ftp,pop3 y smtp,dhcp...). *Aprendeaprogramar.com* https://www.aprenderaprogramar.com/index.php?option=com_content&view=article&id=542:que-es-un-servidor-y-cuales-son-los-principales-tipos-de-servidores-proxydns-webftppop3-y-smtp-dhcp&catid=57&Itemid=179
- BeeDIGITAL. (s.f.). ¿Cómo influye el diseño web en el comportamiento del comprador? <https://www.beedigital.es/desarrollo-web/asi-influye-el-diseno-de-las-paginas-web-en-el-comportamiento-de-los-compradores/>
- Bonache, I., & Cubillo, J. (2016). Pressing SEO. *interactiva*(176), 62.
- Bustos, G. (28 de febrero de 2023). ¿Qué es un hosting y cómo funciona? Tutoriales Hosting.Hostinger. <https://www.hostinger.es/tutoriales/que-es-un-hosting>
- Cordina, L., & Lopezosa, C. (Abril de 2021). SEO de contenidos: conceptos, componentes y guía de recursos 2021 https://repositori.upf.edu/bitstream/handle/10230/47100/Codina_SEO_Contentidos21.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Gerard J. Tallis, I. R. (2002). *Estrategias de Publicidad y Promoción*. Madrid: Pearson Addison Wesley.
- ionos. (9 de octubre de 2020). ¿Qué es un plugin y para qué se usa? <https://www.ionos.es/digitalguide/servidores/know-how/que-es-un-plugin/>
- marketinghouse. (s.f.). Velocidad de Carga Web, Factores y Herramientas <https://www.marketinhouse.es/velocidad-de-carga-web/>
- More, M. (29 de marzo de 2022). ¿Qué es y por qué Google puede penalizar tu web. IEBS. <https://www.iebschool.com/blog/black-hat-seo-seo-sem/>

- Pérez-Montoro, G. M. (2010). *Arquitectura de la Información en entornos web*. Á. D. Huici (Ed.) Ediciones Trea.
- Ramos, B. (27 de Octubre de 2020). ¿Qué es Google AdSense y Cómo Funciona? BRUNORAMOS.ES. <https://brunoramos.es/que-es-adsense/>
- Ramos, B. (20 de Abril de 2021). Tutorial AdSense. Guía para Multiplicar tus Ingresos Pasivos. BRUNORAMOS.ES. <https://brunoramos.es/google-adsense-tutorial/>
- Rodríguez Vázquez, C. (2009). El Marketing de afiliados. *REDMARKA*, 1(1), 151-203. Obtenido de https://revistas.udc.es/index.php/REDMARKA/article/view/redma.2009.01.01.4676/g4676_pdf
- Seara, F. (28 de diciembre de 2022). La importancia del SEO ¿Qué es y cómo funcionan?. Marketing Directo. <https://www.marketingdirecto.com/marketing-general/publicidad/importancia-seo-que-es-como-funcionan>
- StatCounter. (Febrero de 2023). *StatCounter* . Obtenido de StatCounter: <https://gs.statcounter.com/search-engine-market-share>
- Telefónica de España, S.A.U. (s.f.). Tutorial de nombres de dominio de Internet <http://www.movistar.es/rpmm/estaticos/negocios/fijo/servicios-sobre-adsl/manuales/tutorial-dominios.pdf>
- THATZAD. (s.f.). Manual de Google Analytics. https://www.thatzad.com/recursos/pdf/manual_google_analytics.pdf
- Trauzold, M. (13 de 1 de 2021). *amazon afiliados*. Recuperado el 20 de 6 de 2023, de amazon-affiliate.eu: <https://amazon-affiliate.eu/es/afiliados-de-amazon-para-principiante-paso/>
- Marketing digital usc. (s.f.). Alta demanda y rotación de perfiles de marketing digital. USC Marketing Digital <https://www.uscmarketingdigital.com/empleo-perfiles-marketing-digital-2022/>
- Urosa, B. F. (2021). Posicionamiento orgánico en buscadores (SEO): estudio sobre el ranking de resultados en Google.es del sector educativo. *Tesis Doctoral* . Universidad Complutense de Madrid , Madrid , España . Recuperado el 13 de Marzo de 2023, de <https://eprints.ucm.es/id/eprint/64419/1/T42152.pdf>

Villanueva-López, I.S. (Julio y agosto de 2014). Para qué sirven las palabras clave. *Acta Ortopédica Mexicana* , 28(4), 211. <https://www.medigraphic.com/pdfs/ortope/or-2014/or144a.pdf>

Villasante, C. (4 de noviembre de 2015). Cómo influyen tus usuarios en el posicionamiento web. inmoblog. <https://www.inmoblog.com/como-influyen-tus-usuarios-en-el-posicionamiento-web/>

11 Anexos

11.1 Anexo I

Palabras clave	Búsquedas	Adsense	Amazon	Competencia	Monetización	Comisión	Precio	Estacionalidad	Potencial mensual(1%conversión)
barcos	673.000	1	1	3	3	7			
café	110.000	1	1	2	2	6	24	No	1584
sofas	110.000	1	1	2	4	7			
zapatos	110.000	1	1	3	3	10			
piscinas desmontables	90.500	1	1	3	4	7	167,085	Si	10584,83475
puzles	90.500	1	1	3	1	7			
juegos de mesa	74.000	1	1	3	2	7	23	No	1191,4
impresoras	74.000	1	1	2	4	7	84	No	4351,2
microondas	74.000	1	1	2	4	7	106	No	5490,8
colchón	74.000	1	1	3	3	7			

té	60.500	1	1	3	2	6	16	No	580,8
mochilas	60.500	1	1	2	3	7	30	No	1270,5
bicicletas spinning	60.500	1	1	2	4	7	215	No	9105,25
lavadoras	60.500	1	1	2	4	7			
muebles	60.500	1	1	2	4	7			
espejos	49.500	1	1	2	3	7	29	No	1004,85
impresoras 3d	49.500	1	1	3	4	7	335	No	11607,75
impresoras 3d	49.500	1	1	3	4	7			
cortinas	40.500	1	1	3	2	7	28	No	793,8
cafetera	40.500	1	1	2	4	7	64	No	1814,4
Sillas	40.500	1	1	2	4	7	120	No	3402
sábanas	33.100	1	1	2	2	7	30	No	695,1
hornos	33.100	1	1	2	4	7	79,8	No	1848,966

muebles de cocina	33.100	1	1		4	7				
Aspiradoras sin cable	33.000	1	1	2	4	7	60	No		1386
acuarelas	27.100	1	1	2	2	7	21	No		398,37
Vino	27.100	1	1	3	4	7	23	No		436,31
copas	27.100	1	1	2	2	7	29	No		550,13
ventilador	27.100	1	1	2	4	7	33	No		626,01
tienda de campaña	27.100	1	1	2	3	7	125	Si		2371,25
bici	27.100	1	1	3	4	7				
colinas	27.100	1	1	2		7				
guantes	27.100	1	1	2	1	7				
herramientas	27.100	1	1	3	3	7				
macetas	27.100	1	1	3	2	7				
paraguas	27.100	1	1	3	1	7				

sandalias	27.100	1	1	2	2	10				
bicicletas elípticas	27.000	1	1	3	3	7				
almohadas	22.200	1	1	2	2	7	28	No	435,12	
planchas	22.200	1	1	2	4	7	41	No	637,14	
maletas	22.200	1	1	2	3	7	78	No	1212,12	
mesas	22.200	1	1	2	4	7	92	No	1429,68	
secadoras	22.200	1	1	2	4	7				
secadoras	22.200	1	1	2	4	7				
Chanclas	22.000	1	1	1	2	10				
secadoras	22.000				4	7				
ron	18.100	1	1	2	3	6	33	No	358,38	

11.2 Anexo II

Keyword	Búsqueda mensual	Puja alta	Puja baja
microondas baratos	50000	0,09	0,23
microondas horno	50000	0,14	0,54
microondas integrable	50000	0,1	0,33
balay microondas integrables	5000	0,08	0,3
Bosch microondas integrable	5000	0,09	0,4
Bosch microondas integrables	5000	0,09	0,4
Cecotec microondas	5000	0,07	0,17
Daewoo microondas	5000	0,07	0,22
grill microondas	5000	0,08	0,26
horno mini	5000	0,07	0,25
horno pequeño	5000	0,06	0,25
mejor microondas	5000	0,07	0,5
mejor microondas calidad precio	5000	0,07	0,48
microondas acero inoxidable	5000	0,09	0,58
microondas amazon	5000	0,08	0,17
microondas amazon baratos	5000	0,17	0,17
microondas balay	5000	0,07	0,24
microondas bluesky	5000	0,07	0,24
microondas bosch	5000	0,07	0,34
microondas candy	5000	0,08	0,3
microondas con grill	5000	0,08	0,26
microondas con grill baratos	5000	0,07	0,21
microondas daewoo	5000	0,07	0,22
microondas empotrable	5000	0,09	0,3
microondas encastrable	5000	0,09	0,36

microondas grill	5000	0,07	0,23
microondas horno balay	5000	0,08	0,99
microondas integrable bosch	5000	0,09	0,4
microondas integrables balay	5000	0,08	0,3
microondas integrables bosch	5000	0,09	0,4
microondas integrables teka	5000	0,08	0,23
microondas lg	5000	0,11	0,94
microondas oferta	5000	0,09	0,42
microondas orbegozo	5000	0,07	0,21
microondas pequeños	5000	0,07	0,28
microondas precios	5000	0,08	0,24
microondas samsung	5000	0,1	0,45
microondas siemens	5000	0,07	0,46
microondas sin grill	5000	0,09	0,42
microondas taurus	5000	0,07	0,25
microondas teka	5000	0,08	0,18
microondas whirlpool	5000	0,07	0,19
precio de microondas	5000	0,09	0,23
samsung microondas	5000	0,1	0,45
siemens microondas	5000	0,07	0,46
taurus microondas	5000	0,07	0,25
whirlpool microondas	5000	0,07	0,19
airfry grande	500	0,08	0,3
balay 3wgx2018	500	0,06	0,22
beko microondas	500	0,07	0,26
bosch bel523ms0	500	0,14	0,69
campana acero inoxidable	500	0,08	0,48
campana grande	500	0,16	3,04

cecotec microondas integrable	500	0,07	0,19
cecotec proclean	500	0,08	0,36
cecotec proclean 3110	500	0,07	0,3
cecotec proclean 5120	500	0,07	0,34
descongelar microondas balay	500		
descongelar microondas bosch	500		
descongelar microondas siemens	500		
extractor microondas	500	0,07	0,47
grill para microondas	500	0,06	0,15
horno acero inoxidable	500	0,08	0,53
horno autocaravana	500	0,07	0,18
horno de microondas	500	0,11	0,51
horno grande	500	0,08	0,42
horno microondas pequeño	500	0,27	0,62
horno microondas siemens	500	0,07	0,53
hornos microondas baratos	500	0,07	0,4
lg microondas	500	0,11	1,36
mejor microondas integrable	500	0,06	0,39
microondas 12 voltios	500	0,08	0,37
microondas 12v	500	0,08	0,43
microondas 40 cm ancho	500	0,07	0,67
microondas 500w	500	0,07	0,5
microondas 800w sin grill	500	0,13	0,51
microondas 900w	500	0,11	0,63
microondas acero	500	0,1	0,59
microondas acero inoxidable balay	500	0,06	0,22
microondas acero inoxidable teka	500	0,06	0,19
microondas amazon ofertas	500	0,17	0,17

microondas ansonic	500	0,12	0,51
microondas apertura derecha	500	0,08	0,41
microondas apertura izquierda	500	0,13	0,47
microondas autocaravana	500	0,05	0,08
microondas balay 3cg4172x0	500		
microondas balay cristal	500	0,06	0,19
microondas balay cristal blanco	500	0,07	0,25
microondas baratos tien 21	500	0,04	0,13
microondas beko	500	0,07	0,26
microondas beko integrable	500	0,07	0,31
microondas bosch bfl520ms0	500	0,13	0,69
microondas bosch empotrable	500	0,09	0,33
microondas buenos	500	0,08	0,57
microondas buenos y baratos	500	0,08	0,24
microondas calidad precio	500	0,07	0,43
microondas campana	500	0,07	0,53
microondas caravana	500	0,06	0,21
microondas cecotec proclean	500	0,07	0,15
microondas cecotec proclean 5110	500	0,07	0,2
microondas compacto	500	0,11	0,6
microondas con conveccion	500	0,25	0,82
microondas con grill amazon	500	0,06	0,17
microondas con grill y convección	500	0,25	0,78
microondas de colores	500	0,05	0,22
microondas de convección	500	0,28	0,77
microondas digital	500	0,09	0,49
microondas digital con grill	500	0,11	0,59
microondas economicos	500	0,09	0,36

microondas econ	500	0,07	0,36
microondas electrolux integrable	500	0,08	0,27
microondas empotrado	500	0,09	0,3
microondas encastrable balay	500	0,07	0,24
microondas expert	500	0,08	0,21
microondas extractor	500	0,07	0,47
microondas franke	500	0,07	0,17
microondas grill acero inoxidable	500	0,16	0,66
microondas grill balay	500	0,06	0,18
microondas grill orbegozo	500	0,06	0,16
microondas grill samsung	500	0,08	0,51
microondas grill teka	500	0,07	0,16
microondas horno bosch	500	0,08	0,68
microondas horno candy	500	0,08	0,31
microondas horno lg	500	0,09	0,93
microondas horno samsung	500	0,07	0,48
microondas horno siemens	500	0,07	0,53
microondas horno teka	500	0,07	0,2
microondas horno whirlpool	500	0,07	0,19
microondas hyundai	500	0,06	0,53
microondas industrial	500	0,11	0,43
microondas inoxidable	500	0,09	0,51
microondas integrable 25 litros	500	0,08	0,34
microondas integrable barato	500	0,08	0,26
microondas integrable cecotec	500	0,07	0,18
microondas integrable siemens	500	0,08	0,53
microondas integrables siemens	500	0,08	0,53
microondas interior acero inoxidable	500	0,13	0,68

microondas koenic	500	0,08	0,41
microondas lg blanco	500	0,07	0,65
microondas lg smart inverter	500	0,1	0,88
microondas mandine opiniones	500	0,07	0,7
microondas más pequeño	500	0,06	0,28
microondas mini	500	0,06	0,19
microondas moulinex antiguos	500		
microondas nodor	500	0,07	0,45
microondas orbegozo opiniones	500	0,07	0,2
microondas orbegozo sin grill	500	0,06	0,19
microondas panasonic	500	0,07	0,18
microondas para autocaravana	500	0,05	0,1
microondas para camiones	500	0,05	0,08
microondas pequeños 10 litros	500	0,06	0,45
microondas pequeños 15 litros	500	0,08	0,58
microondas pequeños amazon	500	0,04	0,13
microondas pequeños baratos	500	0,06	0,2
microondas portatil	500	0,05	0,16
microondas precios baratos	500	0,09	0,26
microondas profesional	500	0,23	1,05
microondas retro	500	0,08	0,29
microondas rosa	500	0,07	0,43
microondas saivod opiniones	500	0,07	0,14
microondas samsung blanco	500	0,07	0,3
microondas samsung ceramic inside	500	0,06	0,31
microondas samsung grill	500	0,08	0,51
microondas segunda mano	500	0,03	0,46
microondas severin	500	0,06	0,2

microondas sharp	500	0,06	0,2
microondas tarrington house	500	0,08	0,5
microondas taurus con grill	500	0,07	0,41
microondas teka encastre	500	0,08	0,19
microondas teka mwe 202 fi	500	0,18	0,36
microondas teka mwe 255 fi	500	0,09	0,26
microondas toshiba	500	0,06	0,15
microondas whirlpool encastrable	500	0,07	0,17
microondas whirlpool mwp 253 sx	500	0,06	0,23
microondas winia	500	0,06	0,25
microondas xiaomi	500	0,08	0,24
mini microondas	500	0,06	0,15
mini microondas portátil	500	0,05	0,08
ofertas de microondas	500	0,09	0,37
samsung microondas grill	500	0,08	0,51
severin microondas	500	0,06	0,2
tarrington house microondas	500	0,08	0,5
balay 3cg4175x0	50	0,07	0,2
balay microondas descongelar	50		
balay microondas grill	50		
base para microondas	50	0,06	0,11
bosch microondas descongelar	50		
campana autocaravana	50		
campana inoxidable	50	0,08	0,24
campana mini	50		
candy microondas manual	50		
cecotec proclean 3010	50	0,07	0,29
cecotec proclean 3020	50	0,07	0,33

descongelar microondas candy	50		
descongelar microondas lg	50		
descongelar microondas orbegozo	50		
descongelar microondas panasonic	50		
descongelar microondas samsung	50		
descongelar microondas teka	50		
descongelar microondas whirlpool	50		
digital grande	50		
digital mini	50		
extractor acero inoxidable	50		
extractor autocaravana	50	0,06	0,16
extractor grande	50	0,07	0,7
extractor mini	50		
extractor pequeño	50	0,06	0,23
grill acero inoxidable	50	0,06	0,3
grill grande	50	0,06	0,26
grill microondas lg	50		
grill microondas samsung	50		
grill microondas teka	50		
grill microondas whirlpool	50		
grill mini	50		
grill pequeño	50	0,06	0,27
horno de microondas samsung	50	0,07	0,41
horno de microondas whirlpool	50		
horno inoxidable	50	0,08	0,73
horno microondas acero inoxidable	50	0,47	0,66
horno microondas grande	50	0,5	0,97
horno microondas mini	50	0,07	0,66

horno microondas orbegozo	50	0,06	0,17
horno microondas panasonic	50	0,07	0,25
horno microondas sharp	50	0,05	0,25
horno microondas toshiba	50	0,08	0,56
hornos microondas economicos	50	0,13	0,51
lg inverter microondas	50	0,09	1,01
lg microondas grill	50	0,08	1,24
lg microondas smart inverter	50	0,1	2,2
lg smart inverter microondas	50	0,1	1,12
manual acero inoxidable	50		
manual autocaravana	50		
manual grande	50		
manual microondas balay	50		
manual microondas bosch	50		
manual microondas candy	50		
manual microondas lg	50		
manual microondas orbegozo	50		
manual microondas panasonic	50		
manual microondas samsung	50		
manual microondas sharp	50		
manual microondas siemens	50		
manual microondas teka	50		
manual microondas whirlpool	50		
manual mini	50		
microondas 8 litros	50	0,08	0,66
microondas acero inoxidable bosch	50	0,08	0,52
microondas acero inoxidable lg	50		
microondas acero inoxidable samsung	50	0,06	0,32

microondas amazon prime	50	0,11	0,15
microondas apertura vertical	50	0,07	0,55
microondas ariston	50	0,06	0,45
microondas black and decker	50	0,06	0,19
microondas campana samsung	50		
microondas campana whirlpool	50		
microondas con extractor de grasa	50		
microondas con grill precios	50	0,08	0,51
microondas de cajon	50		
microondas de empotrar	50	0,09	0,42
microondas de encastre	50	0,09	0,39
microondas digital acero inoxidable	50	0,17	0,72
microondas digital lg	50		
microondas digital panasonic	50		
microondas digital samsung	50	0,1	0,24
microondas digital teka	50	0,07	0,15
microondas durabrand	50		
microondas economicos y buenos	50	0,09	0,46
microondas empotrable samsung	50	0,14	1,61
microondas extractor samsung	50		
microondas extractor whirlpool	50		
microondas grande lg	50		
microondas grill bosch	50	0,08	0,21
microondas grill candy	50	0,06	0,33
microondas grill grande	50		
microondas grill lg	50	0,11	0,87
microondas grill panasonic	50		
microondas grill pequeño	50	0,1	0,45

microondas grill sharp	50		
microondas grill siemens	50		
microondas grill toshiba	50		
microondas grill whirlpool	50	0,06	0,15
microondas horno panasonic	50		
microondas horno pequeño	50		
microondas lg 25 litros	50	0,17	1,03
microondas manual	50		
microondas menumaster	50	0,19	0,66
microondas modernos	50	0,08	0,35
microondas multifuncion	50	0,1	0,61
microondas nuevo	50	0,08	0,21
microondas para carro	50		
microondas para restaurante	50	0,16	0,48
microondas pequeño precio	50	0,07	0,46
microondas pequeño whirlpool	50	0,06	0,14
microondas puerta abatible	50	0,07	0,28
microondas samsung 23 litros	50	0,07	0,37
microondas samsung 28 litros	50	0,07	0,27
microondas sanyo con grill	50	0,09	0,5
microondas silencioso	50	0,06	0,37
microondas smart	50	0,14	0,47
microondas smart inverter	50	0,13	1,3
microondas smart lg	50		
microondas smart samsung	50		
microondas whirlpool acero inoxidable	50		
microondas white westinghouse	50		
microondas wifi	50	0,07	0,24

microondas wifi lg	50		
mini microondas portátil 12v	50	0,05	0,08
modelos de microondas	50	0,08	0,24
orbeozo microondas manual	50		
panasonic microondas grill	50		
panasonic microondas manual	50		
precio de los microondas	50	0,09	0,23
precio de microondas samsung	50	0,06	0,12
precio de microondas whirlpool	50	0,06	0,2
precios de microondas nuevos	50	0,09	0,25
samsung mg23	50	0,07	0,79
samsung microondas descongelar	50		
sharp microondas grill	50	0,05	0,21
sharp microondas manual	50		
siemens microondas descongelar	50		
smart grande	50		
smart microondas	50		
smart mini	50		
smart pequeño	50		
teka microondas grill	50	0,08	0,16
teka microondas manual	50		
ver microondas	50	0,1	0,23
whirlpool microondas campana	50		
whirlpool microondas grill	50	0,06	0,15
whirlpool microondas manual	50		
wifi autocaravana	50	0,18	0,48
wifi grande	50		
wifi mini	50		

wifi pequeño	50		
winia microondas	50	0,06	0,18

11.3 Anexo III

Home	Volumen	Categoría	Volumen
todomicroondas.net			

/balay/	
balay microondas integrables	5000
microondas balay	5000
microondas horno balay	5000
microondas integrables balay	5000
descongelar microondas balay	500
microondas acero inoxidable balay	500
microondas balay cristal	500
microondas balay cristal blanco	500
microondas encastrable balay	500
microondas grill balay	500
balay microondas descongelar	50
balay microondas grill	50
manual microondas balay	50
/bosch/	

bosch microondas integrable	5000
bosch microondas integrables	5000
microondas bosch	5000
descongelar microondas bosch	500
microondas bosch empotrable	500
microondas horno bosch	500
manual microondas bosch	50
microondas acero inoxidable bosch	50
microondas grill bosch	50
/cecotec/	
cecotec microondas	5000
cecotec microondas integrable	500
cecotec proclean	500
microondas cecotec proclean	500
microondas integrable cecotec	500
/LG/	
microondas lg	5000
lg microondas	500
microondas horno lg	500
microondas lg blanco	500
microondas lg smart inverter	500
descongelar microondas lg	50
grill microondas lg	50
lg inverter microondas	50
microondas digital lg	50
microondas grande lg	50
microondas grill lg	50
microondas smart lg	50

microondas wifi lg	50
/daewoo/	
daewoo microondas	5000
/samsung/	
microondas samsung	5000
samsung microondas	5000
microondas grill samsung	500
microondas horno samsung	500
microondas samsung ceramic inside	500
descongelar microondas samsung	50
microondas campana samsung	50
microondas digital samsung	50
microondas empotrable samsung	50
microondas extractor samsung	50
/siemens/	
microondas siemens	5000
siemens microondas	5000
descongelar microondas siemens	500
horno microondas siemens	500
microondas integrable siemens	500
microondas grill siemens	50
siemens microondas descongelar	50
/taurus/	
microondas taurus	5000
taurus microondas	5000
microondas taurus con grill	500
/orbegozo/	
microondas orbegozo	5000

microondas grill orbegozo	500
microondas orbegozo opiniones	500
microondas orbegozo sin grill	500
descongelar microondas orbegozo	50
horno microondas orbegozo	50
/teka/	
microondas integrables teka	5000
microondas teka	5000
microondas acero inoxidable teka	500
microondas grill teka	500
microondas horno teka	500
microondas teka encastre	500
descongelar microondas teka	50
grill microondas teka	50
/beko/	
beko microondas	500
microondas beko	500
microondas beko integrable	500
/amazon/	
microondas amazon	5000
microondas amazon baratos	5000
microondas amazon ofertas	500
microondas con grill amazon	500
microondas pequeños amazon	500
microondas amazon prime	50
/candy/	
microondas candy	5000
microondas horno candy	500

candy microondas manual	50
descongelar microondas candy	50
manual microondas candy	50
microondas grill candy	50

/digital/

microondas digital	500
microondas digital con grill	500
microondas digital acero inoxidable	50

/smart/

smart microondas	50
microondas smart	50
microondas smart inverter	50

/baratos/

microondas baratos	50000
microondas con grill baratos	5000
hornos microondas baratos	500
microondas baratos tien 21	500
microondas buenos y baratos	500
microondas pequeños baratos	500
microondas precios baratos	500

/economicos/

microondas economicos	500
hornos microondas economicos	50
microondas economicos y buenos	50

/caravana/

microondas autocaravana	500
microondas caravana	500

microondas para autocaravana	500
/grill/	
microondas grill	5000
microondas sin grill	5000
grill para microondas	500
microondas con grill y convección	500
microondas con grill precios	50
microondas grill pequeño	50
/horno/	
horno de microondas	500
horno microondas pequeño	500
horno microondas grande	50
horno microondas mini	50
/mini/	
microondas mini	500
mini microondas	500
mini microondas portátil	500
/portatil/	
microondas portatil	500
/antiguos/	
/integrable/	
microondas integrable	50000
mejor microondas integrable	500
microondas integrable barato	500
/mejor/	
mejor microondas	5000
mejor microondas calidad precio	5000

11.4 Anexo IV

Home	Tipos	Tiras o carrusel	Tipos	carrusel
Catálogos de microondas al mejor precio		Marcas de microondas	Bosch	Mejores microondas bosch Catálogo microondas Bosch Ventajas microondas Bosch Modelos de microondas Bosch Opinión de microondas Bosch
Análisis de los mejores microondas			Balay /cecotec/ /LG/ /samsung/ /siemens/	
Funciones de un microondas				

Modelo de mejores microondas

Accesorios de microondas

Limpiador de microondas

Recetas de microondas

/taurus/

/orbegozo/

/teka/

/beko/

/candy/

Tipos de microondas

/digital/

/smart/

/grill/

/horno/

/mini/

/integrable/

/portatil/

/economicos/

/baratos/

11.5 Anexo V

Palabra clave	Búsqueda mensual
cafe especialidad	5000
café colombia	5000
café especialidad	5000
café grano	5000
café saula	5000
colombia café	5000
incapto café	5000
brasil café	500
café arábico	500
café ecológico	500
café espresso	500
café etiopía	500
café incapto	500
café lavazza	500
café natural	500
café perú	500
café tostado	500
etiopía café	500
grano café	500
lavazza espresso	500
lavazza grano	500
lavazza calidad oro	500
tostado café	500
afortunato cafés de especialidad	50
arto café de especialidad	50
arábico café	50
brasil destination	50
brasil ecológico	50
brasil natural	50
cafe de especialidad a domicilio	50
cafe de especialidad belgrano	50
cafe de especialidad descafeinado	50
cafe de especialidad en capsulas	50
cafe de especialidad marcas	50
cafe de especialidad molido	50
cafe de especialidad online	50
cafe de especialidad palermo	50
cafe de especialidad puntaje	50
cafe de especialidad que es	50

cafe de especialidad recoleta	50
cafe en grano de especialidad	50
cafe en grano especialidad	50
cafe especialidad online	50
cafes artesanales	50
café arábico colombia	50
café arábico Perú	50
café brasil	50
café de especialidad marcas	50
café de especialidad online	50
café de especialidad precio	50
café destination	50
café guatemala	50
café lavazza brasil	50
café lavazza espresso	50
café sumatra	50
destination café	50
destination colombia	50
destination guatemala	50
el mejor cafe de especialidad	50
especialidad cafe	50
especialidades de cafe	50
espresso natural	50
grano brasil	50
lavazza brasil	50
lavazza colombia	50
lavazza guatemala	50
marcas de café de especialidad	50
mejor cafe de especialidad	50
mejores cafes de especialidad	50
mejores cafés de especialidad	50
natural brasil	50
natural café	50
natural colombia	50
natural destination	50
natural espresso	50
Perú ecológico	50
Perú natural	50
puntos sca cafe	50
rufus cafe de especialidad	50
starbucks cafe de especialidad	50
tostado brasil	50

tostado colombia	50
tostado espresso	50

11.6 Anexo VI: tu microondas

Consigue el microondas perfecto

Ten el microondas ideal para tu cocina

Marcas ▾

Contactos ▾

Ten el microondas ideal para tu cocina

Nuestra tienda online tumicroondas.com está especializada en el electrodoméstico esencial para cualquier cocina moderna. Ya sea que estés buscando un microondas para calentar tus comidas rápidamente, cocinar platos gourmet o simplemente para descongelar alimentos, tenemos una amplia gama de opciones disponibles para satisfacer tus necesidades.

 prime	 prime	
SHARP YC-PG254AE-S - Microondas convección con... PRECIO 129,99 €	Candy X-Range CMXG20DR, Microondas con Grill, 20L,... PRECIO 93,82 €	Candy Smart CMG 2071M, Microondas con Grill, 20L,...
Ver más	Ver más	Ver más
★★★★☆ (1673) 4.2 de 5 Comentarios	★★★★☆ (23064) 4.4 de 5 Comentarios	★★★★☆ (7766) 3.9 de 5 Comentarios

Un microondas es mucho más que un simple electrodoméstico de cocina. Es una herramienta versátil que puede ahorrar tiempo, energía y esfuerzo en la cocina. Con la capacidad de calentar y cocinar alimentos en cuestión de minutos, un microondas puede ser un verdadero salvavidas en una cocina ocupada.

Categoría de microondas por marcas



**Obten el microondas Balay
y consigue un amigo en la
cocina**

[Artículo completo](#)



**Adquiere un microondas
Bosch y ten la mejor
tecnología**

[Artículo completo](#)



**Compra el microondas
Cecotec y triunfarás en la
cocina**

[Artículo completo](#)



**Adquiere un microondas LG
y se feliz**





[Artículo completo](#)

¿Cómo Elegir el Microondas Perfecto?

Elegir el microondas perfecto puede parecer una tarea desalentadora, pero no tiene por qué serlo. Aquí hay algunos factores que debes considerar:

Potencia

La potencia de un microondas determina qué tan rápido puede calentar y cocinar los alimentos. Los microondas más potentes pueden cocinar los alimentos más rápidamente, pero también consumen más energía. Si solo planeas usar tu microondas para calentar alimentos, un modelo de menor potencia puede ser suficiente. Sin embargo, si planeas cocinar comidas completas en tu microondas, es posible que desees un modelo más potente.

 <p>Candy X-Range CMXG20DS, Microondas con Grill, 20L...</p> <p>Ver más</p> <p>★★★★★ (23052) 4.4 de 5 Comentarios</p>	 <p>Orbegozo Mi 2118 Microondas Con 20 Litros D...</p> <p>Ver más</p> <p>★★★★★ (8227) 4.4 de 5 Comentarios</p>	 <p>Cecotec Microondas, Blanco, Grill</p> <p>Ver más</p> <p>★★★★★ (468) 4.1 de 5 Comentarios</p>
 <p>Grunkel - Microondas de 20L de Capacidad con acabado...</p> <p>Ver más</p> <p>★★★★★ (142) 4.1 de 5 Comentarios</p>		

Tamaño

Los microondas más pequeños

 <p>Whirlpool MAX 38 SL - Horno microondas (13 L, 70...</p> <p>Ver más</p> <p>★★★★★ (550) 4.4 de 5 Comentarios</p>	 <p>Cecotec Microondas de 20 Litros ProClean 3040, 700 ...</p> <p>Ver más</p> <p>★★★★★ (12579) 4.0 de 5 Comentarios</p>	 <p>Panasonic NN-E20JWMEPG Microondas Compacto 20L...</p> <p>Ver más</p> <p>★★★★★ (3373) 4.2 de 5 Comentarios</p>
---	--	---

Limpiador de microondas:

Un limpiador de microondas especializado puede ayudar a mantener el microondas limpio y libre de olores.

 <p>Angry Mama Limpiador de microondas, limpiador a...</p> <p>Ver más</p> <p>★★★★★ (454) 4.3 de 5 Comentarios</p>	 <p>AEG M3OCS200 - Limpiador spray, cuidado del horno y...</p> <p>Ver más</p> <p>★★★★★ (68) 3.9 de 5 Comentarios</p>	 <p>AEG M3OCS200 9029799336 - Spray limpiador para...</p> <p>PRECIO 16,35 €</p> <p>Ver más</p> <p>★★★★★ (291) 4.2 de 5 Comentarios</p>
--	---	---

Mantener su microondas limpio y libre de olores puede ser una tarea desalentadora, pero con el limpiador de microondas adecuado, puede ser una brisa. Estos productos están diseñados para descomponer la grasa y los residuos de alimentos, dejando su microondas limpio y fresco. Los clientes han elogiado estos limpiadores por su eficacia y facilidad de uso, lo que los convierte en una adición esencial a cualquier rutina de limpieza de la cocina.

Plato giratorio de repuesto:

Los platos giratorios pueden romperse o desgastarse con el tiempo, por lo que tener uno de repuesto puede ser útil.

 <p>SPARES2GO Universal Glass Turntable Plate Dish for all...</p> <p>PRECIO 13,98 €</p> <p>Ver más</p> <p>★★★★★ (443) 4.4 de 5 Comentarios</p>	 <p>Recamania Plato para microondas diámetro Ø...</p> <p>PRECIO 10,95 € 11,95 € 7%</p> <p>Ver más</p> <p>★★★★★ (2601) 4.5 de 5 Comentarios</p>	 <p>DL-pro Plato giratorio universal de 31,5cm para...</p> <p>Ver más</p> <p>★★★★★ (414) 4.3 de 5 Comentarios</p>
--	--	---




Platos para Microondas: Una Compra Inteligente

Los platos para microondas son bandejas, generalmente redondas, hechas de vidrio o cerámica resistente al calor. Están diseñados para girar durante el funcionamiento del microondas, lo que permite que los alimentos se calienten de manera uniforme. Algunos platos para microondas incluso vienen con características adicionales, como anillos de guía para un giro más estable.

¿Por qué necesitas platos para microondas?

El uso de platos para microondas tiene varias ventajas. En primer lugar, permiten que los alimentos se calienten de manera uniforme, lo que puede ser difícil de lograr con otros métodos de calentamiento. En segundo lugar, los platos para microondas son duraderos y fáciles de limpiar, lo que los hace ideales para el uso diario.

Los **Microondas Bosch** son una elección inteligente para cualquier cocina moderna. Con su diseño elegante y funcionalidad superior, estos electrodomésticos se destacan en el mercado. Ya sea que estés buscando un microondas integrable Bosch o un microondas horno Bosch, esta marca tiene el modelo perfecto para ti.

 <p>Bosch BEL523MS0 - Serie 4 Microondas integrable, 20 litros, Con grill, Negro/Inox</p> <p>Ver más</p> <p>★★★★☆ (1059) 4.5 de 5 Comentarios</p>	 <p>Bosch FEL023MS2 Serie 2 Microondas, Electrónico 20 l, Grill (44x26 cm, 800W, Pla...</p> <p>Ver más</p> <p>★★★★☆ (171) 4.1 de 5 Comentarios</p>	 <p>Bosch Serie 6 BFL524MS0 Integrado Solo - Microondas (Integrado, Solo microondas, ...</p> <p>Ver más</p> <p>★★★★☆ (514) 4.4 de 5 Comentarios</p>
--	---	--




Los microondas Bosch son conocidos por su alta calidad y durabilidad. Fabricados con materiales de primera calidad, estos electrodomésticos están diseñados para durar. Además, la marca Bosch es sinónimo de innovación y eficiencia, por lo que puedes confiar en que tu microondas Bosch te ofrecerá un rendimiento excepcional.

Beneficios de tener Bosch

Uno de los principales beneficios de tener un microondas Bosch es su versatilidad. Con funciones como descongelar, recalentar y cocinar, un microondas Bosch puede hacer mucho más que simplemente calentar tu comida. Además, con la función de grill, puedes dorar y gratinar tus platos favoritos.

Otra ventaja de los microondas Bosch es su facilidad de uso. Con programas automáticos y controles intuitivos, cocinar con un microondas Bosch es un juego de niños. Además, muchos modelos vienen con un display TFT que te permite controlar fácilmente todas las funciones del microondas.

Los microondas bosch más baratos y económicos

 <p>Bosch FEL023MS2 Serie 2 Microondas, Electrónico 20 l, Grill (44x26 cm, 800W, Pla...</p> <p>Ver más</p> <p>★★★★☆ (171) 4.1 de 5 Comentarios</p>	 <p>Bosch Serie 6 BFL524MS0 Integrado Solo - Microondas (Integrado, Solo microondas, ...</p> <p>Ver más</p> <p>★★★★☆ (514) 4.4 de 5 Comentarios</p>	 <p>Bosch BFL520MS0 Microondas, 20 litros, Sin grill, Negro/Inox</p> <p>Ver más</p> <p>★★★★☆ (1040) 4.5 de 5 Comentarios</p>
---	--	---

11.7 Anexo VII: Sillas de jardín



Top 5 mejores sillas de jardín para disfrutar del verano 2023

En este artículo, vamos a explorar los «Top mejores sillas 2023», seleccionadas por su calidad, diseño, funcionalidad y confort. Estas sillas no solo son asequibles, sino que también ofrecen una excelente relación calidad-precio, lo que las convierte en una opción ideal para aquellos que buscan mejorar su espacio de trabajo o de ocio.

Top 5: VidaXL 2X Acacia Sillones Jardín Madera

Para darle un toque más rústico y natural a tu espacio exterior, coloca una pareja de sillas de jardín de madera, como este conjunto **VidaXL**, cuyo diseño con reposabrazos aporta versatilidad y comodidad.

Beneficios de tener sillas de jardín

Comodidad:

Una buena silla de jardín ofrece altos niveles de comodidad. Puede sentarse durante largos períodos de tiempo sin sentirse incómodo debido a la forma en que están hechos.

Durabilidad:

Los materiales utilizados para construir sillas de jardín de alta calidad son resistentes a los elementos, por lo que pueden soportar las condiciones exteriores durante todo el año.

Estética:

Su espacio al aire libre puede verse mejor con sillas de jardín. Pueden mejorar la apariencia de su jardín porque están disponibles en una variedad de diseños y tonalidades.

Valor:

A pesar de que una buena silla de jardín puede requerir una inversión inicial, puede proporcionar un valor excelente con el tiempo. Dado que no será necesario reemplazarlos con tanta frecuencia debido a su dureza y resistencia a los elementos, terminará ahorrando dinero con el tiempo.

11.8 Anexo VIII: café de especialidad






[Home](#) [Variedades](#) [Origen](#) [Política y Cookies](#) [Q](#)

Cafés de especialidad: Descubre, aprende y compra online la alta calidad del café

Historia y origen de los cafés de especialidad

El café de especialidad, una bebida apreciada en todo el mundo, tiene una historia rica y fascinante que se remonta a siglos atrás. Este viaje comienza en las montañas de **Etiopia**, donde se descubrió por primera vez el **café arábica**, la especie principal utilizada en el café de especialidad.

 Café de Etiopia en grano Consuelo, 1 kg PRECIO 16,49 € Ver más ★★★★☆ (1667) 4.1 de 5 Comentarios	 Illy Arabica Selection - Ethiopia (250 g, Whole bean) PRECIO 21,99 € Ver más ★★★★☆ (86) 4.4 de 5 Comentarios	 Incapto Café en Grano Natural - Café Especialidad Café Etiopio... PRECIO 23,95 € Ver más ★★★★☆ (83) 4.2 de 5 Comentarios
--	--	---

El viaje del café arábica

El café arábica comenzó su viaje global en la península arábica. Alrededor del año 900, las personas de la península arábica comenzaron a cultivar y propagar el café en Yemen. Desde allí, el café se extendió a otras partes del mundo, ganando popularidad en Europa y eventualmente en América.



Café Typica: El Sabor Original del Café Arábica

[Artículo completo](#)



Café Bourbon: Un Viaje al Corazón del Café Arábica

[Artículo completo](#)



Café Caturra: Un Viaje al Mundo del Café Arábica

[Artículo completo](#)



Café Geisha: La Joya de la Corona del Café Arábica

[Artículo completo](#)

El nacimiento del café de especialidad

El término «café de especialidad» fue acuñado por Erna Kuntzen en 1974. Se refiere a los cafés que obtienen una puntuación de 80 o más en una escala de 100 puntos por parte de un catador certificado o un laboratorio de calidad. Solo el 2-3% de la producción mundial de café califica como café de especialidad.

Origen del café de especialidad



[Artículo completo](#)



[Artículo completo](#)

La calidad certificada del café de especialidad

La calidad del café de especialidad es certificada por la Specialty Coffee Association (SCA) a través de pruebas de catación. Los cafés que obtienen una puntuación de 80 a 84.99 se consideran de muy buena calidad, los que obtienen una puntuación de 85 a 89.99 son excelentes, y los que obtienen una puntuación de 90 a 100 son excepcionales.

El papel de Etiopía en el café de especialidad

Etiopía, como lugar de origen del café arábica, tiene un papel importante en el mundo del café de especialidad. De hecho, Etiopía tiene la puntuación media más alta para las puntuaciones recogidas por los Q Graders en todo el mundo entre 2010 y 2018. Los cafés etíopes tienen muchas «caticiones» con puntuaciones entre 86 y 90 puntos. Una posible explicación es la diversidad genética, ya que Etiopía es donde se descubrió por primera vez el arábica.



Tabla de contenidos

1. Café arábica

- 1.1. Origen:
- 1.2. 4 Variedades café de especialidad arábigo
- 1.3. Café Typica: El Sabor Original del Café Arábica
- 1.4. Café Bourbon: Un Viaje al Corazón del Café Arábica
- 1.5. Café Caturra: Un Viaje al Mundo del Café Arábica
- 1.6. Café Geisha: La Joya de la Corona del Café Arábica
- 1.7. curiosidades del café arábigo
 - 1.7.1. Clave en la economía
 - 1.7.2. Mayor calidad de sabor
 - 1.7.3. Dificultad del cultivo

2. Café robusta

- 2.1. Origen:
- 2.2. 2 Variedades café de especialidad robusta
- 2.3. Curiosidades sobre café de especialidad robusta
 - 2.3.1. Resistente a las enfermedades
 - 2.3.2. Más barato de producir
 - 2.3.3. Café Robusta doble de cafeína que el arábico

3. Video ceremonia del café de Etiopía | cultura, tradición e historia del café arábico

Café arábica

El café Arábica es la especie de café más cultivada en el mundo, representando aproximadamente el 60% de la producción mundial de café. Originario de las tierras altas de Etiopía, el café Arábica es conocido por su sabor suave y menos amargo en comparación con otras especies de café.

Origen:

El café Arábica se originó en las montañas del suroeste de **Etiopía** y ha sido cultivado en la región durante miles de años. Los granos de café Arábica fueron descubiertos por un pastor de cabras llamado Kaldi, quien notó que sus cabras se volvían más enérgicas después de comer las bayas de un cierto árbol. Kaldi compartió su descubrimiento con un monje local, quien comenzó a usar las bayas para mantenerse despierto durante las largas horas de oración. Así comenzó la larga historia del café.

4 Variedades café de especialidad arábigo

Hay muchas variedades de café Arábica, cada una con sus propias características de sabor. Algunas de las variedades más conocidas incluyen

1. **Typica:** Esta es la variedad más antigua y es conocida por su sabor dulce y suave.
2. **Bourbon:** Nominada por la Isla de Bourbon donde fue cultivada por primera vez, esta variedad es conocida por su

Los rituales del café en Etiopía no solo tienen un carácter social, sino también un papel espiritual, lo que enfatiza la importancia de la cultura del café etíope. El café tiene una larga historia con el Islam y se dice que debido a las propiedades espirituales del café, se produce una transformación espiritual durante la Ceremonia de las Tres Rondas del Café.



Impacto económico del café de Etiopía

La economía de Etiopía depende en gran medida del comercio de productos primarios. De las pocas materias primas comercializables del país, el café representa el 60 por ciento de los ingresos de exportación del país. De hecho, el café está estrechamente relacionado con la cultura y la sociedad etíope, con aproximadamente 15 millones de personas en el país involucradas directa o indirectamente en la industria.

El país africano es conocido por su tradición cafetalera, que alcanza precios muy altos en el mercado internacional. Sin embargo, solo el 5-10% del precio va a Etiopía. La mayor parte del dinero se lo llevan los distribuidores y los intermediarios que lo comercializan. Un capuchino cuesta 3€ en los países ricos, pero muchos productores de café en Etiopía y otros países en desarrollo ganan menos de 1€ por día.

Algunos agricultores han decidido abandonar el cultivo del café y volcarse al cultivo medicinal, que es más rentable, debido a las bajas ganancias. Para reducir la brecha entre el precio minorista y los ingresos de los agricultores, el gobierno etíope está tratando de utilizar más derechos de propiedad intelectual (PI) para diferenciar el café etíope en el mercado y generar mayores ganancias.