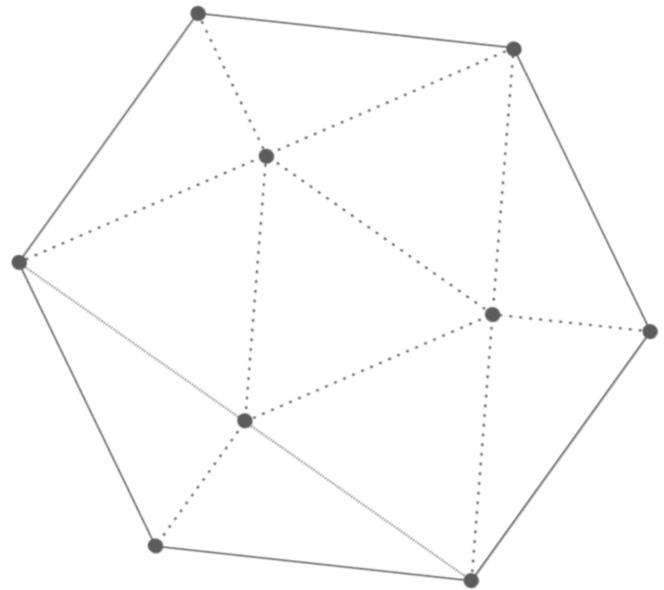
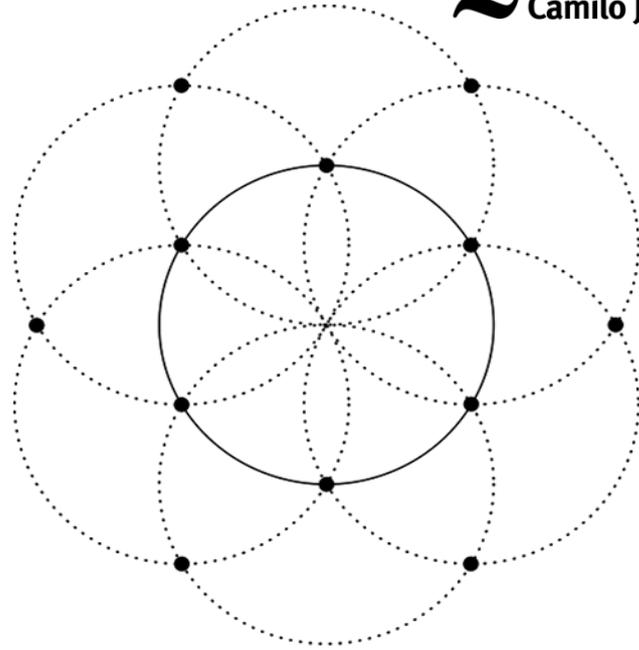
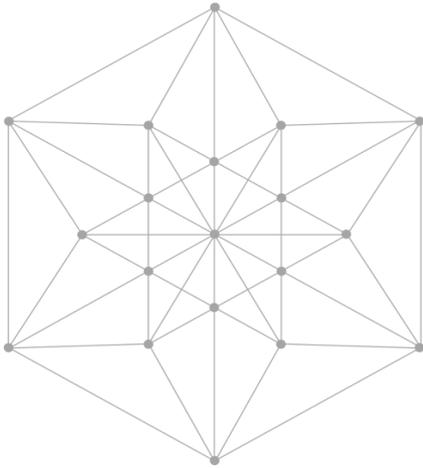


MÁSTER EN MARKETING DIGITAL, COMUNICACIÓN Y REDES SOCIALES

Factores claves en el posicionamiento orgánico (SEO) en Google.es: sector del bebé en España.

28 de junio de 2021



MÁSTER EN MARKETING DIGITAL, COMUNICACIÓN Y REDES SOCIALES

Factores claves en el posicionamiento orgánico
(SEO) en Google.es: sector del bebé en España.

Alumna: Sandra María García Cabezas

Tutor: Dr. Ricardo Carreras Lario

RESUMEN

La presente investigación tiene como finalidad conocer y analizar los factores de posicionamiento orgánico más relevantes para Google, en el sector del bebé. Esta investigación servirá para dar respuesta a las siguientes preguntas: ¿Qué características tienen las páginas web del sector del bebé que aparecen en el primer resultado de Google?, ¿Cuáles son las palabras clave relacionadas con productos para bebé que tienen mayor volumen de búsqueda? y ¿Qué recomendaciones seguir para que una página web del sector del bebé se posicione entre los primeros resultados de Google.es?

Respecto a la metodología, la investigación consta de dos fases. La primera fase, desarrollada en el marco conceptual, consiste en una revisión bibliográfica para recopilar información sobre el origen de Internet, los buscadores en general, Google, el posicionamiento orgánico en buscadores y las palabras clave. La segunda fase consiste en un estudio exploratorio cualitativo basado en el modelo de estudio de casos. Se han seleccionado 100 palabras clave relacionadas con el sector del bebé y se ha analizado el primer resultado de búsqueda para cada una de las palabras clave. En total se han analizado 100 páginas web ubicadas en el primer lugar de Google.es, recogiendo los datos de 22 factores de posicionamiento orgánico.

A través de esta investigación se puede conocer el peso que tienen los factores SEO estudiados para el sector del bebé. Entre las principales conclusiones del estudio destaca la importancia que otorga Google a las siguientes variables de posicionamiento: edad del sitio web, terminación del dominio, número de páginas indexadas, autoridad del dominio, número de enlaces entrantes, número de dominios de referencia, número de “Me gusta” en Facebook, palabra clave en etiquetas título y ALT, extensión del texto, velocidad de carga de la página web, número de enlaces internos y salientes, tasa de rebote y tiempo medio de duración de la visita. La investigación también revela que Google beneficia a las páginas web que son parte de sitios web populares, grandes y con autoridad.

PALABRAS CLAVE

SEO, posicionamiento en buscadores, posicionamiento orgánico, posicionamiento en Google y sector del bebé.

ABSTRACT

The purpose of this research is to know and analyze the most important organic positioning factors for Google in baby industry. This research will give an answer to the following questions: What are the characteristics of the baby industry web pages that appear in the first result of Google? What are the keywords related to baby products with the highest search volume? and y What are the recommendations to follow so that a website in the baby industry is at the top of the Google.es results?

Regarding the methodology, the research has two phases. The first phase, which is developed in the conceptual framework, consists of a bibliographic review to gather information about the Internet's origin, the search engines in general, Google, the organic search engine positioning, and keywords. The second phase consists of a qualitative exploratory study based on the case study model. We selected 100 keywords related to the baby industry and we analyzed the first search result for each keyword. In total, we analyzed 100 web pages ranked at the top of Google.es and we gathered data on 22 organic positioning factors.

This research shows the importance of the SEO factors studied for the baby industry. The main conclusions of the study include the importance given by Google to the following positioning factors: age of the website, domain extension, number of indexed pages, domain authority, number of incoming links, number of referring domains, number of "Likes" on Facebook, keyword in title and ALT tags, text extension, web page loading speed, internal and external links, bounce rate and average time of visit. The research also shows that Google benefits those web pages which are part of popular, large, and authoritative websites.

KEYWORDS

SEO, search engine optimization, organic search, Google SEO, and baby industry.

ÍNDICE

RESUMEN	2
ABSTRACT	3
ÍNDICE.....	4
ÍNDICE DE TABLAS	6
ÍNDICE DE GRÁFICOS	6
ÍNDICE DE IMÁGENES.....	7
1. INTRODUCCIÓN	8
1.1. Presentación del tema	8
1.2. Objetivo General	9
1.3. Objetivos Específicos	9
1.4. Justificación de la investigación	10
2. MARCO CONCEPTUAL	11
2.1. Origen de Internet.....	11
2.2. Uso de Internet a nivel mundial y en España.....	12
2.3. Aparición de los buscadores.....	17
2.3.1. ¿Qué es un buscador?.....	17
2.3.2. Breve historia de los buscadores	18
2.4. Google.....	22
2.4.1. Historia de Google	22
2.4.2. ¿Cómo funciona Google?.....	26
2.5. SEO.....	29
2.5.1. ¿Qué es el SEO?.....	29
2.5.2. Variables y factores SEO más relevantes	30
2.5.3. Palabras Clave (Keywords).....	35
2.6. El sector del bebé en España	37
2.6.1. El sector del bebé y el SEO	38
3. MARCO METODOLÓGICO	39
4. FACTORES DE POSICIONAMIENTO E HIPÓTESIS	40
4.1. Factores Estructurales.....	41
4.1.1. Factor 1: Edad del sitio web	41
4.1.2. Factor 2: Palabra clave coincide exactamente con el nombre del dominio	42
4.1.3. Factor 3: Terminación del dominio	43
4.1.4. Factor 4: Número de páginas indexadas en todo el sitio web.....	43
4.1.5. Factor 5: Autoridad del dominio	44
4.1.6. Factor 6: Número de enlaces entrantes a todo el sitio web (backlinks).....	45
4.1.7. Factor 7: Número de dominios de referencia del sitio web (referring domains)	46
4.1.8. Factor 8: Número de “Me gusta” en Facebook	47
4.2. Factores Internos	48
4.2.1. Factor 9: Palabra clave presente en etiqueta título	48

4.2.2.	Factor 10: Palabra clave presente en etiqueta descripción	49
4.2.3.	Factor 11: Palabra clave en etiqueta H1	50
4.2.4.	Factor 12: Palabra clave en etiqueta ALT	51
4.2.5.	Factor 13: Extensión del texto.....	52
4.2.6.	Factor 14: Densidad de palabra clave en el texto principal de la página	52
4.2.7.	Factor 15: Presencia de la palabra clave en la primera oración del texto principal	53
4.2.8.	Factor 16: Palabra clave presente en la URL	54
4.2.9.	Factor 17: Número de barras en la URL de la página web.....	55
4.2.10.	Factor 18: Velocidad de carga de la página web (en segundos).....	55
4.2.11.	Factor 19: Número de enlaces internos en página web	56
4.2.12.	Factor 20: Número de enlaces salientes desde la página web (enlaces externos).....	57
4.3.	Factores Externos	58
4.3.1.	Factor 21: Tasa de rebote	58
4.3.2.	Factor 22: Tiempo medio de duración de la visita al sitio web (en minutos y segundos)	59
5.	ESTUDIO EMPÍRICO.....	59
5.1.	Palabras clave seleccionadas	59
5.2.	Variables analizadas	61
6.	RESULTADOS DEL ESTUDIO EMPÍRICO.....	62
7.	VALIDEZ DE LAS HIPÓTESIS.....	62
7.1.	Factores Estructurales.....	62
7.1.1.	Resultado Factor 1: Edad del sitio web	63
7.1.2.	Resultado Factor 2: Palabra clave coincide exactamente con el nombre del dominio.....	63
7.1.3.	Resultado Factor 3: Terminación del dominio	64
7.1.4.	Resultado Factor 4: Número de páginas indexadas en todo el sitio web	65
7.1.5.	Resultado Factor 5: Autoridad del dominio	65
7.1.6.	Resultado Factor 6: Número de enlaces entrantes a todo el sitio web (backlinks)	66
7.1.7.	Resultado Factor 7: Número de dominios de referencia del sitio web (referring domains)	67
7.1.8.	Resultado Factor 8: Número de “Me gusta” en Facebook.....	67
7.2.	Factores Internos	68
7.2.1.	Resultado Factor 9: Palabra clave presente en etiqueta título.....	69
7.2.2.	Resultado Factor 10: Palabra clave presente en etiqueta descripción.....	69
7.2.3.	Resultado Factor 11: Palabra clave en etiqueta H1	70
7.2.4.	Resultado Factor 12: Palabra clave en etiqueta ALT	71
7.2.5.	Resultado Factor 13: Extensión del texto	71
7.2.6.	Resultado Factor 14: Densidad de palabra clave en el texto principal de la página	72
7.2.7.	Resultado Factor 15: Presencia de la palabra clave en la primera oración del texto principal ...	73
7.2.8.	Resultado Factor 16: Palabra clave presente en la URL.....	73
7.2.9.	Resultado Factor 17: Número de barras en la URL de la página web	74
7.2.10.	Resultado Factor 18: Velocidad de carga de la página web (en segundos)	75
7.2.11.	Resultado Factor 19: Número de enlaces internos en página web.....	75
7.2.12.	Resultado Factor 20: Número de enlaces salientes desde la página web (enlaces externos)	76
7.3.	Factores Externos	77

7.3.1.	Resultado Factor 21: Tasa de rebote	77
7.3.2.	Resultado Factor 22: Tiempo medio de duración de la visita al sitio web (en minutos y segundos)	78
8.	CONCLUSIONES DE LA INVESTIGACIÓN	79
9.	LIMITACIONES Y PROSPECTIVA.....	84
10.	BIBLIOGRAFÍA	85
11.	ANEXOS.....	91
11.1	Palabras clave (125) seleccionadas como adecuadas para la presente investigación	91
11.2	Resultados de la auditoría realizada en base a 22 factores de posicionamiento para 100 páginas localizadas en el primer lugar del buscador.....	94
11.3	Resultados del estudio empírico en Excel.....	144

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1.- Estadísticas de uso de Internet y población en el mundo. Recuperado de Internet World Stats: Internet Usage and World Population Statistics. Copyright © 2021, Miniwatts Marketing Group. 12

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1.-	Distribución de usuarios de Internet en el mundo. Elaboración propia a partir de los datos recuperados de Internet World Stats: Internet Usage and World Population Statistics. Copyright © 2021, Miniwatts Marketing Group.....	13
Gráfico 2.-	Usuarios de Internet vs. Total de la Población por región. Recuperado de Digital 2021. Copyright © 2021, Hootsuite and We are Social.....	13
Gráfico 3.-	Panorama del uso de Internet en el mundo. Recuperado de Digital 2021. Copyright © 2021, Hootsuite and We are Social.	14
Gráfico 4.-	Crecimiento digital global. Recuperado de Digital 2021. Copyright © 2021, Hootsuite and We are Social.	14
Gráfico 5.-	Panorama del uso de Internet en España. Recuperado de Digital 2021. Copyright © 2021, Hootsuite and We are Social.	15
Gráfico 6.-	Dimensionamiento del mercado Penetración actual. Recuperado de Estudio Anual eCommerce 2020. Copyright © 2020, Interactive Advertising Bureau (IAB).....	15
Gráfico 7.-	Audiencia de Internet. Servicios/Actividades durante el último mes – 2020. Recuperado del Marco General de los Medios en España 2021. Copyright © 2021, Asociación para la Investigación de los Medios de Comunicación (AIMC).....	16
Gráfico 8.-	A la hora de buscar productos para comprar por Internet, ¿dónde sueles buscar?. El proceso de compra Búsqueda de información Fuentes. Recuperado de Estudio Anual eCommerce 2020. Copyright © 2020, Interactive Advertising Bureau (IAB).....	16
Gráfico 9.-	Cuota de Mercado de motores de búsqueda. Recuperado de Netmarketshare. Copyright NetApplications.com © 2017.	21
Gráfico 10.-	Ingresos por empleado de las empresas tecnológicas seleccionadas que generan más ingresos por empleado. Recuperado de Buy Shares. Copyright © 2020, Buy Shares.	25
Gráfico 11.-	Factores estructurales. Fuente: Elaboración propia.	62
Gráfico 12.-	Edad del sitio web. Fuente: Elaboración propia.	63
Gráfico 13.-	Palabra clave coincide exactamente con el nombre del dominio. Fuente: Elaboración propia.	64
Gráfico 14.-	Terminación del dominio. Fuente: Elaboración Propia.	64

Gráfico 15.- Número de páginas indexadas en todo el sitio web. Fuente: Elaboración propia.	65
Gráfico 16.- Autoridad del dominio. Fuente: Elaboración propia.	66
Gráfico 17.- Número de enlaces entrantes a todo el sitio web (backlinks). Fuente: Elaboración propia.	66
Gráfico 18.- Número de dominios de referencia del sitio web (referring domains). Fuente: Elaboración propia.	67
Gráfico 19.- Número de “Me gusta” en Facebook. Fuente: Elaboración propia.	68
Gráfico 20.- Factores internos. Fuente: Elaboración propia.	68
Gráfico 21.- Palabra clave presente en etiqueta título. Fuente: Elaboración propia.	69
Gráfico 22.- Palabra clave presente en etiqueta descripción. Fuente: Elaboración propia.	70
Gráfico 23.- Palabra clave en etiqueta H1. Fuente: Elaboración propia.	70
Gráfico 24.- Palabra clave en etiqueta ALT. Fuente: Elaboración propia.	71
Gráfico 25.- Extensión del texto. Fuente: Elaboración propia.	72
Gráfico 26.- Densidad de palabra clave en el texto principal de la página. Fuente: Elaboración propia.	72
Gráfico 27.- Presencia de la palabra clave en la primera oración del texto principal. Fuente: Elaboración propia.	73
Gráfico 28.- Palabra clave presente en la URL. Fuente: Elaboración propia.	74
Gráfico 29.- Número de barras en la URL de la página web. Fuente: Elaboración propia.	74
Gráfico 30.- Velocidad de carga de la página web (en segundos). Fuente: Elaboración propia.	75
Gráfico 31.- Número de enlaces internos en página web. Fuente: Elaboración propia.	76
Gráfico 32.- Número de enlaces salientes desde la página web (enlaces externos). Fuente: Elaboración propia.	76
Gráfico 33.- Factores externos. Fuente: Elaboración propia.	77
Gráfico 34.- Tasa de rebote. Fuente: Elaboración propia.	78
Gráfico 35.- Tiempo medio de duración de la visita al sitio web (en minutos y segundos). Fuente: Elaboración propia.	78
Gráfico 36.- Resultados de páginas auditadas según su sitio web. Fuente: Elaboración propia.	80

ÍNDICE DE IMÁGENES

Imagen 1.- Larry Page y Sergey Brin en el garaje donde crearon Google. Recuperado de “De un garaje al Googleplex”. Copyright © Google.	23
Imagen 2.- Primer “Doodle” de Google, llamado festival Burning Man. Recuperado de https://www.google.com/doodles/burning-man-festival . Copyright © Google.	23
Imagen 3.- Funcionamiento básico de Google. Recuperado de Toreando a Google. Copyright © Iberanálisis SL, 2019.	26
Imagen 4.- Número de páginas indexadas de bebitus.com. Fuente: Google.	44
Imagen 5.- Etiqueta título de elcorteingles.es. Fuente: Google.	48
Imagen 6.- Etiqueta descripción de elcorteingles.es y carrefour.es. Fuente: Google.	49

1. INTRODUCCIÓN

1.1. Presentación del tema

La pandemia de la COVID-19 ha cambiado la forma en la que nos relacionamos, trabajamos, aprendemos y consumimos. Los estudiantes asisten a clases virtualmente, los trabajadores mantienen reuniones de oficina en remoto y muchas empresas han implementado sistemas de teletrabajo. Asimismo, han aumentado las compras online y el uso de la telemedicina.

La crisis sanitaria generada por el Coronavirus ha impulsado el proceso de digitalización de la sociedad y concretamente de las empresas. Según el estudio de KPMG CEO Outlook 2020: COVID-19: “el 80% de los CEOs destaca que la pandemia ha acelerado la digitalización de sus operaciones y ha impulsado la creación de un nuevo modelo operativo.” (KPMG CEO Outlook 2020: COVID-19, 2020, pág. 11)

En la actualidad los buscadores como Google se han convertido en los mejores aliados para las personas, puesto que acudimos a ellos para consultar previsiones meteorológicas, mapas e información sobre temas relacionados con la salud, la economía, la educación o la tecnología. Asimismo, son indispensables para las empresas, debido a que les permiten dar a conocer sus productos y servicios a los usuarios de Internet. Según la 22ª Encuesta AIMC a Usuarios de Internet - Navegantes en la Red (2020): los dispositivos más utilizados para acceder a Internet son el teléfono móvil (46,1%), el ordenador de sobremesa (24,7%) y el ordenador portátil (22,7%). (AIMC, 2020, pág. 25)

En tiempos de pandemia la estrategia online se ha convertido en la mejor manera de seguir obteniendo ingresos. Muchas medianas y pequeñas empresas han tenido que aumentar su presencia online e invertir en tecnología para sobrevivir. Una de las herramientas digitales de gran utilidad para las empresas es el SEO (Search Engine Optimization), debido a que permite posicionar una página web entre los primeros resultados del buscador. Hoy en día es fundamental que una empresa esté bien posicionada en los buscadores si desea ganar mayor visibilidad y notoriedad en Internet.

Este TFM se enfoca en analizar el posicionamiento orgánico (SEO) del buscador Google en el sector del bebé en España. Mediante esta investigación se tratará de descubrir cuáles son y qué características tienen las páginas de productos para bebé que se encuentran posicionadas en primer lugar en Google.es y se intentará identificar cuáles son los principales factores de posicionamiento SEO dentro de este sector.

1.2. Objetivo General

Analizar los principales factores para el posicionamiento SEO de páginas web enfocadas al sector del bebé en el buscador de Google.es.

1.3. Objetivos Específicos

- 1) Descubrir cuáles son y qué características tienen las páginas web que ocupan la primera posición en Google.es, dentro del sector del bebé en España.
- 2) Investigar cuáles son los principales factores de posicionamiento orgánico para el sector del bebé en Google.es.
- 3) Buscar cuáles son las palabras clave relacionadas con productos para bebé que tienen mayor volumen de búsqueda en Google.es.
- 4) Definir posibles recomendaciones para que una página web del sector del bebé se posicione entre los primeros lugares de Google.es.

1.4. Justificación de la investigación

Las medidas y restricciones impuestas por las comunidades autónomas de España para frenar el aumento de casos de Covid-19 han influido significativamente en el incremento del uso de los canales digitales para realizar compras e informarse sobre un producto o servicio.

Según el estudio “Consumidores y nueva realidad: primer sondeo” elaborado por KPMG, antes del COVID-19 un 30% de los consumidores españoles compraban regularmente en el canal online y ahora compran de forma habitual a través de canales online un 46% (KPMG, 2020, p. 10).

En el Estudio Anual de Ecommerce del 2020 del IAB, en la sección de Usos y hábitos de compra se puede observar que los motivos por los que los encuestados eligen comprar online en lugar de en tienda física son: la comodidad (34%), el cierre de tiendas físicas por el coronavirus (10%), el precio (9%), la cercanía de la tienda (7%) y la rapidez (7%) ¿Por qué compra online existiendo tienda física? (Interactive Advertising Bureau (IAB), 2020, p. 17). Asimismo, según el mismo estudio un 93% de los compradores se informan y buscan lo que les interesa en el canal online y un 74% acaba haciendo la compra a través de este canal (Interactive Advertising Bureau (IAB), 2020, p. 22).

Para que una empresa pueda aumentar su notoriedad y visibilidad en Internet, así como cumplir con sus objetivos de ventas es necesario que esté presente entre los primeros resultados de los buscadores, principalmente en Google, ya que este buscador dispone de una cuota de mercado en España del 96%, frente al 2,6% de Bing y el 0,82% de Yahoo (Search Engine Market Share Spain, 2020).

Las empresas de todos los sectores, incluyendo el sector del bebé, son conscientes de que tener un buen posicionamiento orgánico en los buscadores les ayudará a conseguir sus objetivos. Por este motivo, contratan cada vez más los servicios de consultores de marketing digital, agencias de marketing digital y especialistas en SEO para que gestionen el posicionamiento orgánico de su sitio web.

Según el estudio “El estado del eCommerce en el retail. Un crecimiento en evolución ante la incertidumbre del COVID-19” elaborado por Pablo J. Contreras, profesor en la escuela de negocios EAE Business School:

“El perfil familiar más proclive a ser comprador online es el de pareja con hijos que conviven en el hogar. El 69,8% han comprado online alguna vez, un 65,8% lo han hecho en el último año y un 38,4% en el último mes. Los hogares monoparentales con algún hijo en el hogar son los siguientes más propensos a comprar online.” (Contreras P. J., 2020)

Como vemos en este estudio, los hogares con hijos son más propensos a realizar la compra online y por esta razón, sería conveniente que las empresas del sector del bebé invirtieran más en herramientas digitales como el SEO para atraer a su target y conseguir aumentar sus ventas a través del canal online.

El SEO es una herramienta fundamental para mejorar la visibilidad de una página web a través de los resultados orgánicos. Por tanto, para que las empresas del sector del bebé puedan aumentar su notoriedad y visibilidad en Internet, es imprescindible identificar cuáles son los factores más relevantes de posicionamiento orgánico de la categoría productos para bebé en el buscador de Google.es. De este modo, podremos confirmar hipótesis y seguir trabajando en este campo con resultados fiables como apoyo.

2. MARCO CONCEPTUAL

2.1. Origen de Internet

A nivel mundial, la historia de Internet se remonta a 1958, momento en que el departamento de defensa del gobierno norteamericano crea la agencia ARPA con el objetivo de realizar investigaciones que respondieran a los desafíos tecnológicos rusos. De aquellos experimentos y estudios surgió la red de redes. A principios de los años 60 la agencia ARPA se dedicó a desarrollar un sistema militar de comunicaciones en red debido a que su sistema de comunicaciones era vulnerable y en 1962 comenzó a usarse esa tecnología para interconectar las universidades de los Estados Unidos, por lo que el ámbito de aplicación pasó de ser únicamente militar a ser también académico. Esta investigación condujo a la creación de la red experimental de cuatro nodos, denominada ARPANET, en diciembre de 1969. Dicha red conectaba cuatro universidades: la Universidad de Los Ángeles, el Instituto de Investigación de Stanford, la Universidad de Utah y la Universidad de Santa Bárbara (Abuín & Vinader, 2011).

Antes de 1990, Internet era un conjunto de ordenadores inconexos sin posibilidad de navegar entre distintas direcciones a través de enlaces. Por tanto, en sus primeros años de vida, Internet no era considerado un servicio atractivo para el público en general. Sin embargo, en el año 1992, Tim Berners Lee y Robert Caillau desarrollaron la World Wide Web (WWW). Esto permitió a los usuarios navegar fácilmente a través de infinitas cantidades de información mediante hiperenlaces, así como visualizar páginas con texto, imágenes, vídeos y otros contenidos multimedia (Abuín & Vinader, 2011).

En 2004, Tim O'Reilly acuñó el término de “Web 2.0” o “Web Social” para referirse a una segunda generación de Webs basadas en comunidades de usuarios y servicios tales como las redes sociales, los blogs o los wikis, que fomentan el intercambio ágil de información entre los usuarios (Abuín & Vinader, 2011).

Internet aterrizó en España durante la década de los 60 en el sector bancario debido a que se necesitaba interconectar la información entre las sucursales para controlar las cuentas de los clientes y evitar fraudes (ONTSI, 2018).

El proceso de conexión de España a Internet se produjo en 1985 a través del Proyecto IRIS (Interconexión de los Recursos Informáticos de las Universidades y Centros de Investigación). No obstante, hasta principios de los años 90 no se desarrollaron los primeros servidores WWW en España (ONTSI, 2018).

La primera página Web en España fue creada en 1993, por Toni Bellver, Carles Bellver, Enrique Navarro, Enrique Silvestre y Jordi Adell, profesores de la Universidad Jaume I (Abuín & Vinader, 2011).

2.2. Uso de Internet a nivel mundial y en España

En la actualidad, la comunicación no tiene límites, ya que Internet nos permite consultar y resolver cualquier duda al momento, hablar con cualquier persona y publicar una foto desde cualquier lugar. Además, Internet ha puesto al alcance de todo el mundo una amplia cantidad de información gratuita.

WORLD INTERNET USAGE AND POPULATION STATISTICS 2020 Year-Q4 Estimates						
World Regions	Population (2021 Est.)	Population % of World	Internet Users 31 Dec 2020	Penetration Rate (% Pop.)	Growth 2000-2020	Internet World %
Africa	1,357,198,684	17.3 %	633,8856,924	46.7 %	13,941 %	12.8 %
Asia	4,309,503,789	55.0 %	2,563,503,922	59.5 %	2,143 %	51.8 %
Europe	835,700,837	10.7 %	727,848,547	87.1 %	593 %	14.7 %
Latin America / Caribbean	658,382,700	8.4 %	477,824,732	72.6 %	2,545 %	9.7 %
Middle East	263,933,993	3.4 %	184,856,813	70.0 %	5,528 %	3.7 %
North America	370,146,066	4.7 %	332,910,868	89.9 %	208 %	6.7 %
Oceania / Australia	43,138,089	0.6 %	29,066,532	67.4 %	281 %	0.6 %
WORLD TOTAL	7,838,004,158	100.0 %	4,949,868,338	63.2 %	1,271 %	100.0 %

Tabla 1.- Estadísticas de uso de Internet y población en el mundo. Recuperado de Internet World Stats: Internet Usage and World Population Statistics. Copyright © 2021, Miniwatts Marketing Group.

Como se puede observar en esta tabla, el 31 de diciembre de 2020, había un total de 4,949,868,338 usuarios de Internet en el mundo. La población estimada de usuarios de Internet a nivel mundial en el año 2021 es de 7,838,004,158 y esto significa que Internet tiene una tasa de penetración del 63,2% (World Internet Usage and Population Statistics, 2020).

Asia era la región con mayor cantidad de usuarios de Internet (2,563,503,922 usuarios), sin embargo, tenía una tasa de penetración del 59,5% (ocupaba el sexto lugar en lo que se refiere a la tasa de penetración). La segunda región con mayor cantidad de internautas era Europa (727,848,547 usuarios). Esta región, además, tenía la segunda tasa de penetración más alta del mundo, un 87,1% (World Internet Usage and Population Statistics, 2020).

Distribución de usuarios de internet en el mundo - 2020 Q4

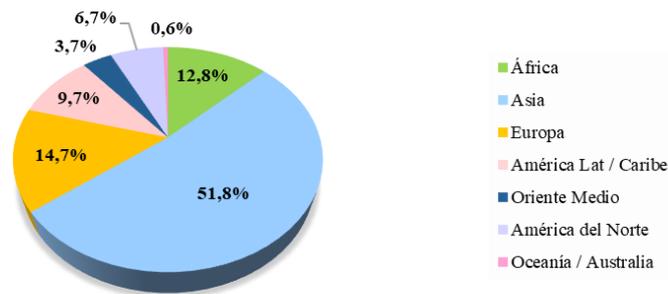


Gráfico 1.- Distribución de usuarios de Internet en el mundo. Elaboración propia a partir de los datos recuperados de Internet World Stats: Internet Usage and World Population Statistics. Copyright © 2021, Miniwatts Marketing Group.

En este gráfico podemos ver la distribución de usuarios de Internet en el mundo con valores porcentuales y por regiones. Observamos que la región donde más internautas había en el año 2020 era en Asia, con un 51,8% y la segunda región con más usuarios de Internet en ese mismo año era Europa, con un 14,7% de usuarios (World Internet Usage and Population Statistics, 2020).

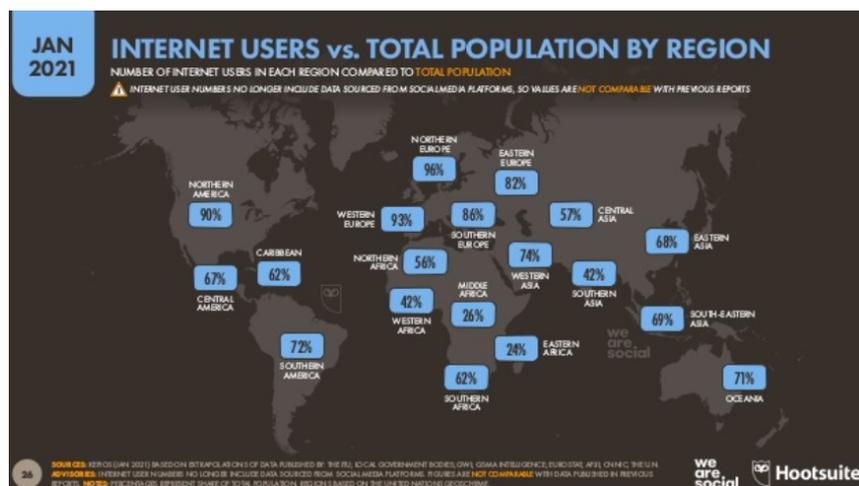


Gráfico 2.- Usuarios de Internet vs. Total de la Población por región. Recuperado de Digital 2021. Copyright © 2021, Hootsuite and We are Social.

En este gráfico podemos observar que las dos regiones con mayor penetración de Internet en enero de 2021 eran el Norte de Europa (96% de usuarios de Internet) y Europa Occidental (93% de

usuarios de Internet), seguidas por América del Norte (90% de usuarios de Internet). Por otro lado, las regiones que tenían menor tasa de penetración de Internet eran África Central con un 26% de usuarios de Internet y África Oriental con un 24% de usuarios de Internet (Digital 2021, Hootsuite and We are Social, 2021).

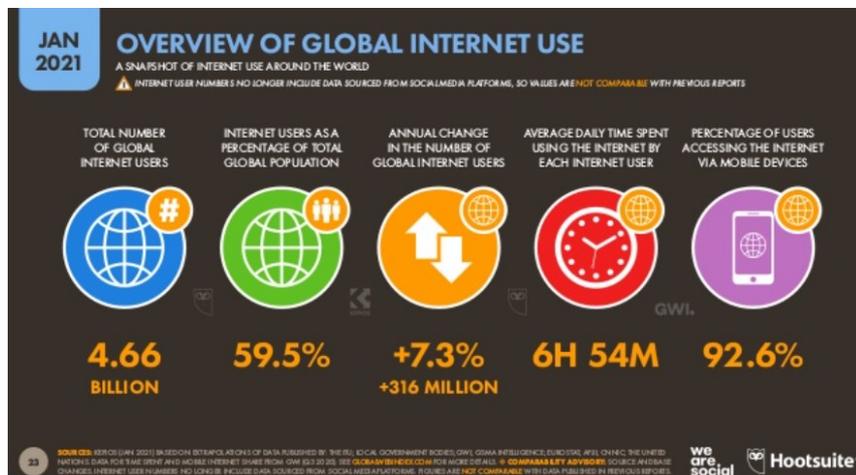


Gráfico 3.- Panorama del uso de Internet en el mundo. Recuperado de Digital 2021. Copyright © 2021, Hootsuite and We are Social.

El informe Digital 2021 señala que el número de usuarios de Internet en el mundo ha alcanzado los 4.660 billones de personas (59,5% del total de la población). En el gráfico también podemos ver que, en promedio, los usuarios de Internet en el mundo están conectados cada día a la red de redes un total de 6 horas y 54 minutos (Digital 2021, Hootsuite and We are Social, 2021).

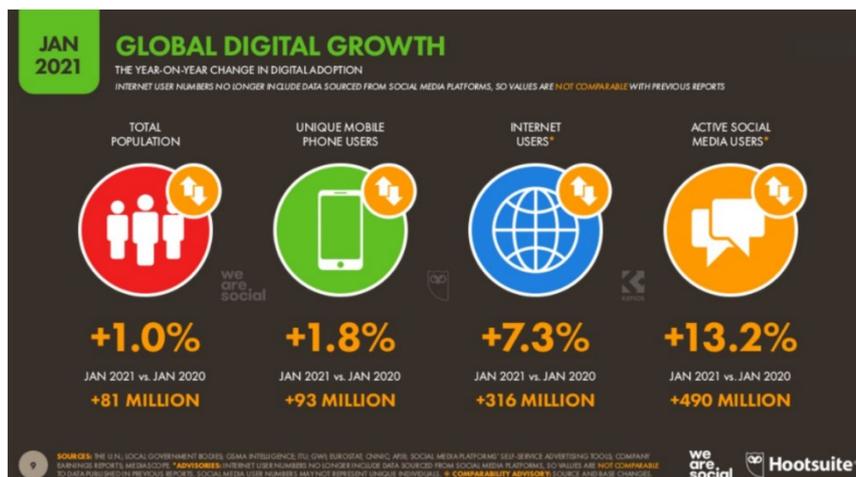


Gráfico 4.- Crecimiento digital global. Recuperado de Digital 2021. Copyright © 2021, Hootsuite and We are Social.

El crecimiento del número de usuarios de Internet entre enero de 2020 y enero de 2021 representó el 7,3%, esto quiere decir que el número de internautas se incrementó en 316 millones (Digital 2021, Hootsuite and We are Social, 2021).

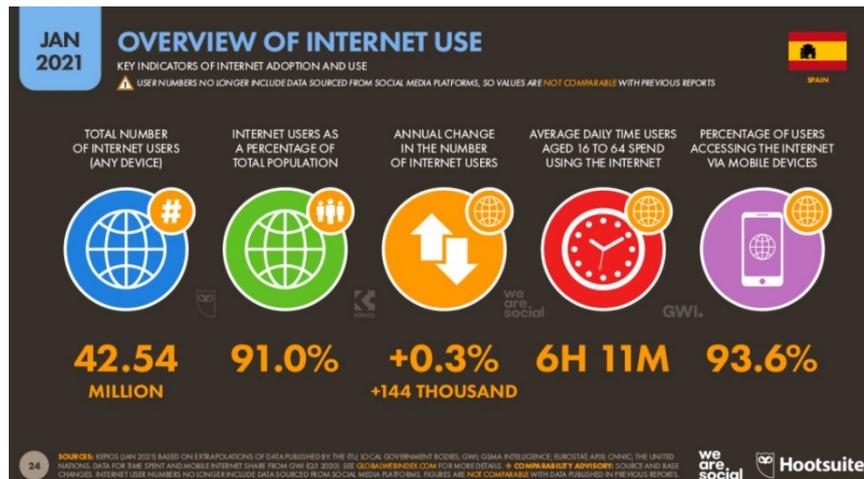


Gráfico 5.- Panorama del uso de Internet en España. Recuperado de Digital 2021. Copyright © 2021, Hootsuite and We are Social.

En el gráfico podemos observar que en enero de 2021 había 42.540 millones de usuarios de la red de redes en España, lo que representa el 91% de la población española. El gráfico también muestra que los españoles de entre 16 y 64 años pasaban conectados a Internet cada día una media de 6 horas y 11 minutos (Digital 2021, Hootsuite and We are Social, 2021).

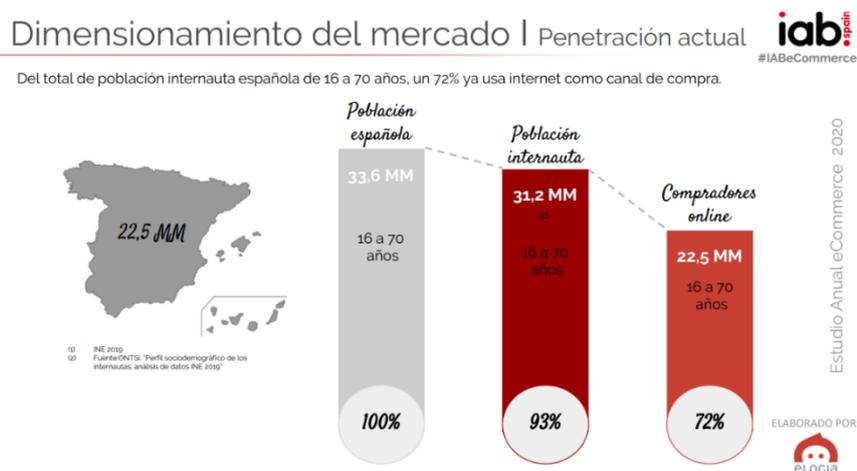


Gráfico 6.- Dimensionamiento del mercado | Penetración actual. Recuperado de Estudio Anual eCommerce 2020. Copyright © 2020, Interactive Advertising Bureau (IAB).

El gráfico muestra que del total de la población internauta española de 16 a 70 años (31,2 millones de usuarios de Internet), un 72%, es decir, 22,5 millones de usuarios, ya utilizaban Internet como canal de compra (Interactive Advertising Bureau (IAB), 2020, p. 6).

AUDIENCIA DE INTERNET

SERVICIOS/ACTIVIDADES DURANTE EL ÚLTIMO MES - 2020

	Miles de individuos	%
Mensajería instantánea	33.443	96,9
Búsqueda de información	27.873	80,8
Correo electrónico	24.491	71,0
Redes sociales	23.385	67,8
Visionado de vídeos	21.923	63,5
Lectura información actualidad	21.218	61,5
Visionado de series TV/películas	14.250	41,3
Operaciones banco	13.621	39,5
Oír música por Internet	13.481	39,1
Compra productos/servicios	8.684	25,2
Jugar en Red	5.686	16,5
Llamadas telefónicas por Internet	5.348	15,5
Uso asistente de voz	5.303	15,4
Uso de códigos BIDI/QR	3.154	9,1
Escucha/Descarga Podcasts	2.389	6,9
Participar en blogs o foros	2.132	6,2
Apuestas online	528	1,5
Total usuarios último mes	34.510	100,0

Gráfico 7.- Audiencia de Internet. Servicios/Actividades durante el último mes – 2020. Recuperado del Marco General de los Medios en España 2021. Copyright © 2021, Asociación para la Investigación de los Medios de Comunicación (AIMC).

En el gráfico podemos ver que, de una muestra de 34.510 usuarios, el 80,8% (27.873 usuarios), utilizaba Internet a finales de 2020 para buscar información. La búsqueda de información está en segundo lugar tras la mensajería instantánea, utilizada por 33.443 usuarios, lo que equivale al 96,9%. En tercera posición se encuentra el correo electrónico, consultado por 24.491 usuarios, es decir, el 71% de los encuestados (Asociación para la Investigación de los Medios de Comunicación (AIMC), 2021, p. 63).



Gráfico 8.- A la hora de buscar productos para comprar por Internet, ¿dónde sueles buscar? El proceso de compra | Búsqueda de información | Fuentes. Recuperado de Estudio Anual eCommerce 2020. Copyright © 2020, Interactive Advertising Bureau (IAB).

En el gráfico se puede observar que a la hora de buscar productos para comprar por Internet el 49% de los usuarios suelen utilizar los buscadores como Google, quedando en tercera posición tras las

búsquedas de información sobre productos en los marketplaces como Amazon, Ebay o Aliexpress y en las webs de las propias tiendas (Interactive Advertising Bureau (IAB), 2020, p. 23).

Tras comprobar que con el paso de los años el número de usuarios de la red de redes sigue creciendo y que multitud de internautas utilizan los motores de búsqueda para buscar información en Internet (actividad realizada sobre todo durante el proceso de compra), podemos llegar a la siguiente conclusión: Es esencial que las empresas del sector del bebé utilicen estrategias de posicionamiento orgánico para ocupar la primera posición en los buscadores. Solamente de esta forma, los usuarios las tendrán en mente a la hora de comprar un producto para bebés por Internet.

2.3. Aparición de los buscadores

2.3.1. ¿Qué es un buscador?

La presente investigación utilizará al buscador de Google.es como medio de estudio de la optimización de motores de búsqueda (SEO). Por este motivo, es necesario conocer la importancia de los buscadores en el mundo del marketing digital y cuál es su papel en el mundo de Internet.

Jerri Ledford explica en su libro “Search Engine Optimization Bible” que un motor de búsqueda es:

“una pieza de software que utiliza algoritmos para encontrar y recopilar información sobre páginas web. La información recopilada suele ser palabras clave o frases que son posibles indicadores de lo que contiene la página web en su conjunto, la URL de la página, el código que conforma la página y los enlaces que entran y salen de la página. Esa información es entonces indexada y almacenada en una base de datos.” (Ledford J. L., 2008, p. 5)

La experta Jerri Ledford también comenta en su obra que un buscador:

“cuenta con una interfaz de usuario donde éstos introducen un término de búsqueda (una palabra o frase) con el objetivo de encontrar información específica, es decir, cuando el usuario selecciona el botón de búsqueda, el algoritmo examina la información almacenada en la base de datos y recupera enlaces a páginas web que parecen coincidir con el término de búsqueda introducido por el usuario.” (Ledford J. L., 2008, p. 5)

Susan Esparza y Bruce Clay, indican en su libro “Search Engine Optimization All in one for Dummies” lo siguiente:

“Un buscador es una aplicación diseñada para buscar palabras clave específicas y después agrupar los resultados por su relevancia. [...] Buscadores como Google, Yahoo y Microsoft Live se crearon para prescindir de intermediarios y llevar directamente a tus usuarios hasta ti sin trabas ni dificultades.” (Esparza & Clay, 2009, p. 25)

Por su parte, el Doctor Ricardo Carreras en su libro Triunfando en Google 2020, define los buscadores como: “programas que permiten a los internautas hallar de manera rápida información relevante sobre unas palabras clave específicas.” (Carreras R., 2019, p. 6)

En resumen, se podría decir que los buscadores son programas, sistemas o aplicaciones que permiten a los usuarios de Internet encontrar información específica sobre cualquier tema de forma rápida, utilizando palabras clave.

2.3.2. Breve historia de los buscadores

Los motores de búsqueda están asociados a Internet desde los inicios de la Red de Redes. Los buscadores, al igual que Internet han ido evolucionando con el paso del tiempo para adaptarse a las necesidades de los usuarios.

El primer buscador de la historia fue desarrollado incluso antes de que existiera la World Wide Web y estaba pensado para localizar ficheros almacenados en servidores FTP (Rubio, 2020). Este motor de búsqueda recibió el nombre de Archie, diminutivo de “Archives” en inglés y fue creado en el año 1990 por Alan Emtage, estudiante de ciencias informáticas de la Universidad McGill, ubicada en Montreal (Carreras, Triunfando en Google 2020, 2019, p. 7). Este buscador permitía encontrar ficheros específicos dentro de los servidores que los albergaban (Ros, 2006).

Para consultar las listas de ficheros que se encontraban en los servidores FTP, se tenían que almacenar en los ordenadores que querían usarlas y tenían que ser consultadas a través de comandos en UNIX. El sistema de consulta y de indización de contenidos fue evolucionando hasta convertirse en un servicio accesible desde muchos servidores en Internet. En su última etapa estos servidores podían ser accesibles utilizando un cliente local, mediante telnet a un servidor, enviando las consultas por email y por último, a través de interfaces web (Ros, 2006).

Al buscador Archie le sucedió Gopher, creado en 1991 por Mark McCahill en la Universidad de Minnesota (Carreras, Triunfando en Google, 2020, pág. 7). Para la búsqueda mediante Gopher se

implementaron dos programas de búsquedas: Jughead y Verónica (Ros, 2006). Ambos buscadores tomaron su nombre de otros personajes de la serie de cómics Archie, para vincularse así con el motor de búsqueda Archie.

El buscador Verónica “consistía en una base de datos que se mantenía siempre actualizada gracias a su implementación dentro de los servidores Gopher que permitían su actualización y su consulta.” (Ros, 2006).

En junio de 1993 vio la luz el primer robot rastreador (web crawler, en inglés) conocido como The Wanderer. Fue utilizado para medir el tamaño de la World Wide Web y para posteriormente, crear un índice denominado Wandex, que sería el primer motor de búsqueda de la Web. Su creador fue Matthew Gray, un investigador del MIT - Massachusetts Institute of Technology (Ros, 2006).

Este robot, también conocido por el nombre de “Errante de la Red Global” o World Wide Web Wanderer, terminó su trabajo en 1995. Por lo tanto, tardó dos años en rastrear toda la Red (Carreras, Triunfando en Google 2020, 2019, p. 8).

Meses más tarde, el 2 de septiembre de 1993 apareció el primer motor de búsquedas como lo entendemos en la actualidad: W3Catalog (inicialmente llamado Jughead). Fue creado por Oscar Nierstrasz en la Universidad de Ginebra. Este buscador tomaba en su mayor parte listas/catálogos existentes de las páginas web y las hacía buscables en un formato estandarizado (Millán, 2020).

En noviembre de 1993 se lanzó el motor de búsqueda Aliweb (Archie Like Indexing for the Web por sus siglas en inglés).

“Aliweb, creado en octubre de 1993 por Martijn Koster, fue un proyecto inicial diseñado para indexar los contenidos de los servidores web. [...] Como Aliweb no tenía un robot de búsqueda web, los web masters publicaron información para cada página para incluirlos en la base de datos. Esto permitió que los creadores de páginas web describieran e indexaran sus propios sitios web.” (Kent, 2002, p. 152).

Un mes más tarde, en diciembre de 1993, se lanzó JumpStation. Este buscador ya tenía las características básicas que tienen los buscadores de hoy en día. Procesaba solamente los títulos de las páginas web y sus encabezados para construir su índice y disponía de un robot para capturar la información. JumpStation daba resultados basados en palabras clave y mostraba esos resultados en listas de direcciones (Carreras, Triunfando en Google 2020, 2019, p. 8).

El buscador JumpStation estaba alojado en la Universidad de Stirling (Escocia, Reino Unido). Fue creado y gestionado por Jonathon Fletcher, sin embargo, el proyecto fracasó por falta de recursos económicos, cuando el motor ya tenía más de 270.000 páginas web indexadas. Este dato se encuentra recogido en el libro de Adam Wishart y Regula Bochsler, titulado: “Leaving Reality Behind: etoys v eToys.com, and other battles to control cyberspace, Ecco” (Wishart & Bochsler, 2003).

El 20 de abril de 1994 surgió Webcrawler, creado por Brian Pinkerton en la Universidad de Washington. Este motor de búsqueda rastreaba e indexaba todas las palabras de una página web y no solamente las principales. Su página web existe todavía y en la actualidad ofrece una mezcla de resultados de los principales motores de búsqueda: Google, Yahoo y Bing. La URL del sitio web es: <https://www.webcrawler.com> (Carreras, Triunfando en Google 2020, 2019, p. 8 y 9).

Ananda Mitra señala en su libro “Digital Research: Inventing with Computers” lo siguiente:

WebCrawler permitía a los usuarios buscar cualquier palabra en una página web, lo que desde entonces se ha convertido en el estándar de los principales motores de búsqueda. A diferencia de sus predecesores, WebCrawler se dio a conocer al público y no fue utilizado únicamente por programadores informáticos y otros profesionales de la tecnología. (Mitra, 2010, p. 58)

En el año 1994 también nació el buscador Lycos. La empresa siguió creciendo hasta el año 2000 cuando fue comprada por Terra, la filial de Telefónica por la cantidad de 12.500 millones de dólares (Muñoz, 2000). En el año 2004 Terra se la vendió al principal grupo de Internet de Corea del Sur “DAUM”, por la cifra de 105 millones de dólares (Terra cierra la venta de Lycos al grupo surcoreano Daum por 87 millones, 2004).

“Poco tiempo después de la aparición de Webcrawler y Lycos, proliferaron nuevos buscadores como Magullan, Infoseek, Excite, Inktomi, Northern Light, AltaVista y Yahoo. Por aquel entonces su uso ya comenzaba a generalizarse en Estados Unidos.” (Carreras, Triunfando en Google 2020, 2019, p. 9).

Yahoo! fue creado en 1994 por dos estudiantes de la Universidad de Stanford que cursaban el posgrado de Ingeniería Eléctrica: Jerry Yang y David Filo.

Anabel Herrera cuenta en su libro “Yahoo: Todo el mundo a tu alcance desde un único portal” que:

los jóvenes pensaron en el concepto básico de Yahoo! cuando se encontraban escribiendo su tesis doctoral. El navegador Mosaic les ayudaba a llevar un registro y catalogación de todas las páginas web que visitaban para documentarse para su tesis. Sin embargo, llegó un momento en el que invertían más horas en elaborar una lista de enlaces favoritos que en la tesis. Con el tiempo, las listas se hicieron largas y difíciles de manejar y empezaron a dividir las categorías y más tarde en subcategorías. De esta forma crearon la “Guía de Jerry y David a la World Wide Web”, que más tarde pasaría a llamarse Yahoo! (Herrera, 2012, p. 19 y 20).

Anabel Herrera también dice en su obra que:

Esta guía se trataba de una especie de índice que contenía búsquedas de páginas web que, de otra forma, eran muy complicadas de localizar. A finales de 1994 sobrepasaron las 100.000 visitas diarias, un año después alcanzaron el millón de visitas y a finales de 1998 alcanzaron los 167 millones de visitas (Herrera, 2012, p. 20-23).

En 1998 Larry Page y Sergey Brin crearon Google. Sus resultados de búsquedas eran mejores que los del resto de buscadores, por lo que se fue popularizando entre la gente y se iba convirtiendo en el buscador más utilizado (Carreras, Triunfando en Google 2020, 2019, p. 9).

También en 1998, la empresa Microsoft lanzó su buscador MSN Search. Seis años más tarde, la compañía empezó a utilizar su propio robot llamado -msnbot- y en 2009 Microsoft lanzó el motor de búsqueda llamado Bing (Carreras, Triunfando en Google 2020, 2019, p. 9).

En la actualidad Google sigue siendo líder entre la competencia de buscadores, con una tasa de mercado en ordenadores de mesa del 72,68% y en móviles del 87,89%, según la medición de Netmarketshare, hasta febrero de 2021. Según este mismo estudio de Netmarketshare, Baidu solamente tiene el 8,68% de la cuota de mercado, Bing tiene el 1,25% y Yahoo! tiene el 0,83% (Search Engine Market Share, 2021).

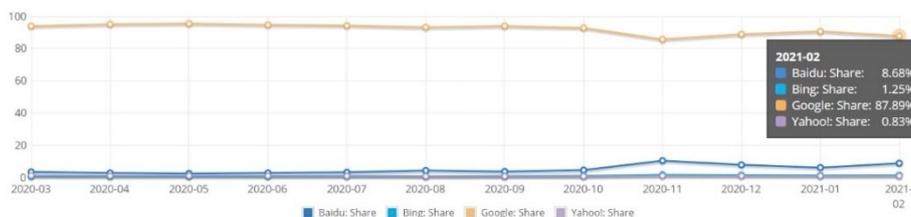


Gráfico 9.- Cuota de Mercado de motores de búsqueda. Recuperado de Netmarketshare. Copyright NetApplications.com © 2017.

2.4. Google

2.4.1. Historia de Google

En la página web de Google, bajo el título “De un garaje al Googleplex”, se cuenta cómo se creó Google. Su origen se remonta al año 1995, cuando dos estudiantes de la Universidad de Stanford (Larry Page y Sergey Brin), trabajando desde sus dormitorios construyeron un motor de búsqueda que usaba enlaces para determinar la importancia de cada página en la web. Este motor de búsqueda recibió el nombre de Backrub (De un garaje al Googleplex, s.f.).

Un tiempo después, Backrub pasó a llamarse Google. Larry Page y Sergey Brin le pusieron este nombre porque hacía referencia a la expresión matemática del número 1 seguido de 100 ceros, que simbolizaba un número infinito. Además, reflejaba el objetivo de sus creadores: organizar la información del mundo y hacer que sea útil y accesible para todos (De un garaje al Googleplex, s.f.).

Backrub comenzó a explorar Internet en marzo de 1996. Para cristalizar los datos que recogía el rastreador, acerca de los enlaces dirigidos a cada página, Larry Page y Sergey Brin desarrollaron el algoritmo de PageRank. Al analizar los resultados de Backrub, pensaron que un buscador que clasificara la lista de enlaces hacia una página concreta por orden de importancia produciría mejores resultados de búsqueda que los buscadores existentes. De esta forma nació la semilla del buscador Rankdex. Este buscador utilizaba el sitio web de la Universidad de Stanford cuyo dominio era google.stanford.edu. El dominio de Google fue registrado el 15 de septiembre de 1997 (Carreras, Triunfando en Google 2020, 2019, p. 12).

Google captó la atención de Andy Bechtolsheim (cofundador de la empresa Sun Microsystems). En agosto de 1998 extendió un cheque por valor de 100.000 dólares a Larry y Sergey. Este dinero les permitió constituir oficialmente Google Inc. Con esta inversión crearon su primera oficina: un garaje situado en las afueras de Menlo Park, California (De un garaje al Googleplex, s.f.).



Imagen 1.- Larry Page y Sergey Brin en el garaje donde crearon Google. Recuperado de “De un garaje al Googleplex”. Copyright © Google.

El primer servidor de Google no era convencional puesto que estaba construido con piezas de Lego y el primer “Doodle” (mostrado en 1998) tenía en su logotipo un muñeco de palitos que anunciaba a los visitantes del sitio web que todo el equipo estaba en el festival Burning Man. Google creció rápidamente en los años siguientes, por lo que la compañía contrató ingenieros, creó un equipo de ventas y presentó al primer perro de Google, Yoshka. Además, como la oficina del garaje se le quedó pequeña, la empresa se trasladó a su sede actual (conocida como “el Googleplex”), ubicada en Mountain View, California (De un garaje al Googleplex, s.f.).

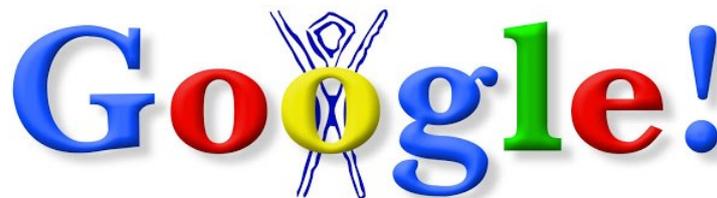


Imagen 2.- Primer “Doodle” de Google, llamado festival Burning Man. Recuperado de <https://www.google.com/doodles/burning-man-festival>. Copyright © Google.

Al principio, los fundadores de Google se oponían a colocar publicidad en su buscador, pero debido a la presión de los inversores por obtener beneficios, Google copió el sistema inventado por Overture (firma comprada más tarde por Yahoo!) de publicidad contextual, que se basaba en las palabras clave buscadas (Carreras, Triunfando en Google 2020, 2019, p. 12). Yahoo! les demandó por ello y Google tuvo que desembolsar una cantidad importante, por lo que este proyecto resultó un fracaso.

El Doctor Ricardo Carreras, en su libro “Triunfando en Google 2020”, nos explica que:

El éxito de Google en el mercado de los buscadores se debe a su sencilla interfaz y a la calidad de sus resultados de búsqueda. Dicha calidad se basa en un refinado algoritmo, que supera al resto de algoritmos hasta la fecha. Podemos decir que Google lanzó una segunda versión de los motores de búsqueda, imitada en la actualidad por la competencia de la compañía. Esta versión consistía en tener en cuenta los factores externos, es decir, el entorno de una página web -especialmente el número y la calidad de los enlaces hacia la página- y no solamente los factores internos (Carreras, Triunfando en Google 2020, 2019, p. 14).

A partir del año 2000 Google empezó a crecer de forma exponencial. En el año 2000 la compañía lanzó Google Adwords (hoy en día conocida como Google Ads), para segmentar campañas online (McPherson, 2011). “El producto de Google resaltaba por la capacidad en que el anunciante podía dirigirse a un agente de ventas y contratar miles de impresiones para un sector determinado, eligiendo una palabra para destacar el anuncio.” (Mesa, 2020)

La exitosa compañía lanzó su servicio de correo electrónico -gmail-, su navegador para competir con Windows -Chrome- y adquirió importantes compañías como YouTube, adquirida en octubre del año 2006 o DoubleClick, empresa de publicidad en Internet comprada en abril de 2007 (Carreras, Triunfando en Google 2020, 2019, p. 14).

Según el informe de BrandZ “Top 100 Global de las Marcas Más Valiosas 2020”, Google es la cuarta marca más valiosa del mundo, con un valor estimado en 323.601 millones de dólares. En el año anterior Google se encontraba en tercera posición del ranking, pero en 2020 Microsoft le arrebató el puesto con 326.544 millones de dólares. En primera y segunda posición se encuentran Amazon y Apple, con 415.855 millones de dólares y 352.206 millones de dólares, respectivamente (BrandZ Top 100 Most Valuable Global Brands 2020, 2020).

Alphabet (matriz de Google) cerró 2020 con un beneficio neto de 40.269 millones de dólares, lo que supone un incremento del 17,25% en comparación con el año anterior. En total, en el año 2020, Google ingresó 182.527 millones de dólares, un 12,77% más en comparación con el año 2019 (El Economista, 2021).

En la actualidad, Google tiene más de 60.000 empleados en 50 países y desarrolla cientos de productos que utilizan miles de millones de personas en todo el mundo. Algunos ejemplos son: YouTube, Gmail, Android y el buscador de Google (De un garaje al Googleplex, s.f.).

Un estudio elaborado por la firma Buy Shares indica que la empresa tecnológica Alphabet, que es administrada por Google, generó 1.361.298 dólares por empleado para el año fiscal 2019 (Buy Shares, 2020).

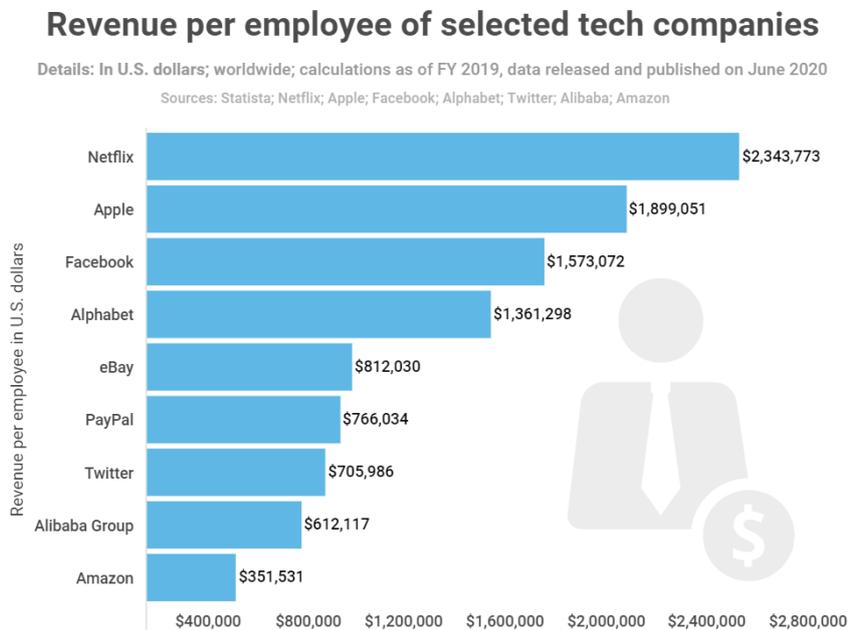


Gráfico 10.- Ingresos por empleado de las empresas tecnológicas seleccionadas que generan más ingresos por empleado. Recuperado de Buy Shares. Copyright © 2020, Buy Shares.

De acuerdo con la información recopilada, podemos llegar a la conclusión de que Google es actualmente una de las compañías tecnológicas más valiosas, innovadoras y rentables a nivel mundial. Igualmente, el buscador de Google es el más utilizado por los usuarios al ofrecer mejores resultados que el resto de los buscadores. Por este motivo, cuando los internautas quieren buscar información en Internet, piensan en Google antes que en otra marca.

Además de dominar el sector de las búsquedas, Google ha lanzado productos de gran éxito como su navegador Chrome, Google Adwords o su servicio de correo electrónico -Gmail-. Su actitud emprendedora será siempre un ejemplo para aquellos empresarios que busquen crear empresas exitosas.

2.4.2. ¿Cómo funciona Google?

Ricardo Carreras incluye en su libro “Toreando a Google”, la siguiente imagen para explicar de forma clara y sencilla el funcionamiento básico de Google:

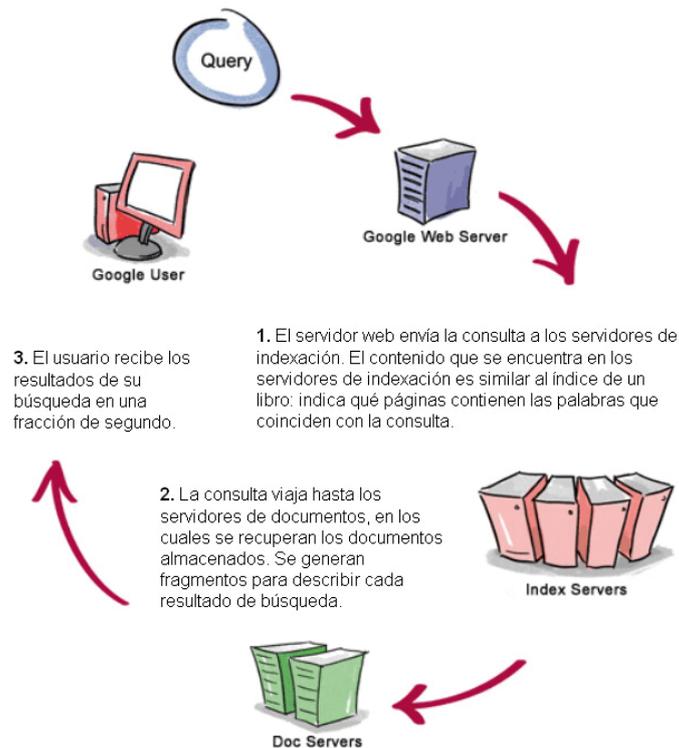


Imagen 3.- Funcionamiento básico de Google. Recuperado de Toreando a Google. Copyright © Iberanálisis SL, 2019

Tras realizar una búsqueda, Google crea páginas de resultados SERP (Search Engine Result Pages) mediante su complejo algoritmo matemático. Dicho algoritmo tiene en cuenta más de doscientos factores (Carreras, Triunfando en Google 2020, 2019, p. 18).

Según la agencia de marketing digital Impacto SEOMarketing:

Google lleva a cabo más de tres mil actualizaciones anuales de sus algoritmos. Cada año aproximadamente, Google lleva a cabo grandes actualizaciones. Desde 2011, con la actualización Google Panda, han vivido muchas otras actualizaciones como son: Google Penguin, Google Hummingbird, Google Pigeon, Google Mobile Friendly, Google RankBrain, Google Possum, Google Fred, Google Medical Update, Google Diversity Update o Google Bert (Impacto SEOMarketing, 2021).

La experta Jerri Ledford nos relata en su libro “Search Engine Optimization Bible” lo siguiente: “Cuando el usuario realiza una búsqueda de una palabra o una frase, un algoritmo examina la información almacenada en la base de datos y recupera los enlaces a las páginas web que parecen coincidir con el término de búsqueda introducido por el usuario.” (Ledford J.L., 2008, p. 5)

La propia Google explica cómo organiza la información. Señala que antes de que el usuario realice una búsqueda, los rastreadores web recogen la información de cientos de miles de millones de páginas web y la organizan en el índice de la Búsqueda. El rastreo comienza con una lista de páginas web de rastreos anteriores y con los sitemaps que proporcionan los propietarios de sitios web. Al visitarlos, los rastreadores web siguen los enlaces que encuentran para descubrir otras páginas y transmiten los datos de estas páginas web a los servidores de Google. Los rastreadores toman como referencia los indicadores clave y realizan un seguimiento de todos los datos en el índice de la Búsqueda, el cual dispone de una entrada para cada palabra de cada página web que ha sido indexada (¿Cómo funciona la Búsqueda de Google?, s.f.).

La segunda fase del proceso de búsqueda consiste en lo siguiente: Los sistemas de clasificación de Google buscan entre todas las páginas web del índice de la Búsqueda para ofrecer al usuario los resultados más útiles y relevantes en una fracción de segundo. Estos sistemas de clasificación se basan en algoritmos para mostrarle la información más útil al usuario. En primer lugar, Google analiza las palabras de búsqueda que utiliza el usuario. Para ello, diseña modelos de idioma, interpreta errores de ortografía y entiende el tipo de consulta que realiza el internauta utilizando su sistema de sinónimos. En segundo lugar, Google busca páginas con información que coincida con la consulta del usuario, analizando con qué frecuencia aparecen las palabras clave y dónde se encuentran ubicadas, analizando si las páginas web tienen contenido relevante y comprobando que la página esté escrita en el mismo idioma de la consulta (¿Cómo funciona la Búsqueda de Google?, s.f.).

En la tercera y última fase del proceso de búsqueda, Google analiza toda la información en su conjunto para ofrecer al usuario información diversa en los formatos más útiles para la búsqueda, devolviéndole de esta forma los mejores resultados. El motor de búsqueda Google tiene en cuenta el contexto (se basa en datos como la ubicación del usuario, su historial de búsqueda y la configuración de sus búsquedas) para mostrar al usuario el contenido más útil y relevante (¿Cómo funciona la Búsqueda de Google?, s.f.).

No hay que olvidar que el buscador de Google basa sus búsquedas en el texto de las páginas web que se encuentran indexadas en Internet. Es un buscador basado en texto, no semántico y por lo tanto, no entiende lo que reflejan sus resultados (Carreras, Triunfando en Google 2020, 2019, p. 18). Esto significa que un internauta puede buscar una palabra con varios significados y le aparecerán resultados de búsqueda de todos ellos.

Según Ricardo Carreras, el resultado de una búsqueda en Google es una combinación de dos clasificaciones:

Por un lado, se encuentra el índice de popularidad que corresponde al PageRank, un valor matemático calculado de manera compleja y actualizado con regularidad. Las páginas web indexadas por Google son clasificadas en función de los puntos de PageRank que tienen. Por otro lado, está el índice de contenido (depende de cada búsqueda concreta) que contiene la lista de todas las páginas web relevantes para una búsqueda concreta y un puntaje para cada una (Carreras, Triunfando en Google 2020, 2019, p. 18 y 19).

Amy Langville y Carl D. Meyer, indican en su libro “Page Rank and beyond, the science of search engine rankings” que la clasificación definida por la cantidad de PageRank es independiente de la búsqueda concreta y se obtiene tras realizar un complejo análisis de la estructura de enlaces de Internet (Langville & Meyer, 2006).

Desde el 7 de marzo de 2016 Google no muestra el PageRank público en ninguna herramienta. Sin embargo, el PageRank interno de Google sigue actualizándose. Google sigue utilizando este método para medir la autoridad de una página web, teniendo en cuenta la cantidad y la calidad de los enlaces que apuntan a cada página (Marcilla, 2020).

2.5. SEO

2.5.1. ¿Qué es el SEO?

El SEO, Search Engine Optimization en inglés, es conocido en español como posicionamiento en buscadores, posicionamiento natural o posicionamiento orgánico.

Los expertos Fernando Maciá y Javier Gosende precisan en su libro *Posicionamiento en Buscadores* lo siguiente:

“El posicionamiento en buscadores consiste en adoptar ciertas estrategias y aplicar diversas técnicas tendentes a lograr que los principales buscadores de Internet encuadren una determinada página Web en una posición deseada dentro de su página de resultados, para determinados conceptos clave de búsqueda.” (Maciá y Gosende, 2009, p. 46)

Félix Urosa, director de posicionamiento en buscadores de la Agencia Digital Top Position situada en Madrid, define el SEO en su Tesis Doctoral de la siguiente forma:

“El SEO consiste en aplicar sobre nuestro sitio web diversos cambios técnicos y de contenido, de manera que cuando un usuario de Internet realiza una búsqueda, una página de ese sitio web pueda aparecer en las 71 primeras posiciones orgánicas (naturales) del ranking de resultados de un motor de búsqueda: Google, Bing, Yahoo!, etc.” (Urosa, 2021)

Según el Interactive Advertising Bureau (IAB):

“El SEO (Search Engine Optimization) es la práctica de utilizar un rango de técnicas, incluidas la reescritura del código HTML, la edición de contenidos la navegación en el site, campañas de enlaces y más acciones, con el fin de mejorar la posición de un Website en los resultados de los buscadores para unos términos de búsqueda concretos.” (Interactive Advertising Bureau (IAB), 2010, p. 9)

La Consultora SEO Aleyda Solís en su libro “SEO. Las Claves Esenciales” explica el SEO de la siguiente manera:

“el posicionamiento en buscadores (SEO) es la disciplina de marketing online que se enfoca a maximizar la visibilidad de una Web en los resultados orgánicos de los buscadores, para los términos relevantes y populares de cara al contenido de esta, con el objetivo de alcanzar sus resultados de negocio: ya sea de visitas, registros, compras, solicitudes, reservas, etc. o cualquiera que sea en dependencia de su modelo de negocio y naturaleza.” (Solís, 2016, p. 22)

Kristopher Jones en su obra “Search Engine Optimization”, define el SEO como:

“el proceso de configurar su sitio web para posicionar bien para determinadas palabras clave en los resultados de búsqueda orgánicos de los principales motores de búsqueda, incluidos Google, Yahoo y MSN. A diferencia del marketing de pago en buscadores, que requiere pagar por cada

clic que va a su sitio web desde un motor de búsqueda, el tráfico que llega a su sitio desde los resultados de búsqueda orgánicos, es gratuito.” (Jones, 2008, p. 14)

Según las definiciones anteriores, podemos decir que el SEO es una herramienta del marketing digital que consiste en aplicar distintas técnicas para optimizar una página web (según factores estructurales, internos y externos) y así, lograr que dicha página web aparezca entre las primeras posiciones orgánicas de los motores de búsqueda y conseguir generar conversiones.

Cuando un usuario realiza una búsqueda, los listados de la página de resultados del motor de búsqueda (SERP o Search Engine Results Page) que se devuelven al usuario, se extraen del repositorio del motor de búsqueda y no de Internet (Visser & Weideman, 2011, p. 4).

El contenido utilizado en un sitio web es el principal elemento de SEO que proporciona información fundamental a los motores de búsqueda sobre un sitio web concreto. Este hecho es confirmado por los tres principales buscadores: Google, Bing y Yahoo! (Visser & Weideman, 2011, p. 4).

Los resultados orgánicos ocupan el primer lugar en las SERPs. Los resultados de búsqueda orgánica se rigen por los algoritmos de los motores de búsqueda, que se mantienen en secreto para evitar abusos. Cuanto mejor satisfaga un determinado sitio web el algoritmo del motor de búsqueda según una búsqueda de palabras clave, mejor se clasificará ese sitio web de forma orgánica (Visser & Weideman, 2011, p. 6).

2.5.2. Variables y factores SEO más relevantes

Fernando Maciá, fundador y director de la consultora de marketing digital Human Level, indica en el eBook de SiteGround “Aprende SEO con los y las mejores” lo siguiente:

“Tradicionalmente, se ha hablado de factores de relevancia on-page, relacionados con el propio contenido y programación del sitio Web, y factores de relevancia off-page, relacionados con su autoridad y popularidad. En los últimos años, los buscadores han enriquecido estos factores básicos con señales de calidad a partir del análisis semántico de los contenidos, la personalización de los resultados, el análisis de la experiencia del usuario tras visitar distintos resultados alternativos o de la aplicación de técnicas de inteligencia artificial y aprendizaje automático.” (Maciá, 2020, p. 21 y 22)

Según Fernando Maciá los factores on-page más relevantes son: la densidad de la palabra clave, la palabra clave aparece en uno o varios títulos o encabezamientos, la palabra clave aparece incluida como texto alternativo de la imagen, la palabra clave y otras de su mismo campo semántico están presentes en el texto y la palabra clave aparece en los enlaces internos o externos que apuntan a la página (Maciá, 2020, p. 22 y 23).

Sico De Andrés diferencia entre factores internos (on-page) y factores externos (off-page). Este autor dice en su obra “Quiero que mi empresa salga en Google” lo siguiente:

“Los factores internos (on-page) son aquellos que están relacionados con la construcción de su sitio web. Entre los factores internos, hay unos que tienen gran importancia y otros que sólo aportarán un pequeño valor a su optimización, pero pueden ser los que diferencien su optimización de la que realicen sus competidores. [...]. Sin una optimización interna, es muy probable que su sitio no consiga unos buenos resultados en buscadores para los términos adecuados.” (De Andrés, 2010, p. 74).

Para Sico De Andrés las variables SEO más importantes son: palabras clave en el dominio, terminación de dominio, antigüedad del sitio web, fecha de expiración del dominio, palabra clave en encabezado H1, extensión del texto, densidad de palabras clave, calidad de enlaces internos, cantidad de enlaces salientes, texto en los enlaces salientes (anchor text), etc.

Según indica David Viney, en su libro “Get to the top on Google”, las variables que más influyen en el posicionamiento orgánico son: densidad de palabra clave, palabras clave en el dominio, antigüedad del sitio web, palabras clave en encabezados H1 y H2, palabra clave en la URL de la página, uso de palabra clave en la etiqueta de palabras clave, uso de palabra clave en la etiqueta descripción, uso de palabras clave en etiquetas ALT, texto en los enlaces internos, cantidad de enlaces entrantes que recibe un sitio web, uso de palabra clave en el texto ancla de los enlaces internos, número de enlaces salientes, etc. (Viney, 2008)

Brian Dean de Backlinko, tras haber analizado junto con el equipo de Backlinko 11,8 millones de resultados de búsqueda para conocer qué factores se correlacionan con la primera página del motor de búsqueda, extrae las siguientes conclusiones del estudio (Dean, 2020):

1. La autoridad global de los enlaces de un sitio está fuertemente correlacionada con un mayor ranking.
2. Las páginas con el mayor número de backlinks totales tienden a clasificarse mejor en Google.
3. Los contenidos completos con un alto “Grado de Contenido”, superan de forma significativa a los contenidos que no cubren un tema en profundidad.
4. Conseguir backlinks de varios sitios distintos es importante para el SEO.
5. La gran mayoría de las etiquetas de título de la primera página de Google coinciden exacta o parcialmente con la palabra clave para la que se clasifican. Sin embargo, no encuentran ninguna correlación entre el uso de una palabra clave en su etiqueta de título y una mayor clasificación en la primera página del buscador.
6. El resultado medio de la primera página de Google contiene 1.447 palabras.

7. Existe una muy ligera correlación entre la longitud de la URL y las clasificaciones. Descubren que las URLs cortas tienden a tener una ligera ventaja en el ranking sobre las URLs más largas.
8. Los sitios web con un “tiempo de permanencia en el sitio” superior a la media tienden a clasificarse mejor en Google. Concretamente, aumentar el tiempo en el sitio en 3 segundos se correlaciona con una posición más alta en los resultados de búsqueda.

Jerri L. Ledford señala en su libro “Search Engine Optimization Bible” que el SEO consiste en: estrategias de diseño on-page y off-page que puedes utilizar para mejorar la clasificación de tu sitio web en los motores de búsqueda. Esta autora también indica que algunos de los criterios que tiene en cuenta un rastreador del motor de búsqueda para posicionar un sitio web son: el texto ancla, la popularidad del sitio, las etiquetas de título, el uso de palabras clave, el lenguaje del sitio, el contenido, la edad del sitio web, la densidad de palabra clave en el cuerpo del texto, el uso de palabras clave en etiquetas alt, los enlaces internos y los enlaces salientes (Ledford, 2008).

El Doctor Ricardo Carreras, en su tesis doctoral “Cómo clasifica Google los resultados de las búsquedas: factores de posicionamiento orgánico”, llegó a la conclusión de que las 26 variables que se muestran a continuación son las que más influyen en el posicionamiento SEO (Carreras, 2012):

1. **Etiqueta título:** etiqueta utilizada para definir el nombre de una página web.
2. **Extensión del texto:** se refiere al número total de palabras que contiene el cuerpo de una página Web.
3. **Densidad de palabra clave (PC) en el texto principal de la página:** Es el número (en porcentaje) de veces que se repite la palabra clave dentro del texto principal de la página web.
4. **PageRank (PR):** marca registrada por Google. Consiste en una compleja fórmula matemática que otorga a cada página web un valor numérico –representado del 0 al 10-, en función de su importancia. El valor real de PageRank no es lineal, sino exponencial y por tanto, los valores de la escala 0 a 10 son engañosos, ya que la distancia entre cada número es un factor 8 –el 2 es 8 veces más potente que el 1.
5. **Número de enlaces entrantes:** Es el número de hipervínculos (enlaces) que recibe una página Web desde otras páginas web de Internet.
6. **Número de enlaces a todo el sitio Web:** este criterio toma en cuenta los enlaces que recibe todo el sitio Web -página principal y todas las internas- desde otras páginas de Internet.
7. **Número de enlaces salientes:** se refiere a la suma total de páginas Web externas que se enlazan desde una misma página Web.

8. **Número de enlaces internos:** se refiere a la suma total de enlaces a páginas o secciones interiores que se enlazan desde una misma página Web.
9. **Edad del sitio Web:** este criterio toma en cuenta la antigüedad -en años- del sitio Web donde se aloja la página web que aparece en primera posición.
10. **Palabra clave en nombre del dominio:** este factor toma en cuenta si el dominio principal del sitio Web donde se aloja la página web en primera posición, posee o no la palabra clave en cuestión.
11. **Palabra clave en URL de la página:** este criterio se toma en cuenta si la palabra clave está contenida en cualquier parte de la URL de la página analizada. En algunos casos la palabra clave está contenida fuera de la raíz del dominio.
12. **Palabra clave coincide exactamente con nombre de dominio:** se valora positiva (1) o negativamente (0), si el nombre del dominio principal donde se aloja la página web coincide exactamente con la palabra clave analizada.
13. **Número de barras en la URL:** se cuenta el número de barras (símbolo: /) que contiene una página Web en su URL.
14. **Número de páginas indexadas en Google de todo el sitio:** contamos el número de páginas de un sitio Web que tiene indexadas Google en su índice.
15. **Palabra clave en encabezado H1:** los textos encabezado H1 son aquellos que se escriben entre las etiquetas `<h1>...</h1>` en el código HTML de una página Web.
16. **Palabra clave en encabezado H2:** los textos encabezado H2, son los textos escritos entre etiquetas `<h2>...</h2>`, en el código HTML de una página Web.
17. **Palabra clave en etiquetas ALT:** el atributo `<alt>` define un texto alternativo para imágenes y otros elementos de una página cuando el usuario usa un navegador de texto.
18. **Uso (densidad) de palabra clave en etiquetas ALT:** Para este factor se cuenta el número (en porcentaje) de veces que se repite la palabra clave en la etiqueta ALT de la página Web analizada.
19. **Uso (densidad) de palabra clave en texto ancla de enlaces internos:** este criterio se refiere a los textos de enlace de los hipervínculos que apuntan a una página Web de un mismo dominio. Se calcula el número (en porcentaje) de veces que se repite la palabra clave en los textos ancla de enlaces internos.
20. **Uso (densidad) de palabra clave en texto ancla de enlaces salientes:** este criterio se refiere a los textos de enlace de los hipervínculos que apuntan a una página Web externa al dominio analizado. Se calcula el número (en porcentaje) de veces que se repite la palabra clave en los textos ancla de enlaces salientes.
21. **Uso (densidad) de palabra clave en URLs de enlaces internos:** este criterio se refiere a las URLs de enlaces que apuntan a una página Web de un mismo dominio. Se calcula el número (en porcentaje) de veces que se repite la palabra clave en URLs de enlaces internos.

22. **Uso (densidad) de palabra clave en URLs de enlaces salientes:** este criterio se refiere a las URLs de enlaces que apuntan a una página Web externa al dominio analizado. Se calcula el número (en porcentaje) de veces que se repite la palabra clave en URLs de enlaces salientes.
23. **Uso (densidad) de palabra clave en la etiqueta descripción:** la etiqueta descripción es utilizada para describir qué contiene una página Web. Este factor analiza la cantidad de veces (en porcentaje) que se repite la palabra clave en el texto descripción de la página Web analizada.
24. **Uso (densidad) de palabra clave en la etiqueta de palabras clave:** La etiqueta Palabras Clave permite definir qué términos son importantes para una página Web. Este criterio toma en cuenta la cantidad de veces (en porcentaje) que se repite la palabra clave en la etiqueta de palabras clave.
25. **Uso (densidad) de palabra clave en la primera oración del texto principal:** La primera oración del texto principal se encuentra después de la etiqueta <body> del código HTML de una página Web. Este factor analiza el número de veces (en porcentaje) que se repite la palabra clave en la primera oración del texto principal.
26. **Terminación de dominio:** Existen diferentes terminaciones de dominios, por ejemplo .com, .es, .net, .org, .en, etc. Mediante esta variable se quiere analizar si influye alguna terminación de dominio más que otra en el posicionamiento orgánico.

Además, el Doctor Ricardo Carreras, cuenta en su libro “Triunfando en Google 2020” que, para obtener buenos resultados en Google hay que tener en cuenta tres tipos de factores (Carreras, Triunfando en Google 2020, 2019, p. 39):

- **Factores estructurales:** Atañen al sitio web.
- **Factores internos:** Atañen a la relevancia.
- **Factores externos:** Atañen a la popularidad.

Como se puede observar, los distintos expertos coinciden en considerar algunas variables (on page y off page) como las más influyentes en el posicionamiento orgánico. Estos factores que se repiten como los más relevantes dentro del posicionamiento SEO, son los que deben tenerse en cuenta a la hora de optimizar una página web para posicionarla entre los primeros resultados del buscador.

2.5.3. Palabras Clave (Keywords)

Según define Fernando Maciá Domene en su libro “Técnicas avanzadas de posicionamiento en buscadores”, las palabras clave (también conocidas como Keywords) son:

“Una palabra o una combinación de palabras con las que los algoritmos de los buscadores clasifican nuestra página web y la encuadran en una serie de categorías dentro de su base de datos. Estas palabras clave, cuando están adecuadamente seleccionadas, serán las mismas que escriben los internautas para buscar información de su interés.” (Maciá, 2011)

Por su parte, Kristopher Jones dice en su libro “Search Engine Optimization” lo siguiente:

“Después de seleccionar el tema del sitio web, la generación de palabras clave es el primer paso, y posiblemente el más importante, del proceso de optimización para motores de búsqueda (SEO). [...] El primer paso en el proceso de generación de palabras clave es seleccionar estratégicamente las palabras clave para las que desea que su sitio web se posicione en los principales motores de búsqueda”. Este autor también indica en su obra que existen dos tipos de palabras clave: los términos de cabeza y los términos de cola. Los términos de cabeza son palabras clave cortas, de una o dos palabras, que suelen tener un alto volumen de búsqueda. Los términos de cola son palabras clave más largas, de tres o más palabras, que suelen tener un volumen de búsqueda mucho menor que los términos de cabeza, pero suelen convertir más a menudo. Por lo tanto, se debe seleccionar una mezcla de términos de cabeza y de cola para incorporarlos a las páginas de un sitio web (Jones, 2013, p. 14 y 16).

Según Luke Harsel, las palabras clave son: “términos de búsqueda que el propietario de un sitio web o un profesional de SEO utilizará para optimizar un sitio web con el objetivo de posicionarse en la parte superior de los resultados de Google para palabras clave específicas.” (Harsel, 2020)

Javier Marcilla define las palabras clave como: “preguntas que le haces a Google y que se esfuerza en contestar de la mejor forma posible. Y la forma que Google tiene de contestarlas es ofrecer las páginas más relevantes en los resultados.” (Marcilla, 2020)

Respecto a la selección de las palabras clave más adecuadas para optimizar el contenido de una página web, se necesita conocer qué términos utilizan los internautas para buscar información y por qué palabras clave está posicionada la competencia.

Según Backlinko, “La investigación de palabras clave es el proceso de descubrir palabras y frases que la gente utiliza en los motores de búsqueda.” (Keyword Research: The Definitive Guide, 2021)

Según Aleyda Solís, el estudio de palabras clave es:

“Una actividad esencial que definirá el enfoque de un proceso de posicionamiento en buscadores, ya que su objetivo será identificar cuáles son las palabras clave con las que se desea posicionar el sitio Web para atraer tráfico que convierta, así como nuevas oportunidades de contenido, funcionalidad y negocio.” (Solís, 2010)

La reconocida consultora SEO también señala que los 4 criterios más importantes a tener en cuenta para la realización de un estudio de palabras clave y la posterior selección de las mismas son (Solís, 2010):

- 1- **Relevancia:** Las palabras clave deben ser relevantes al contenido, funcionalidad, servicio o producto que se desea promover y al modelo de negocio del sitio Web.
- 2- **Popularidad:** Elige aquellas palabras clave que se utilizan con cierta frecuencia, con una tendencia de crecimiento positiva.
- 3- **Nivel de competencia:** Entre los factores a tomar en cuenta para identificar qué tanta competencia existe están: número de páginas indexadas en Google para cada una de las palabras clave, autoridad de dominio y enlaces entrantes (número de enlaces entrantes y cuántos de esos enlaces incluyen las palabras clave como anchor text).
- 4- **Posicionamiento actual:** Investiga cuál es el posicionamiento actual de tu Web para las palabras clave identificadas.

A modo de conclusión y teniendo en cuenta la información recopilada, podemos decir que para ejecutar una estrategia SEO adecuada, tenemos que identificar qué palabras clave utilizan los usuarios al buscar información sobre nuestro producto o servicio. Igualmente, debemos investigar qué Keywords utiliza nuestra competencia. De esta forma, podríamos tomar una decisión estratégica que nos permitiera conseguir el objetivo de posicionar nuestra página web entre los primeros resultados del buscador.

2.6. El sector del bebé en España

Según el Instituto Nacional de Estadística (INE), durante el primer semestre del año 2020 se produjeron 167.559 nacimientos (INE, 2021).

Un estudio de la Organización de Consumidores y Usuarios (OCU) destaca que, durante el primer año de vida de un hijo, las familias se gastan de media 642 euros al mes, lo que supone un gasto anual de 7.706 euros. Entre los gastos anuales más importantes resaltan los dedicados a muebles y enseres. Por ejemplo: carritos, sillitas de casa y de coche, cunas, armarios, etc. (OCU, 2020)

Según la encuesta de facturación anual del año 2017 realizada por la Asociación Española de Productos para la Infancia (ASEPRI), la industria de productos para la infancia, compuesto por empresas de moda infantil y calzado y empresas de puericultura, facturó 1.228 millones de euros en el año 2017 (665 millones de euros procedentes de exportaciones y 563 millones de euros procedentes del mercado nacional). La puericultura concentró el 29% de la facturación total y aglutinó cerca del 25% de las exportaciones del sector (ASEPRI, 2017).

Según el informe de facturación anual del año 2018 realizado por ASEPRI, la industria de productos para la infancia facturó 1.202 millones de euros (un 2% menos que el año anterior). En el ámbito nacional las ventas disminuyeron un 3,8% (ASEPRI, 2018).

Lores Segura, directora de ASEPRI, señala que el 93% de las ventas de puericultura se realizan en tiendas físicas especializadas y que antes de la pandemia solo el 7% del total de las ventas se realizaban online. Sin embargo, el confinamiento aumentó la venta online de artículos de puericultura debido a los nacimientos producidos en ese periodo. Lores Segura también indica que para adquirir el producto más adecuado en función de las necesidades y de la etapa vital del niño se necesita un asesoramiento especializado en el punto de venta físico, que en muchos casos no puede realizarse online (Segura, 2020).

KID'S CLUSTER y Feria ExpoNadó extrajeron los siguientes resultados del análisis que realizaron en el año 2020 a más de 170 organizaciones de productos y servicios para infancia y familias (Feria de Bebés, 2020):

- Un 27% de las empresas del sector cesaron su actividad a raíz de la crisis sanitaria causada por la pandemia.
- Las organizaciones que disponían de e-commerce se mantuvieron más activas durante la pandemia: 6 de cada 10 empresas con canal de venta online mantuvieron íntegramente su actividad habitual.
- El 67% de las empresas y organizaciones del sector infantil y familiar estaban reformulando sus estrategias empresariales. Las empresas apostaban en lo inmediato por la

transformación digital, el conocimiento de mercado y la innovación, y por la formación y la búsqueda de nuevas oportunidades de colaboración a medio plazo.

2.6.1. El sector del bebé y el SEO

Los consumidores están cada vez más digitalizados y optan por informarse, inspirarse y, finalmente por consumir en Internet.

El Estudio Anual de Ecommerce del 2020 del IAB, destaca que 3 de cada 4 compradores online, buscan y formalizan la compra en este canal (Interactive Advertising Bureau (IAB), 2020, p. 21).

Yolanda Aguirre, del Departamento de Comunicación y Atención al Asociado de ASEPRI, asegura que el e-commerce es la carta de presentación para futuros clientes de todo el mundo (Aguirre, 2019).

Frédéric Fargues, chief expansión officer de Micuna, firma especializada en puericultura señala lo siguiente:

“Comprar en una tienda física todavía es la opción más valorada por los consumidores, ya que permite una relación directa con el producto y un asesoramiento personalizado, aunque por lo general, estos ya no acuden a ciegas a realizar sus compras. Se han informado a través de Internet de las marcas existentes y de sus productos, por lo que muchas veces la decisión de compra ya se ha tomado en casa.” (Fargues, 2019)

Gemma Ruiz, directora de Feria Bebé, dice lo siguiente sobre el sector de la puericultura:

“Es de por sí muy cercano y está muy acostumbrado al trato personalizado. Es por eso que la digitalización le ha llegado progresivamente y muchas empresas del sector han ido preparándose durante los últimos años para poder dar información de manera digital, incorporando la compra online y resolviendo dudas a distancia.” (Ruiz, 2020)

Una encuesta realizada en el portal blogdelbebe.com a más de 1.500 madres y padres de España, revela los siguientes datos (La Razón, 2020):

- Un 66% de las decisiones de compra de artículos de puericultura se basan en las reseñas de otros compradores y en guías de compra que encuentran en Internet. Solo el 10% de los padres consulta al pediatra para decidir qué producto comprar.
- Hasta el 17% de las parejas jóvenes realizan pedidos online por valor de 100 euros o más, mientras que este porcentaje se reduce de forma considerable en el caso de las parejas mayores de 30 años.
- La principal ventaja que ven los padres en el entorno online es la comodidad, ya que pueden elegir el producto, comprar desde casa y recibir rápidamente el pedido.

En definitiva, hoy en día es esencial que las empresas del sector del bebé estén presentes en Internet, ya que los padres acuden cada vez más a la red para tomar las decisiones de compra de artículos para bebés. Para aparecer entre los primeros resultados orgánicos del buscador de Google, es importante que las empresas de este sector apuesten por una estrategia SEO que les ayude a posicionar su marca por encima de la competencia. Mediante el uso de las palabras clave adecuadas podrán llevar más tráfico a su web y conseguir estar mejor posicionadas en los motores de búsqueda.

3. MARCO METODOLÓGICO

En primer lugar, se elegirán los factores de posicionamiento que se consideren los más relevantes para el buscador de Google y para posicionar una página web entre los primeros resultados según criterios estructurales, internos y externos.

Para poder definir cuáles son los factores más relevantes para el SEO, se ha consultado información en varios libros y artículos especializados en SEO:

- El libro “Search Engine Optimization Bible”, de la experta Jerri L. Ledford.
- La obra “Get to the top on Google”, de David Viney.
- El libro “Quiero que mi empresa salga en Google”, de Sico de Andrés.
- Los estudios publicados en el sitio web backlinko.com, especializado en posicionamiento en buscadores.
- El eBook de SiteGround “Aprende SEO con los y las mejores”.
- La tesis doctoral del Doctor Ricardo Carreras: “Cómo clasifica Google los resultados de las búsquedas: factores de posicionamiento orgánico”.
- El libro “Triunfando en Google 2020”, del Doctor Ricardo Carreras.

En segundo lugar, se establecerá una hipótesis para cada uno de los factores a analizar, y por último, se realizará un estudio empírico para verificar todas las hipótesis.

El estudio consistirá en analizar los factores de posicionamiento orgánico en 100 páginas web que estén posicionadas en el primer lugar del buscador de Google. Para determinar las 100 páginas web que serán analizadas, se elegirán las 100 palabras clave del sector del bebé que tengan más búsquedas.

Para realizar esta investigación se utilizarán las siguientes herramientas: SeoQuake, MOZ, extensión Web Developer para Chrome, Ahrefs, Google Page Speed, GTmetrix, Whois DomainTools, Arsys y Alexa. Además, se realizarán cálculos con el programa de software Microsoft Excel.

4. FACTORES DE POSICIONAMIENTO E HIPÓTESIS

Para llevar a cabo el estudio empírico necesitamos entender cómo funciona Google. Acudiremos a herramientas de SEO y a libros y documentos especializados en la materia para lograrlo.

Se conoce que el algoritmo matemático de Google tiene en cuenta más de 200 factores de posicionamiento orgánico a la hora de determinar qué páginas web aparecen en las primeras posiciones de las páginas de resultados, SERP (Search Engine Results Page).

Puesto que Google considera una inmensa cantidad de factores y no podemos analizarlos todos con detalle, elegiremos los factores principales en base a la opinión de los expertos en SEO.

Por ejemplo, Javier Casares en su Guía de referencia SEO nos dice:

“Los motores de búsqueda quieren tener contenidos que no estén duplicados, por lo que el factor más importante es el que puedas aportar a la red como generador de contenidos, ya sea en formato textual, de imágenes, vídeos... [...] En la actualidad cada motor de búsqueda tiene sus propios factores de posicionamiento en sus resultados. Los primeros buscadores se basaban en el contenido de los meta-tags, más adelante en el contenido de la página y ahora se tienen en cuenta tanto los factores internos como los factores externos. [...] Los enlaces entrantes (o popularidad de los enlaces) ha evolucionado hasta ser uno de los factores más importantes para determinar hasta dónde puede posicionarse un sitio, aunque últimamente está volviendo a perder valor, influyendo principalmente en la posibilidad de que tu sitio se convierta en fresco cuantos más enlaces se consigan, algo que hará que los robots te visiten con más frecuencia e indexen mayor cantidad de páginas.” (Casares, 2008, p. 9, 12 y 15)

Una vez definidos los factores, estableceremos sus respectivas hipótesis y cuando tengamos los resultados de la investigación verificaremos cada una de ellas.

A continuación, se definen los factores que han sido considerados los más relevantes para Google a la hora de posicionar una página web entre los primeros resultados de búsqueda.

4.1. Factores Estructurales

Según el Doctor Ricardo Carreras, los factores estructurales son “los que atañen al sitio web” (Carreras, 2019, p. 39).

Para analizar la relevancia de este tipo de factor en el momento de posicionar una página web entre los primeros resultados del buscador, proponemos la hipótesis siguiente:

Hipótesis 1 (H1): Los factores estructurales se cumplen al menos un 50% de las veces.

4.1.1. Factor 1: Edad del sitio web

Se dice que Google valora la antigüedad del sitio web. En palabras de Ricardo Carreras, “Google premia a las páginas alojadas en sitios web relativamente antiguos y, por contra, castiga a las páginas web de sitios webs recientes.” (Carreras, 2019, p. 46)

David Viney, experto en SEO, nos cuenta que “Google aplica un factor de deflación por edad en la clasificación de los sitios web, asumiendo que los sitios relativamente jóvenes son menos fiables para las búsquedas”. Viney sostiene que esta especie de penalización nació para evitar que los spammers sin escrúpulos crearan en una semana mil sitios web de spam. Además, señala que debemos esperar entre 6 y 12 meses, o más, para que nuestra página web empiece a posicionarse bien (Viney, 2008, p. 77).

Jaimie Sirovich y Cristian Darie, opinan lo siguiente:

“Un sitio web que existe en Internet desde hace varios años se posicionará mejor que uno nuevo, y si con el tiempo añade gradualmente contenido de valor, adquirirá confianza. [...] Una página web que existe desde hace mucho puede posicionar mejor, porque con el tiempo ha adquirido enlaces, y los buscadores también pueden considerar el tiempo como un factor del nivel de la página.” (Sirovich & Darie, 2007, p. 22)

Como se puede observar, la edad de un sitio web es un factor importante para conseguir una buena posición en la página de resultados del buscador.

Herramienta: Para ver la edad del sitio web se utilizarán las herramientas Arsys y Whois DomainTools: <https://www.arsys.es/> y <https://whois.domaintools.com/>

Hipótesis 1.1 (H1.1): Más del 80% de los sitios web del estudio tendrán una edad mínima de 10 años.

4.1.2. **Factor 2: Palabra clave coincide exactamente con el nombre del dominio**

Ricardo Carreras nos dice lo siguiente en su obra “Triunfando en Google 2020”:

“A día de hoy, aunque se ha ido reduciendo con el tiempo, el nombre de dominio sigue teniendo algo de peso en los resultados de Google. [...] Si nuestro objetivo es conseguir posiciones destacadas para un gran número de palabras clave, entonces, claramente, el nombre de dominio por sí solo no es un factor estratégico relevante. Ahora bien, si nuestro objetivo es lograr posiciones destacadas para una palabra clave -o varias muy relacionadas- en un sector poco competitivo entonces sí que es importante escoger un nombre de dominio que la contenga.” (Carreras, 2019, p. 43 y 44)

Sico de Andrés recomienda incluir las palabras clave en el dominio, aunque dice que “si tenemos anteriormente un dominio registrado y no cumple con estas recomendaciones, no se preocupe, ya que el posicionamiento en buscadores es más que eso.” (De Andrés, 2010, p. 75)

Javier Casares opina en su Guía de referencia SEO que:

“Uno de los elementos más importantes de un sitio web es su dominio. Si quieres que tenga algún peso en posicionamiento es interesante que contenga la palabra clave principal del proyecto. Esto no significa que sea imprescindible, pero ayudará a mejorar la posición en la mayoría de los motores de búsqueda.” (Casares, 2008, p. 17)

David Viney menciona lo siguiente en su libro “Get to the top on Google”:

“Es posible que hayas leído en foros de SEO que los nombres de dominio ricos en palabras clave son una pérdida de tiempo, que los usuarios los ven como spam, y que la presencia de la marca es más importante. [...] Quien siga este consejo está optando por no utilizar una de las herramientas SEO más poderosas.” (Viney, 2009, p. 73)

Como podemos comprobar, hay expertos en posicionamiento en buscadores que dicen que sí es relevante este factor y otros que dicen que no es un factor de gran peso.

Herramienta: Se utilizará la observación para comprobar si la palabra clave coincide exactamente o no con el nombre del dominio.

Hipótesis 1.2 (H1.2): Más del 15% de los primeros resultados serán páginas cuyo nombre de dominio coincide exactamente con la palabra clave.

4.1.3. Factor 3: Terminación del dominio

Existen diferentes terminaciones de dominio: .com., .es, .org, .edu, .net, etc.

Javier Casares afirma que:

“Si la información de un dominio está enfocada a un país en concreto, este dominio aparecerá mejor posicionado en la edición local de ese buscador. Esto significa que si el contenido de un dominio está enfocado a España, lo mejor es usar un dominio .ES. Esto no significa que no podamos usar los dominios .COM o .NET para incorporar información, pero en estos casos lo haremos de una forma más genérica.” (Casares, 2008, p. 17 y 18)

Jerri Ledford dice en su libro sobre SEO lo siguiente:

“Opte por un nombre .com siempre que sea posible. [...] Los usuarios tienden a pensar en términos de .com, y cualquier otra extensión les resultará difícil de recordar. Los nombres de dominio con terminación .com también tienden a recibir una mejor clasificación en los motores de búsqueda que los sitios web que utilizan otras extensiones. Así que si su competencia tiene www.susitio.com y usted elige www.susitio.biz, lo más probable es que la competencia se posicione mejor en los resultados de búsqueda que usted.” (Ledford J., 2009, p. 40)

Con este factor, queremos comprobar si alguna terminación de dominio tiene mayor relevancia a la hora de clasificar las páginas web entre los primeros resultados de búsqueda.

Herramienta: Se utilizará la observación para ver las terminaciones de dominio de cada página web analizada.

Hipótesis 1.3 (H1.3): Más del 50% de las páginas web en primera posición tendrán la terminación de dominio.es.

4.1.4. Factor 4: Número de páginas indexadas en todo el sitio web

El número de páginas indexadas nos ayudará a conocer la importancia que tiene un sitio web en el buscador de Google.

Javier Casares explica que “la cantidad de páginas indexadas (o saturación en los buscadores) se refiere a la cantidad de páginas que hay en el buscador en relación a un dominio en particular.” (Casares, 2008, p. 14)

El Doctor Ricardo Carreras señala en su último libro de SEO que “si una página web no está indexada en el índice de Google, es metafísicamente imposible que pueda lograr una buena

posición en sus resultados de búsquedas. Por el contrario, no aparecerá en ningún resultado.” (Carreras, 2019, p. 34)

Carreras también dice que “cuantas más páginas indexadas tenga nuestro sitio web, mejor. Pero siempre tratando de que tenga contenido suficiente, y desde el respeto a una estrategia general que optimice cada página web para una palabra clave diferente.” (Carreras, 2019, p. 57)

Herramienta: Para obtener la cantidad de páginas indexadas en Google de un sitio web, abriremos el modo de incógnito en Google Chrome y escribiremos en Google lo siguiente: **site:nombrededominio.com**.

Por ejemplo:

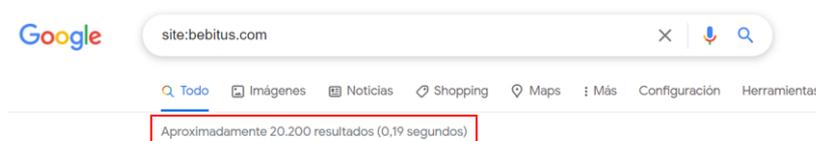


Imagen 4.- Número de páginas indexadas de bebitus.com. Fuente: Google.

Hipótesis 1.4 (H1.4): Más del 60% de las páginas en primera posición pertenecerán a sitios web con más de 10.000 páginas indexadas en Google.

4.1.5. Factor 5: Autoridad del dominio

Google mide la popularidad y la calidad de los enlaces de una página web a través del PageRank. Cada página es evaluada con una puntuación en escala logarítmica o exponencial de 0 a 10.

Según Ricardo Carreras, Google define el PageRank de la siguiente forma: “El PageRank se basa en la exclusiva naturaleza democrática de la web y usa su extensa estructura de vínculos como un indicador del valor de una página individual. Google interpreta un vínculo desde la página A hacia la página B como un voto de la página A por la página B.” (Carreras, 2019, p. 80)

Además, el Doctor Carreras señala que “los votos emitidos por páginas que son en sí mismas “importantes” pesan más y ayudan a convertir a otras páginas también en “importantes”. El PageRank, por tanto, cuenta la cantidad de enlaces entrantes, pero además pondera la calidad de esos enlaces.” (Carreras, 2019, p. 80)

Hace años Google mostraba el PageRank de las páginas a los usuarios, pero desde el 7 de marzo del año 2016, debido a políticas internas, ya no lo hace visible públicamente.

Hoy en día el PageRank sigue siendo un factor que influye en el posicionamiento orgánico de las páginas en los buscadores. Por este motivo, han aparecido otros indicadores que se utilizan para tener una idea sobre la calidad de los enlaces de un sitio web o una página web.

Por ejemplo, la herramienta Moz ofrece el indicador Domain Authority (DA) -en español, Autoridad del Dominio-.

Moz define la Autoridad del Dominio (AD) como:

“Una puntuación de posicionamiento en buscadores desarrollada por Moz que predice la probabilidad de que un sitio web se posicione en las páginas de resultados de los buscadores (SERPs). La puntuación de la Autoridad del Dominio va de uno a 100, y las puntuaciones más altas corresponden a una mayor capacidad de clasificación. La Autoridad del Dominio se calcula evaluando múltiples factores, incluyendo los dominios raíz de los enlaces y el número de enlaces totales, en una única puntuación AD. Esta puntuación puede utilizarse para comparar sitios web o para hacer un seguimiento de la “fuerza de clasificación” de un sitio web a lo largo del tiempo. La Autoridad del Dominio no es una métrica utilizada por Google para determinar los rankings de búsqueda y no tiene ningún efecto en las SERPs.” (Domain Authority, s.f.)

Herramienta: Para medir la Autoridad del Dominio utilizaremos la herramienta MOZ: <https://moz.com/>

Hipótesis 1.5 (H1.5): Más del 70% de las páginas en primera posición pertenecerán a sitios web con una autoridad superior a 50 puntos.

4.1.6. Factor 6: Número de enlaces entrantes a todo el sitio web (backlinks)

Este criterio tiene en cuenta los enlaces que recibe todo el sitio web desde otras páginas de Internet. Para muchos expertos en SEO se trata de uno de los factores de posicionamiento más relevantes.

Ricardo Carreras dice lo siguiente en su libro “Triunfando en Google 2020”:

“Para que una página web se posicione es importante que pertenezca a un sitio web que reciba muchos enlaces externos. Como si se tratara de ramas de un árbol, existe por tanto una clara relación entre la página web y el sitio web donde se aloja. [...] Una página web individual puede obtener PageRank y buenas posiciones en resultados de búsquedas incluso sin tener enlaces externos, porque si está alojada en el sitio web adecuado, recibe una transferencia de PageRank interno.” (Carreras, 2019, p. 53 y 54)

Según Kumar:

“La construcción de enlaces es crucial para el posicionamiento de tu sitio en los principales motores de búsqueda. [...] Link Building, es simplemente intercambiar enlaces con otras empresas de industrias similares (no tu competencia directa). La construcción de enlaces es muy importante porque cada enlace entrante a tu sitio web actúa como una referencia y a los motores de búsqueda ¡les encantan las referencias!” (Kumar, 2013, p. 124)

Sirovich y Darie cuentan en su libro “Search Engine Optimization with PHP” que:

“Un sitio web con muchos enlaces de entrada probablemente sea más relevante, porque muchas personas optarán por enlazarlo desde su propio sitio. [...] Es preferible un sitio web popular que enlace con el usuario y que tenga muchos enlaces de entrada y una buena reputación, a un enlace desde la página de un sitio web sin importancia y con pocos enlaces.” (Sirovich & Darie, 2007, p. 23)

Queremos comprobar si existe relación entre el sitio web en el que se encuentra alojada una página web y la posición que ocupa la misma en el buscador.

Herramienta: Para ver el número exacto de enlaces entrantes a todo el sitio web se utilizará la herramienta Ahrefs: <https://ahrefs.com/es/>

Hipótesis 1.6 (H1.6): Más del 60% de los primeros resultados serán páginas web alojadas en sitios web con más de 70.000 enlaces entrantes a todo el sitio web.

4.1.7. Factor 7: Número de dominios de referencia del sitio web (referring domains)

Vlad Koval define los dominios de referencia, conocidos en inglés como referring domains de la siguiente forma:

“Los dominios de referencia son los sitios web desde los que se envían uno o más enlaces (backlinks) a otros sitios web. Por ejemplo, si una página web tiene un enlace (backlink) del New York Times, entonces tiene un dominio de referencia. Si tiene un enlace del New York Times y Forbes, tiene dos dominios de referencia. Si tiene dos enlaces del New York Times, entonces sigue teniendo un dominio de referencia.” (Koval, s.f.)

Sonya Zhang y Neal Cabage llegaron a la siguiente conclusión en su estudio “Search engine optimization: Comparison of link building and social sharing”: “Los sitios que tienen mayor número de dominios de referencia (referring domains) se posicionan mejor en Google.” (Zhang & Cabage, 2017)

Por tanto, podemos considerar este criterio relevante, puesto que mientras mayor número de dominios de referencia tenga un sitio web, mejor se posicionará en el buscador.

Herramienta: Para ver el número exacto de dominios de referencia del sitio web se utilizará la herramienta Ahrefs: <https://ahrefs.com/es/>

Hipótesis 1.7 (H1.7): Más del 60% de las primeras posiciones serán páginas web alojadas en sitios web que tienen más de 30.000 dominios de referencia.

4.1.8. Factor 8: Número de “Me gusta” en Facebook

El Doctor Ricardo Carreras dice que a principios de 2010 Google empezó a tener en cuenta las principales redes sociales como “señales” de clasificación en sus resultados (Carreras, 2019, p.100)

Además, Carreras comenta lo siguiente sobre el criterio de Redes Sociales:

“Los distintos indicadores sociales le sirven a Google para saber si una página web tiene importancia social. [...] En principio, la fuerza de una “señal” es mucho menor que un enlace, porque una señal es mucho más fácil de emitir. Por eso Google ha dicho que la interacción en redes sociales - compartir, me gusta, etc.- no es un factor directo de clasificación. [...] Si analizamos un estudio reciente de Cognitive SEO, vemos que sí hay una relación positiva entre la presencia, actividad e interacción en redes sociales (compartir, comentar, me gusta) y la posición en Google.” (Carreras, 2019, p.100 y 101)

Moss Clement opina que:

“Las redes sociales no contribuyen directamente a las posiciones SEO, pero los enlaces que compartes en ellas incrementan la exposición de tu marca. [...] Cuando mucha gente comparte tu contenido en redes sociales, se generan señales sociales que indican que tus post son útiles para tu mercado objetivo. [...] Las veces que se comparte, los likes y los comentarios que tus post reciben son señales vitales con las que Google y otros motores de búsqueda trabajan para posicionar tu web.” (Clement, 2020)

Herramienta: Para ver el número de “Me gusta” en Facebook que tienen los sitios web a los que pertenecen las páginas web del estudio, utilizaremos la observación. Buscaremos la página de Facebook del sitio web y en la parte de Información podremos ver el número de personas a las que les gusta la página.

Hipótesis 1.8 (H1.8): Más del 70% de los sitios web a los que pertenecen las páginas en primera posición tendrán como mínimo 100.000 “Me gusta” en Facebook.

4.2. Factores Internos

El Doctor Ricardo Carreras, explica en su libro “Triunfando en Google 2020” que los factores internos son: “los que atañen a la relevancia” (Carreras, 2019, p. 39).

Para comprobar si este tipo de factor es importante para el posicionamiento SEO, formulamos la siguiente hipótesis:

Hipótesis 2 (H2): Los factores internos se cumplen al menos un 50% de las veces.

4.2.1. Factor 9: Palabra clave presente en etiqueta título

La etiqueta título o meta title es el texto que aparece dentro de las etiquetas <title>...</title>. Dichas etiquetas se encuentran en el código HTML de una página web.

Jaimie Sirovich y Cristian Darie dicen que el título de la página es:

“Una cadena de texto, definida por el contenido del elemento <title> en la sección <head> del documento HTML. El título es visible en la barra de título de la ventana del navegador y también en la cabecera de los resultados del buscador. [...] Es uno de los factores más importantes de optimización de buscadores, ya que es un factor importante para el ranking del buscador y un call to action que puede aumentar la tasa de clics (CTR).” (Sirovich & Darie, 2007, p. 18)

Según Viney, “la etiqueta título es el elemento más importante de una página web. Además, destaca que el título tiene un peso importante en el algoritmo de Google y es la llamada a la acción más importante para los usuarios.” (Viney, 2008, p. 98)

Si buscamos en Google la palabra clave “gimnasios para bebés”, el primer resultado es la página web: <https://www.elcorteingles.es/bebes/juguetes/alfombras-de-juego-y-gimnasios-para-bebes/>.

Como se puede observar a continuación, la etiqueta título de esta página web contiene la palabra clave.



Imagen 5.- Etiqueta título de elcorteingles.es. Fuente: Google

Herramienta: Aunque la etiqueta título puede verse sin necesidad de utilizar herramientas SEO, para comprobar si la palabra clave está presente en la etiqueta título se utilizará la herramienta SeoQuake: <https://www.seoquake.com/index.html>

Hipótesis 2.1 (H2.1): Más del 60% de las páginas web en primera posición tendrán la palabra clave en su etiqueta título.

4.2.2. Factor 10: Palabra clave presente en etiqueta descripción

El Doctor Ricardo Carreras señala que:

“La meta etiqueta de descripción es un texto que aparece sólo en el código de la página web. Al entrar en la página web, el usuario no la ve. Se supone que ese texto debe reflejar de forma sucinta de qué trata la página web en cuestión. Pero además de que lo leen los rastreadores en el código, tiene la particularidad de que ese texto es el que aparece generalmente en los resultados de búsqueda de Google.” (Carreras, 2019, p. 64)

Como podemos observar en la siguiente imagen, la etiqueta descripción aparece en los resultados de búsqueda:



Imagen 6.- Etiqueta descripción de elcorteingles.es y carrefour.es.

Fuente: Google

Fernando Maciá dice que “el contenido de la meta etiqueta description no mejora el posicionamiento de una página en los resultados de los buscadores.” (Maciá, 2011)

David Viney también considera que la etiqueta descripción no es relevante para el posicionamiento SEO. Sostiene que “la mayoría de las meta etiquetas descripción tienen muy poco valor para el SEO. Los buscadores en general (y Google en particular) le prestan cada vez menos atención, porque muchos webmasters abusan de ellas y su contenido no se muestra en la página web.” (Viney, 2008, p. 103)

Sin embargo, Arunjay Kumar opina que “la meta etiqueta de descripción es una variable importante para el posicionamiento. Debemos pisar la delgada línea entre crear una descripción eficaz que atraiga a los usuarios y que permita a los buscadores posicionar bien una página para sus palabras clave.” (Kumar, 2008, p. 125)

Herramienta: Para comprobar si la etiqueta descripción contiene la palabra clave se podría inspeccionar el código HTML de la página web y ver los resultados de búsqueda. En cambio, se utilizará la herramienta SeoQuake: <https://www.seoquake.com/index.html>

Hipótesis 2.2 (H2.2): Más del 50% de los primeros resultados serán páginas web cuya etiqueta descripción contiene la palabra clave.

4.2.3. Factor 11: Palabra clave en etiqueta H1

La etiqueta H1 se escribe en el código HTML y se indica así:

```
<h1> Texto de encabezado 1 </h1>
```

Según Sean Odom:

“Los encabezados denotan información importante y permiten a los usuarios ojear rápidamente la página para encontrar la información que buscan. [...] Las arañas de los buscadores, los bots y los rastreadores tienen en cuenta el texto de las etiquetas de encabezado. Los encabezados de primer nivel (H1) deben contener las palabras clave más importantes de tu página web.” (Odom, 2011, p. 99)

Jerri Ledford opina lo siguiente sobre la etiqueta H1: “Los encabezados de alto nivel (H1) también son importantes para los rastreadores, cuando estos examinan un sitio web. Las palabras clave tienen que aparecer en los encabezados H1 que forman parte del código HTML.” (Ledford J., 2009)

David Viney considera que este factor es muy importante para el posicionamiento. El experto en SEO nos dice que “después de la etiqueta título, las etiquetas de encabezado son los factores internos más importantes. Considero que son dos veces más importantes que el texto de la página.” (Viney, 2008, p. 108)

Como podemos observar, los expertos le dan importancia a que la palabra clave se encuentre en el encabezado H1 de una página web y consideran este factor relevante para el posicionamiento.

Herramienta: Para comprobar si la página web tiene la palabra clave en su etiqueta H1, se utilizará la herramienta SeoQuake: <https://www.seoquake.com/index.html>

Hipótesis 2.3 (H2.3): Más del 50% de las primeras posiciones serán páginas web que contienen la palabra clave en la etiqueta H1.

4.2.4. Factor 12: Palabra clave en etiqueta ALT

El Doctor Ricardo Carreras explica que “el atributo define un texto alternativo para una imagen cuando el usuario emplea un navegador de texto o desactiva la visión de imágenes en su navegador Web.” (Carreras, 2019, p. 66)

Arunjay Kumar opina lo siguiente: “Cada imagen debe tener un atributo alt que contenga una breve descripción de la imagen, preferiblemente usando palabras clave relevantes.” (Kumar, 2013, p. 124)

Carreras dice que es un criterio a tener en cuenta, aunque tiene poca importancia para el posicionamiento en el buscador de Google (Carreras, 2019, p. 66).

Por su parte, Jerri Ledford señala que hay un gran debate acerca del valor de las etiquetas alt para el posicionamiento SEO, porque han abusado mucho de ellas. En cualquier caso, pueden mejorar un poco la posición de una página web (Ledford J., 2009, p. 109).

Sirovich y Darie dicen que “dado que estas etiquetas son en su mayoría invisibles, es probable que no sean un factor de clasificación importante. Sin embargo, son importantes para la accesibilidad y la usabilidad en general, por lo que no deben ignorarse sólo por esa razón.” (Sirovich & Darie, 2007, p. 21)

Herramienta: Para comprobar si la etiqueta ALT contiene la palabra clave utilizaremos la extensión Web Developer para Google Chrome.

Hipótesis 2.4 (H2.4): Más del 25% de los primeros resultados serán páginas web que incluyen la palabra clave en alguna etiqueta ALT.

4.2.5. **Factor 13: Extensión del texto**

Ricardo Carreras menciona que “la extensión del texto es el número total de palabras que contiene el cuerpo de una página Web.” (Carreras, 2019, p. 20)

Muchos expertos se preguntan cuál es la cantidad ideal de palabras para que una página web consiga posicionarse en los primeros resultados de búsqueda. La opinión de estos varía.

Por una parte, David Viney recomienda incluir entre 450 y 600 palabras en cada página y dice que, si necesitas poner más palabras, utilices más secciones, categorías y páginas (Viney, 2008, p. 109).

Por otra parte, Javier Casares nos dice lo siguiente en su Guía SEO:

“El contenido es el elemento de mayor importancia para cualquier sitio web. No importa lo sofisticados que se vuelvan los buscadores o cuántos factores externos se agreguen a los algoritmos, en definitiva, lo que juega un rol vital a la hora de los rankings es el contenido textual principalmente, junto al resto de contenidos que se puedan ir añadiendo (imágenes, vídeos...)” (Casares, 2009, p. 26)

Según Ricardo Carreras: “Conviene que una página web tenga un texto extenso siempre y cuando sea relevante, y mantenga densidades razonablemente elevadas.” (Carreras, 2019, p. 69)

Herramienta: Para ver el número de palabras que tiene el cuerpo de las páginas web del estudio, utilizaremos la herramienta SeoQuake: <https://www.seoquake.com/index.html>

Hipótesis 2.5 (H2.5): Al menos un 80% de las páginas web en primera posición superarán las 500 palabras en el texto de su contenido.

4.2.6. **Factor 14: Densidad de palabra clave en el texto principal de la página**

Jaimie Sirovich y Cristian Darie nos dicen que no deben utilizarse palabras clave en exceso y aconsejan utilizar palabras clave en plural, singular, pasado, presente y cambiar el orden de estas. Además, afirman lo siguiente: “La repetición excesiva y forzada de palabras clave, “keyword stuffing”, podría percibirse como spam.” (Sirovich & Darie, 2007, p. 18 y 19)

Sean Odom dice que:

“Una de las principales reglas de diseño que hay que mantener es el número de veces que se utilizan las palabras clave (conocido como densidad de palabra clave). [...] A Google le gusta ver una densidad de palabra clave de entre el 5% y el 7%, si es mucho más baja o más alta, tu sitio será penalizado.” (Odom, 2011, p. 106)

En cambio, David Viney menciona que “la densidad del texto de la página debería ser del 2% al 4% para cada palabra clave.” (Viney, 2008, p. 110)

Según el Doctor Ricardo Carreras:

“Los expertos han afirmado tradicionalmente que la densidad ideal de la palabra clave en el texto de la página oscila entre un 2% y un 7%. [...] Si quieres que tu página web llegue a las primeras posiciones, usa un texto que tenga una densidad de palabra clave de alrededor del 2%, que no sobrepase el 7% ni descienda por debajo del 1%.” (Carreras, 2019, p. 71, 72 y 74)

Herramienta: Para ver cuál es la densidad de palabras clave dentro del texto principal de la página, se utilizará la herramienta SeoQuake: <https://www.seoquake.com/index.html>

Con esta herramienta se sacará la densidad de cada una de las palabras que componen la palabra clave. Luego, se realizará una media aritmética para obtener la densidad final de la palabra clave.

Hipótesis 2.6 (H2.6): Más del 50% de las páginas en primera posición tendrán una densidad de su palabra clave en el texto de entre el 1% y el 7%.

4.2.7. Factor 15: Presencia de la palabra clave en la primera oración del texto principal

El Doctor Ricardo Carreras explica que “La primera oración del texto principal se encuentra después de la etiqueta <body> del código HTML de una página Web.” (Carreras, 2019, p. 23)

Ricardo Carreras lo considera un factor relevante para el posicionamiento. Por este motivo, en su Tesis Doctoral “Cómo clasifica Google los resultados de las búsquedas: Factores de posicionamiento orgánico”, analizó este criterio y el resultado fue que un 56,8% de las páginas analizadas, es decir, más de la mitad, usaban la palabra clave en la primera oración del texto principal (Carreras, 2012, p. 460).

Carreras concluye diciendo que: “Los expertos y analistas no le han prestado a este factor hasta la fecha la atención que merece.” (Carreras, 2012, p. 460)

Queremos comprobar si en el caso del sector del bebé, este criterio se considera importante para el posicionamiento en buscadores.

Herramienta: Se utilizará la observación para comprobar si la palabra clave está presente o no en la primera oración del texto principal de la página.

Hipótesis 2.7 (H2.7): Más del 50% de las páginas web en primera posición tendrán la palabra clave en la primera oración del texto principal.

4.2.8. **Factor 16: Palabra clave presente en la URL**

La URL (Uniform Resource Locator, en inglés) es la dirección de una página web.

Por ejemplo, la URL del sitio web Vertbaudet es <https://www.vertbaudet.es/> y la URL de la página Bodies para Bebé, alojada en este sitio web es <https://www.vertbaudet.es/bebe/bodies.htm> . En este caso podemos observar que la palabra clave **bodies para bebe** está presente en la URL (no hemos tenido en cuenta preposiciones y la palabra clave puede estar en distinto orden).

Ricardo Carreras nos cuenta que “las urls son también texto, y por tanto son rastreadas por los buscadores. Cuando la palabra clave no está en el dominio principal que es la primera parte de la url, es importante que esté al menos en alguna parte de la url.” (Carreras, 2019, p. 77)

Según Aleyda Solís, las URLs deben ser: descriptivas, relevantes, cortas, y en el mismo idioma que el contenido que se muestra. Además, es necesario incluir la palabra clave más representativa de cada página en la URL de la misma (Solís, 2016, p. 140).

Sirovich y Darie nos dicen que:

“Las URLs amigables con los motores de búsqueda que contienen palabras clave relevantes pueden tanto aumentar la clasificación en los motores de búsqueda, como incitar al usuario a hacer clic en ellas.” [...] Aunque históricamente el contenido de una URL era considerado uno de los principales criterios de clasificación en los motores de búsqueda, ahora los motores de búsqueda le dan menos importancia a este factor. Sin embargo, “¡esto no significa que la creación de estas URLs con palabras clave relevantes sea obsoleta e innecesaria!” (Sirovich & Darie, 2007, p. 37 y 38).

Herramienta: Se observará la URL de la página web para comprobar si la palabra clave está presente en la misma.

Hipótesis 2.8 (H2.8): Más del 50% de los primeros resultados serán páginas web que tendrán la palabra clave en su URL.

4.2.9. **Factor 17: Número de barras en la URL de la página web**

El Doctor Ricardo Carreras considera este factor importante para el posicionamiento en buscadores en su Tesis Doctoral y por este motivo hemos querido analizar este criterio.

Carreras nos cuenta que las barras de una URL indican la distancia del documento a la raíz. Esto significa que cuantas más barras tenga una URL, más lejos se encontrará la página web de la raíz del sitio web en el que está alojada. Por tanto, los robots rastreadores de Google tendrán más difícil la tarea de encontrar esas páginas y procesarlas (Carreras, 2012, p. 60).

Herramienta: Se observará la URL de cada página web para contabilizar el número de barras (símbolo: /).

Hipótesis 2.9 (H2.9): Más del 50% de las primeras posiciones serán páginas web que tienen en su URL 2 o menos barras.

4.2.10. **Factor 18: Velocidad de carga de la página web (en segundos)**

Ricardo Carreras dice que “Google considera la velocidad de una página web como un factor de posicionamiento al menos desde abril de 2010. [...] Con cada actualización del algoritmo, Google le va dando más importancia.” (Carreras, 2019, p. 112)

Adam Clarke cuenta lo siguiente: “La velocidad de carga no solo es un factor que contribuye a alcanzar las primeras posiciones en Google, sino que distintos informes de la industria han mostrado que cada segundo que se rebaja en un sitio mejora la tasa de conversión un 7%.” (Clarke, 2017, p. 46)

David Viney afirma que “un sitio que tarda mucho en cargarse se considera un sitio de baja calidad y, por tanto, tendrá una mala clasificación.” (Viney, 2008, p. 66)

Por su parte, Javier Casares dice en su Guía de referencia SEO que “uno de los factores que los robots de indexación tienen en cuenta es la velocidad de descarga del sitio, por lo que si el rendimiento es bajo se considerará un sitio de baja calidad y ello podría suponer pérdida de puestos en los resultados de búsqueda.” (Casares, 2008, pág. 36)

Muchos expertos en SEO coinciden en que la velocidad de carga de una página debe ser inferior a los 3 segundos. Cuanto menos tiempo tarde en cargar una página, mejor posicionada estará en el buscador de Google.

Herramienta: Para medir la velocidad de carga de las páginas web del estudio se utilizará la herramienta Page Speed Insights, tomando el valor “índice de velocidad” para ordenador: <https://developers.google.com/speed/pagespeed/insights/>

Hipótesis 2.10 (H2.10): Más del 70% de las páginas en primera posición serán páginas con una velocidad de carga inferior a 3 segundos.

4.2.11. **Factor 19: Número de enlaces internos en página web**

Ricardo Carreras nos dice que “el número de enlaces internos se refiere a la suma total de enlaces a páginas o secciones interiores que se enlazan desde una misma página Web.” (Carreras, 2019, p. 21)

Joshua Hardwick nos cuenta que los enlaces internos son importantes para el SEO porque ayudan a Google a descubrir nuevas páginas. También comenta que “el número de enlaces internos que apuntan a una página es una señal para los motores de búsqueda sobre la importancia relativa de esa página.” (Hardwick, 2019)

Sico de Andrés, al igual que Hardwick, opina que los enlaces internos son un factor a tener en cuenta para optimizar un sitio web. Explica que “se debe elaborar una estructura de enlaces internos en la que todas las páginas de un sitio queden unidas unas con otras, de esta forma, los buscadores podrán rastrear todo el sitio fácilmente, añadiendo a sus índices todo su contenido.” (De Andrés, 2010, p. 112)

Sirovich y Darie revelan que “los buscadores pueden asumir que páginas sin enlaces a otras, o sin una estructura de enlaces internos, son menos importantes, al igual que asumen que las páginas que no se enlazan bien desde fuera son menos importantes que las que sí lo hacen.” (Sirovich & Darie, 2007, p. 19)

Herramienta: Para ver cuántos enlaces internos tienen las páginas web del estudio, se utilizará la herramienta SeoQuake: <https://www.seoquake.com/index.html>

Hipótesis 2.11 (H2.11): Más del 70% de las páginas web en primera posición tendrán como mínimo 200 enlaces internos dentro de su sitio web.

4.2.12. Factor 20: Número de enlaces salientes desde la página web (enlaces externos)

Los enlaces salientes o externos son aquellos vínculos que enlazan a páginas web alojadas en sitios web externos.

Según Will Coombe:

“Los enlaces externos son una buena manera de referenciar a recursos web externos que pueden ayudar a ampliar o profundizar en el contenido de una página web, y Google lo sabe. De hecho, Google puede decir mucho sobre lo relevante que puede ser tu página simplemente mirando los enlaces de salida en esa página.” (Coombe, 2017, p. 115)

Sirovich y Darie sostienen que:

“Los buscadores examinarán los enlaces que contiene un documento. Un enlace relacionado con una página web es un contenido valioso para ella y desde ella, y los buscadores lo consideran contenido como tal. Sin embargo, los enlaces totalmente irrelevantes o con contenido de spam pueden potencialmente dañar el posicionamiento de una página.” (Sirovich & Darie, 2007, p. 19)

Herramienta: Para ver cuántos enlaces salientes tiene cada página web, se utilizará la herramienta SeoQuake: <https://www.seoquake.com/index.html>

Hipótesis 2.12 (H2.12): Más del 50% de las páginas web en primera posición tendrán como mínimo 50 enlaces externos a otros dominios.

4.3. Factores Externos

El Doctor Ricardo Carreras nos dice que los factores externos son “los que atañen a la popularidad” (Carreras, 2019, p. 39).

Para analizar si este factor es importante para el posicionamiento orgánico, formulamos la siguiente hipótesis:

Hipótesis 3 (H3): Los factores externos se cumplen al menos un 50% de las veces.

4.3.1. Factor 21: Tasa de rebote

Según Ricardo Carreras, la tasa de rebote “indica el porcentaje de usuarios que salen de un sitio web después de visitar la página por la que entraron. No navegan por el resto de las páginas. Una tasa de salida alta es un indicador de baja calidad del resultado de búsqueda.” (Carreras, 2019, p. 110)

Mike Monahan explica en su libro Search Engine Optimization (SEO) Secrets for 2010 que: “Altos porcentajes de rebotes son un indicador de que a nuestra página le hace falta optimización, especialmente en aquellas páginas web que son diseñadas especialmente para recibir y mantener a los usuarios.” (Monahan, 2010)

Para Connor Lahey la tasa de rebote es un factor de clasificación importante. Nos cuenta que “la tasa de rebote de un sitio es importante porque indica el grado de interacción de los usuarios con el contenido o la experiencia de usuario de una página web. [...] Una tasa de rebote óptima estaría en el rango del 26% al 40%.” (Lahey, 2020)

Herramienta: Para ver la tasa de rebote de cada sitio web se utilizará la herramienta Alexa: <https://www.alexa.com/>

Hipótesis 3.1 (H3.1): Al menos el 40% de los sitios web a los que pertenecen las páginas en primera posición tendrán una tasa de rebote igual o inferior al 45%.

4.3.2. **Factor 22: Tiempo medio de duración de la visita al sitio web (en minutos y segundos)**

Según Félix Urosa, el tiempo medio de duración de la visita se calcula así: “Dividiendo el tiempo total del tráfico de un sitio web entre el número de visitas en un período determinado.” (Urosa, 2021, p. 183)

Ricardo Carreras dice que:

“Google mide el tiempo que los usuarios pasan en una página web. Cuanto más, mejor. Y al contrario, una navegación muy breve le manda una señal negativa al buscador. [...] Hay datos que indican que los usuarios permanecen alrededor de 3 minutos en las páginas que aparecen en los primeros resultados.” (Carreras, 2019, p. 111)

Herramienta: Para ver la media de tiempo que el usuario visita cada sitio web, se utilizará la herramienta Alexa: <https://www.alexa.com/>

Hipótesis 3.2 (H3.2): Más del 65% de los sitios web a los que pertenecen las páginas en primera posición tendrán un tiempo medio de duración de las visitas de 3 minutos como mínimo.

5. ESTUDIO EMPÍRICO

Una vez que se han establecido cuáles son los factores más relevantes y se han formulado las hipótesis para cada una de las variables analizadas, se realizará un estudio empírico para poder verificar las mismas. Antes de comenzar la investigación se elegirán 100 palabras clave.

5.1. Palabras clave seleccionadas

Para seleccionar las Keywords se obtuvo una muestra inicial de 125 palabras, obtenidas de las sugerencias de búsqueda de Google y de la herramienta Ubersuggest. Posteriormente, se determinaron las 100 palabras clave que mayor volumen de búsquedas mensuales tenían. Las 125 palabras clave elegidas como las más adecuadas y sus respectivos volúmenes de búsquedas están adjuntas en Anexos.

A continuación, se enlistan por orden alfabético las 100 palabras clave elegidas para el estudio:

albornoces para bebes	comprar cunas de viaje	peine para bebe
almohadas para bebe	comprar ropa bebe barata	pijamas para bebes
andadores para bebes	comprar ropa bebes online	porta toallitas bebe
arrullos para bebes	comprar ropa de bebe	productos para bebes
baberos para bebes	comprar tronas bebe	protectores de cuna para bebes
balancines para bebes	correpassillos para bebe	ropa de baño bebe
bañera con cambiador para bebe	cremas para bebes	ropa de bebe
bañeras para bebes	cremas para bebes recién nacidos	ropa de bebe barata
biberones para bebe	cubiertos para bebe	ropa de bebe recién nacido
bodys para bebe	cunas de viaje para bebes	ropa de cuna bebe
bodys para bebes	cunas para bebes	ropa de cuna para bebe
bolsos carrito bebe	cunas y camas para bebes	sábanas para cuna de bebe
bolsos carrito bebe modernos	dosificadores leche bebe	saco silla de paseo
bolsos carrito bebe originales	edredon para cuna	saco silla paseo
bolsos cochecito bebe	esterilizador de biberones	saltadores para bebes
calcetines de bebe	extractores de leche	sillas de coche para bebes
cambiador para bebe	gimnasios para bebes	sillas de coche para bebes isofix
canastillas para bebe	hamacas para bebe	sillas de paseo para bebes
capa de baño bebe	humidificador para bebes	sonajeros para bebes
capazos para bebes	juguetes para bebes	termometro para bebes
carritos de bebe	lamparas quitamiedos bebe	termos para biberones
carritos de bebe baratos	leche en polvo para bebe	tienda de bebes online
cestas de regalo para bebes	leche para bebe	tienda online de bebe
chupetes para bebes	luz quitamiedos bebe	tienda online de bebes
colchones para bebe	manta de actividades bebe	tienda online para bebes
comodas para bebes	manta de actividades para bebes	tienda online puericultura
comprar bañeras bebe	mantitas para bebe	tiendas online de bebes baratas
comprar bodys bebe	minicunas para bebes	toallas para bebes
comprar caliente biberones	mordedores para bebe	toallitas para bebes
comprar cambiador bebe	mosquitera carro bebe	tronas para bebes
comprar canastillas bebe	movil musical para cuna	vajilla para bebe
comprar carritos bebe	neceser para bebe	zapatos de bebe
comprar chupetes	orinal para bebe	
comprar cunas bebe	pañales para bebes	

5.2. Variables analizadas

Para realizar esta investigación se han seleccionado 22 variables de posicionamiento orgánico, consideradas las más influyentes para conseguir que una página web se posicione orgánicamente entre los primeros resultados de búsqueda. Las variables elegidas se han clasificado según tres tipos de factores: estructurales, internos y externos.

FACTORES ESTRUCTURALES:

- 1) Edad del sitio web
- 2) Palabra clave coincide exactamente con el nombre del dominio
- 3) Terminación del dominio
- 4) Número de páginas indexadas en todo el sitio web
- 5) Autoridad del dominio
- 6) Número de enlaces entrantes a todo el sitio web (backlinks)
- 7) Número de dominios de referencia del sitio web (referring domains)
- 8) Número de “Me gusta” en Facebook

FACTORES INTERNOS:

- 9) Palabra clave presente en etiqueta título
- 10) Palabra clave presente en etiqueta descripción
- 11) Palabra clave en etiqueta H1
- 12) Palabra clave en etiqueta ALT
- 13) Extensión del texto
- 14) Densidad de palabra clave en el texto principal de la página
- 15) Presencia de la palabra clave en la primera oración del texto principal
- 16) Palabra clave presente en la URL
- 17) Número de barras en la URL de la página web
- 18) Velocidad de carga de la página web (en segundos)
- 19) Número de enlaces internos en página web
- 20) Número de enlaces salientes desde la página web (enlaces externos)

FACTORES EXTERNOS:

- 21) Tasa de rebote
- 22) Tiempo medio de duración de la visita al sitio web (en minutos y segundos)

6. RESULTADOS DEL ESTUDIO EMPÍRICO

A continuación, se muestran los resultados obtenidos del estudio empírico y sus métricas. Para llevar a cabo la presente investigación, se analizaron las 100 páginas web que se encontraban en primera posición orgánica al buscar cada una de las palabras clave elegidas en Google.es (100 palabras en total).

Los datos obtenidos de las 100 páginas web analizadas están ubicados en los Anexos de este TFM.

7. VALIDEZ DE LAS HIPÓTESIS

7.1. Factores Estructurales

(H1): Los factores estructurales se cumplen al menos un 50% de las veces.

Los factores estructurales se cumplen un 72% de las veces y esto significa que la hipótesis planteada se verifica positivamente.

En base a este resultado, podemos afirmar que los factores estructurales son muy importantes a la hora de posicionar una página web en el buscador de Google.

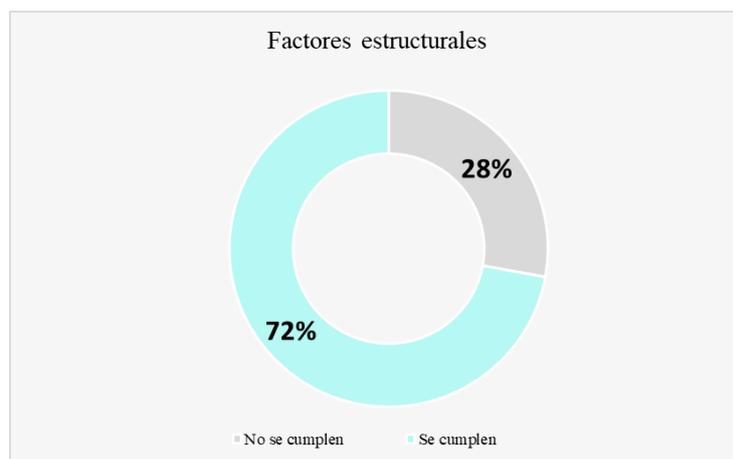


Gráfico 11.- Factores estructurales. Fuente: Elaboración propia.

7.1.1. Resultado Factor 1: Edad del sitio web

(H1.1): Más del 80% de los sitios web del estudio tendrán una edad mínima de 10 años.

Al analizar las 100 páginas web pudimos comprobar que el 92% de ellas, tenían como mínimo 10 años y que la edad media de los sitios web a los que pertenecen las páginas del estudio es de 20,3 años.

La hipótesis planteada se valida y se confirma que este factor es uno de los más importantes para el posicionamiento orgánico, como opinan Google, David Viney, Jamie Sirovich y Cristian Darie.

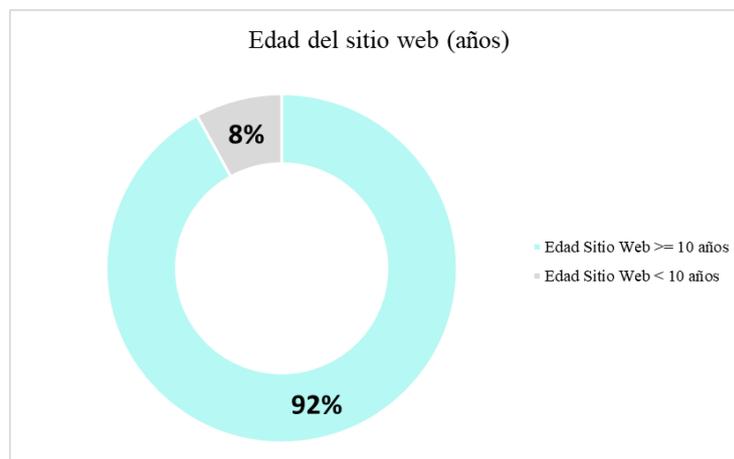


Gráfico 12.- Edad del sitio web. Fuente: Elaboración propia.

7.1.2. Resultado Factor 2: Palabra clave coincide exactamente con el nombre del dominio

(H1.2): Más del 15% de los primeros resultados serán páginas cuyo nombre de dominio coincide exactamente con la palabra clave.

En nuestra investigación comprobamos que el 100% de las páginas analizadas tienen un nombre de dominio que no coincide de forma exacta con la palabra clave. Por tanto, la hipótesis se refuta y la conclusión que extraemos es que no se trata de un factor crucial para el posicionamiento SEO.

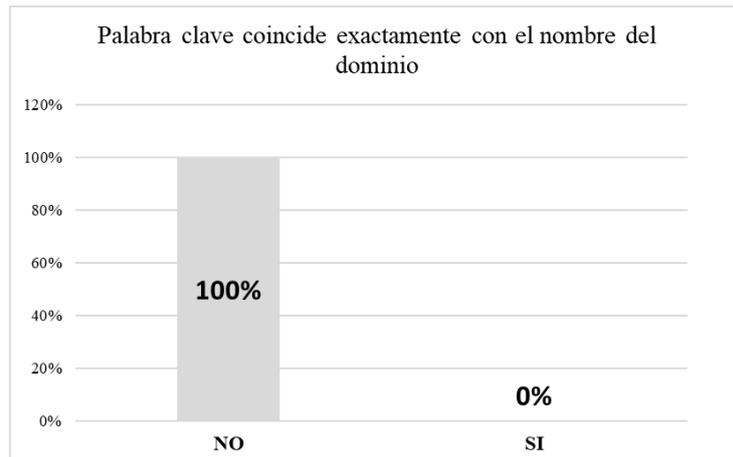


Gráfico 13.- Palabra clave coincide exactamente con el nombre del dominio.
 Fuente: Elaboración propia.

7.1.3. Resultado Factor 3: Terminación del dominio

(H1.3): Más del 50% de las páginas web en primera posición tendrán la terminación de dominio .es.

Según los resultados del estudio, el 80% de las páginas web en primera posición tienen la terminación de dominio .es, el 17% tienen terminación .com, el 2% tienen terminación .eu y un 1% tiene terminación .net.

La hipótesis se valida y se confirma la opinión de Javier Casares acerca de que, si la información de un dominio está enfocada a España, el dominio aparecerá mejor posicionado si se utiliza la terminación .es.

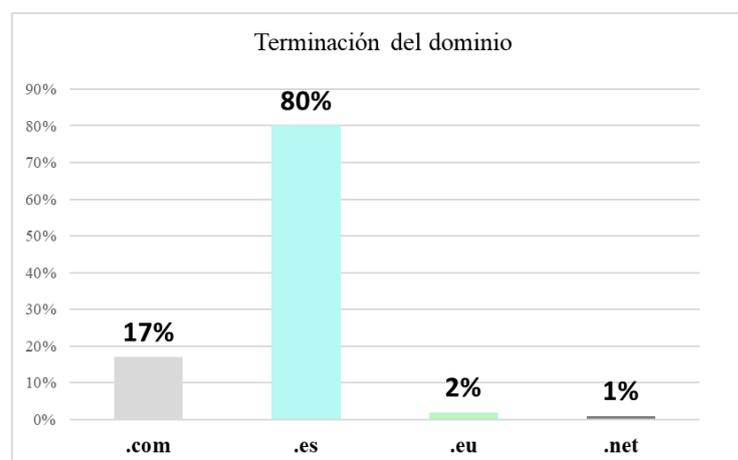


Gráfico 14.- Terminación del dominio. Fuente: Elaboración Propia.

7.1.4. Resultado Factor 4: Número de páginas indexadas en todo el sitio web

(H1.4): Más del 60% de las páginas en primera posición pertenecerán a sitios web con más de 10.000 páginas indexadas en Google.

El 92% de las páginas web del estudio están alojadas en sitios web que tienen más de 10.000 páginas indexadas. Por consiguiente, la hipótesis planteada se cumple.

La cifra media de páginas indexadas es de 13.345.898, una cifra alta debido a que Amazon tiene 41.600.000 páginas indexadas y El Corte Inglés tiene 2.190.000 páginas indexadas.

Los resultados muestran que es un factor relevante para el posicionamiento en buscadores, porque cuanto mayor número de páginas indexadas tenga un sitio web, más relevancia le dará Google a dicho sitio y mejor lo posicionará en los resultados de búsqueda.



Gráfico 15.- Número de páginas indexadas en todo el sitio web. Fuente: Elaboración propia.

7.1.5. Resultado Factor 5: Autoridad del dominio

(H1.5): Más del 70% de las páginas en primera posición pertenecerán a sitios web con una autoridad superior a 50 puntos.

Un 77% de las páginas web del estudio pertenecen a sitios web cuya autoridad de dominio es superior a 50 puntos. En este sentido, la hipótesis se confirma.

Esta puntuación desarrollada por Moz ayuda a conocer el nivel de popularidad y calidad de un sitio web. Sin embargo, no es una métrica que Google utilice para determinar los rankings de búsqueda. Esto quiere decir que la puntuación que tiene el sitio web no influye en el posicionamiento orgánico.

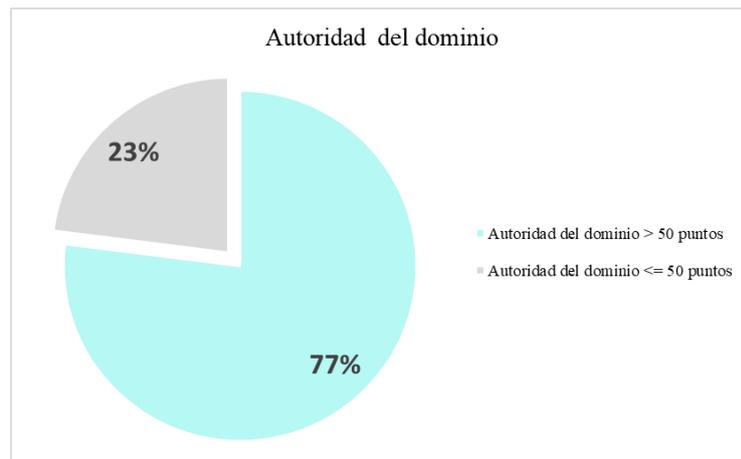


Gráfico 16.- Autoridad del dominio. Fuente: Elaboración propia.

7.1.6. Resultado Factor 6: Número de enlaces entrantes a todo el sitio web (backlinks)

(H1.6): Más del 60% de los primeros resultados serán páginas web alojadas en sitios web con más de 70.000 enlaces entrantes a todo el sitio web.

El 88% de las páginas analizadas pertenecen a sitios web que tienen más de 70.000 enlaces entrantes. La hipótesis se valida y queda demostrado que el número de enlaces entrantes al sitio web es crucial para el posicionamiento en buscadores.

Apoyamos la opinión de Ricardo Carreras acerca de que para que una página web se posicione es importante que pertenezca a un sitio web que reciba muchos enlaces externos.

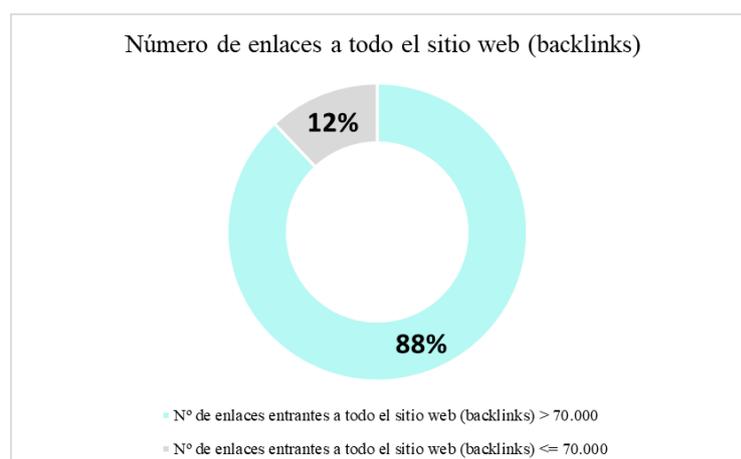


Gráfico 17.- Número de enlaces entrantes a todo el sitio web (backlinks). Fuente: Elaboración propia.

7.1.7. Resultado Factor 7: Número de dominios de referencia del sitio web (referring domains)

(H1.7): Más del 60% de las primeras posiciones serán páginas web alojadas en sitios web que tienen más de 30.000 dominios de referencia.

El 66% de los sitios web a los que pertenecen las páginas web analizadas tienen más de 30.000 dominios de referencia. Por ende, la hipótesis se acepta y se confirma lo que dicen Sonya Zhang y Neal Cabage acerca de los dominios de referencia: Los sitios web que tienen más dominios de referencia están mejor posicionados en Google.

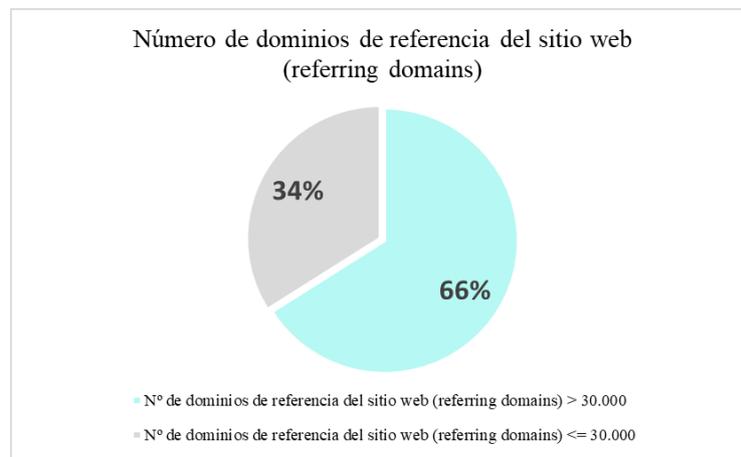


Gráfico 18.- Número de dominios de referencia del sitio web (referring domains). Fuente: Elaboración propia.

7.1.8. Resultado Factor 8: Número de “Me gusta” en Facebook

(H1.8): Más del 70% de los sitios web a los que pertenecen las páginas en primera posición tendrán como mínimo 100.000 “Me gusta” en Facebook.

Al analizar los resultados del estudio observamos que el 82% de los sitios web a los que pertenecen las páginas web en primera posición tienen 100.000 o más “Me gusta” en Facebook, el 16% tienen menos de 100.000 “Me gusta” en esta red social y un 2% no ofrecen información porque su página de Facebook no está disponible.

Esta hipótesis se verifica y se confirma la teoría de Ricardo Carreras que dice que, aunque la interacción en redes sociales no es un factor directo de clasificación, sí que existe una relación positiva entre la interacción en redes sociales y la posición que ocupa la página web en el buscador.

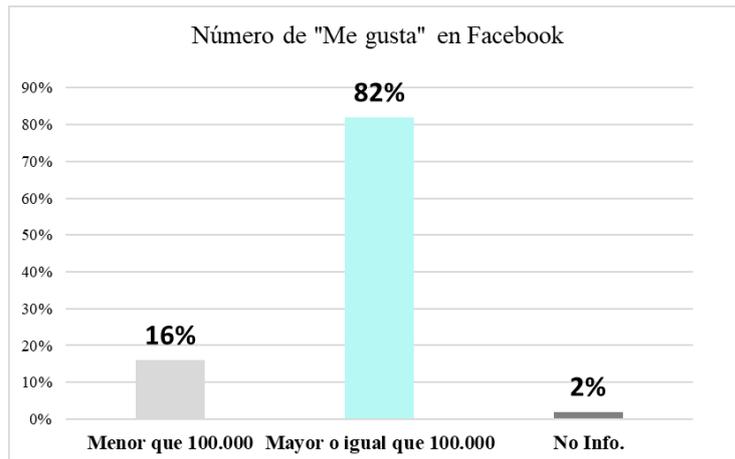


Gráfico 19.- Número de "Me gusta" en Facebook. Fuente: Elaboración propia.

7.2. Factores Internos

(H2): Los factores internos se cumplen al menos un 50% de las veces.

Los factores internos se cumplen un 52% de las veces. Por tanto, la hipótesis se valida y podemos confirmar que este tipo de factores son relevantes para el posicionamiento de una página web en el buscador de Google.

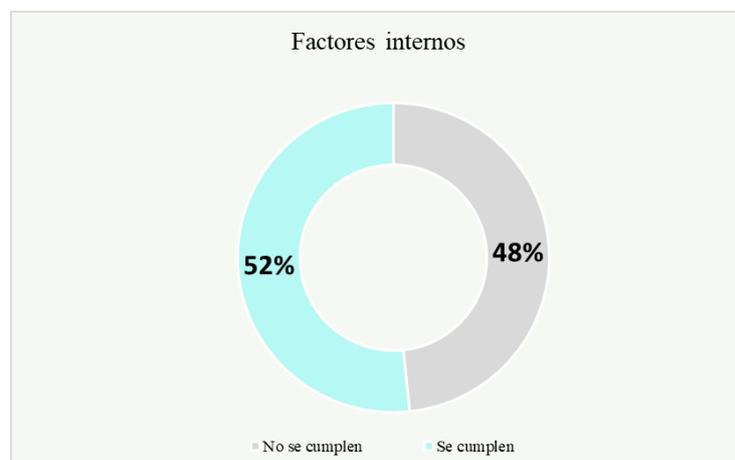


Gráfico 20.- Factores internos. Fuente: Elaboración propia.

7.2.1. Resultado Factor 9: Palabra clave presente en etiqueta título

(H2.1): Más del 60% de las páginas web en primera posición tendrán la palabra clave en su etiqueta título.

Tras realizar la auditoría de las 100 páginas web, hemos comprobado que la palabra clave presente en la etiqueta título se cumple en un 66% de las veces (se toma como válido si las palabras clave están en distinto orden, si no incluyen preposiciones y si aparecen en singular o en plural).

En este caso la hipótesis se acepta y se confirma lo que opinan Viney, Sirovich y Darie acerca de que la etiqueta título es uno de los factores más importantes para la optimización en buscadores.

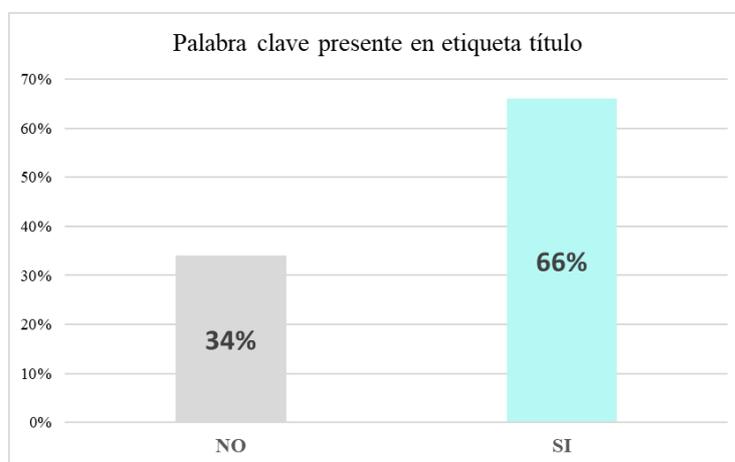


Gráfico 21.- Palabra clave presente en etiqueta título. Fuente: Elaboración propia.

7.2.2. Resultado Factor 10: Palabra clave presente en etiqueta descripción

(H2.2): Más del 50% de los primeros resultados serán páginas web cuya etiqueta descripción contiene la palabra clave.

La auditoría da como resultado que solamente el 32% de los casos tienen la palabra clave en la etiqueta descripción (se toma como válido si las palabras clave están en distinto orden, si no incluyen preposiciones y si aparecen en singular o en plural).

Por tanto, la hipótesis formulada se refuta, demostrando que Fernando Maciá y David Viney estaban en lo cierto al decir que la etiqueta descripción es irrelevante para el posicionamiento.

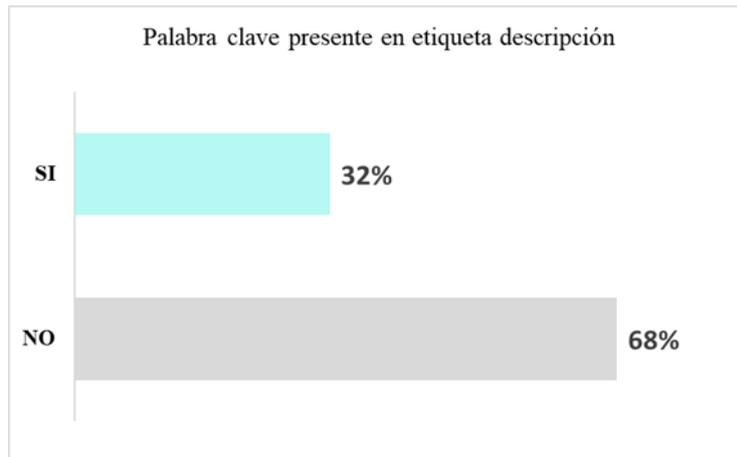


Gráfico 22.- Palabra clave presente en etiqueta descripción. Fuente: Elaboración propia.

7.2.3. Resultado Factor 11: Palabra clave en etiqueta H1

(H2.3): Más del 50% de las primeras posiciones serán páginas web que contienen la palabra clave en la etiqueta H1.

Tras analizar las 100 páginas web, observamos que el 40% de las mismas tienen la palabra clave en la etiqueta de encabezado H1 y el 60% no la tienen (se toma como válido si las palabras clave están en distinto orden, si no incluyen preposiciones y si aparecen en singular o en plural).

La hipótesis se rechaza y contradice las teorías de los expertos Sean Odom, Jerri Ledford y David Viney que dicen que la etiqueta H1 debe contener la palabra clave y que es un factor importante para el posicionamiento orgánico.

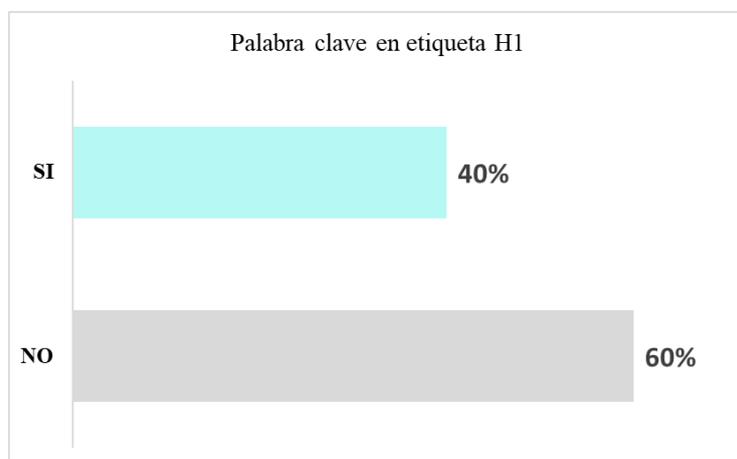


Gráfico 23.- Palabra clave en etiqueta H1. Fuente: Elaboración propia.

7.2.4. Resultado Factor 12: Palabra clave en etiqueta ALT

(H2.4): Más del 25% de los primeros resultados serán páginas web que incluyen la palabra clave en alguna etiqueta ALT.

Al analizar los resultados del estudio comprobamos que el 28% de las páginas web auditadas tienen la palabra clave en alguna de sus etiquetas ALT y que el 72% no incluyen la palabra clave en sus etiquetas ALT.

La hipótesis se valida y apoyamos las teorías de Ricardo Carreras, Jerri Ledford, Sirovich y Darie que dicen que, a pesar de no ser un factor relevante para el posicionamiento, hay que tenerlo en cuenta.

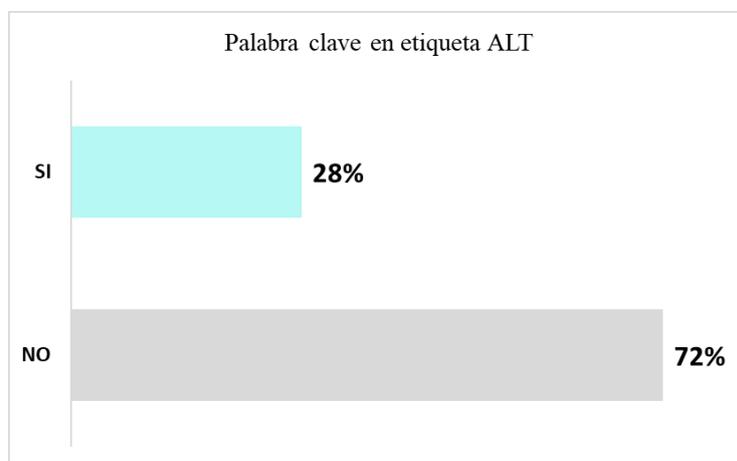


Gráfico 24.- Palabra clave en etiqueta ALT. Fuente: Elaboración propia.

7.2.5. Resultado Factor 13: Extensión del texto

(H2.5): Al menos un 80% de las páginas web en primera posición superarán las 500 palabras en el texto de su contenido.

El estudio demuestra que el 100% de las páginas analizadas tienen una extensión de texto superior a las 500 palabras. Por esta razón, la hipótesis se valida.

Es interesante resaltar que la extensión del texto media es de 5.169 palabras, porque el 35% de las páginas en primera posición tienen más de 5.000 palabras en el texto y el 65% tienen entre 772 y 5000 palabras. Los resultados obtenidos contradicen la opinión de David Viney acerca de incluir entre 450 y 600 palabras en cada página para lograr un buen posicionamiento en Google.

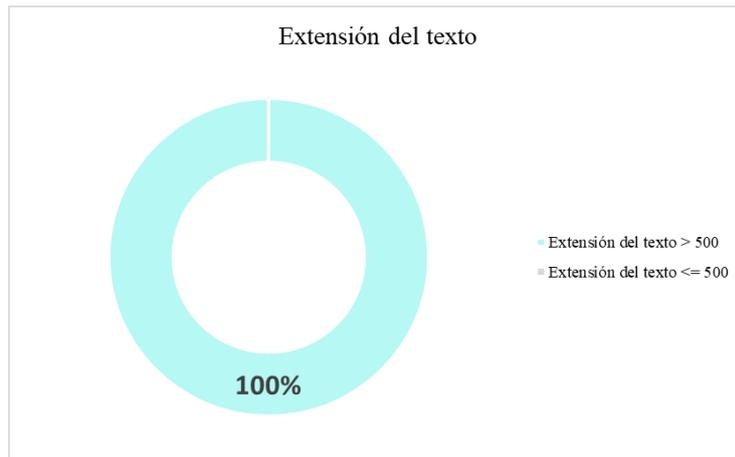


Gráfico 25.- Extensión del texto. Fuente: Elaboración propia.

7.2.6. Resultado Factor 14: Densidad de palabra clave en el texto principal de la página

(H2.6): Más del 50% de las páginas en primera posición tendrán una densidad de su palabra clave en el texto de entre el 1% y el 7%.

El 31% de las páginas analizadas tienen una densidad de su palabra clave en el texto de entre el 1% y el 7%, lo que demuestra que no es un factor relevante para el posicionamiento. La densidad media de la palabra clave en el texto es de 0,84%.

La hipótesis se rechaza y contradice las teorías de Sean Odom, David Viney y Ricardo Carreras, ya que el 69% de las páginas en primera posición tienen una densidad de palabra clave inferior al 1%.

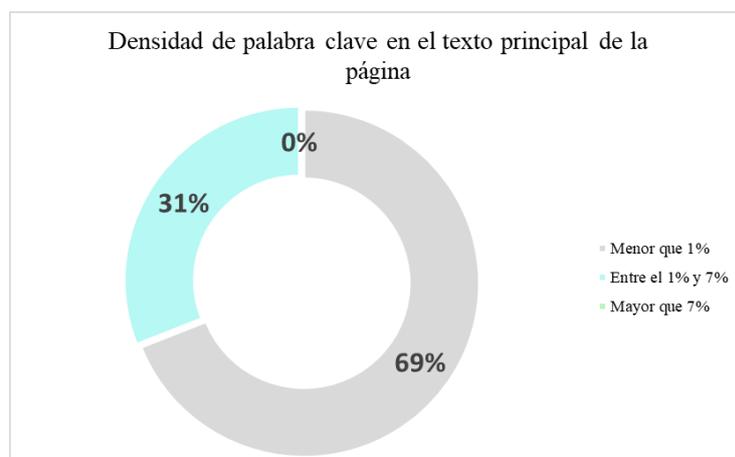


Gráfico 26.- Densidad de palabra clave en el texto principal de la página. Fuente: Elaboración propia.

7.2.7. Resultado Factor 15: Presencia de la palabra clave en la primera oración del texto principal

(H2.7): Más del 50% de las páginas web en primera posición tendrán la palabra clave en la primera oración del texto principal.

Tras realizar la auditoría de las 100 páginas web en primera posición, comprobamos que solo el 13% de los casos tienen la palabra clave en la primera oración del texto principal (se toma como válido si las palabras clave están en distinto orden, si no incluyen preposiciones y si aparecen en singular o en plural).

La hipótesis se refuta y, por tanto, consideramos que es un factor poco relevante para el posicionamiento SEO.

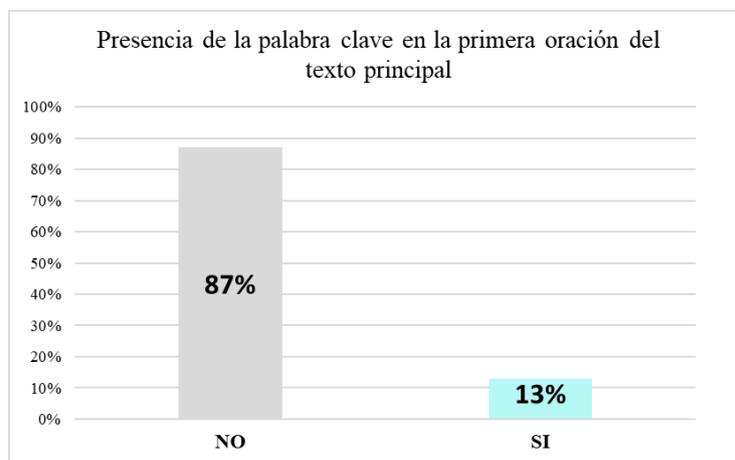


Gráfico 27.- Presencia de la palabra clave en la primera oración del texto principal. Fuente: Elaboración propia.

7.2.8. Resultado Factor 16: Palabra clave presente en la URL

(H2.8): Más del 50% de los primeros resultados serán páginas web que tendrán la palabra clave en su URL.

El 41% de las páginas web auditadas tienen la palabra clave en su URL (se toma como válido si las palabras clave están en distinto orden, si no incluyen preposiciones y si aparecen en singular o en plural).

La hipótesis no se cumple y se verifica la teoría de Sirovich & Darie que dice que los motores de búsqueda cada vez le dan menos importancia a este factor.

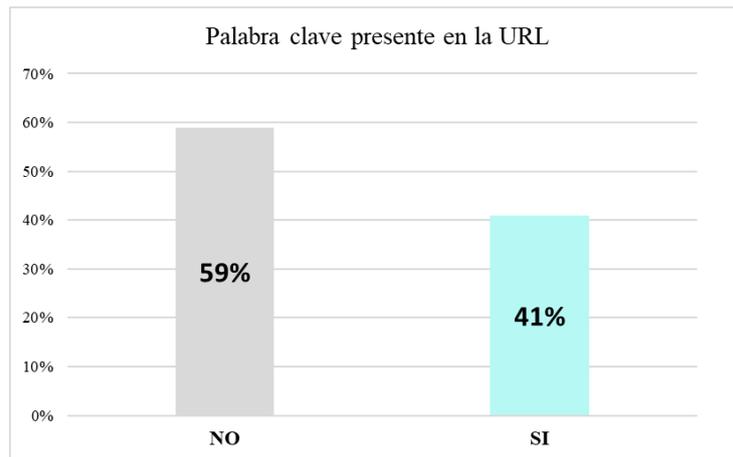


Gráfico 28.- Palabra clave presente en la URL. Fuente: Elaboración propia.

7.2.9. Resultado Factor 17: Número de barras en la URL de la página web

(H2.9): Más del 50% de las primeras posiciones serán páginas web que tienen en su URL 2 o menos barras.

Comprobamos que el 49% de las páginas web analizadas tienen 2 o menos barras en su URL y que el 51% de los resultados tienen más de 2 barras en su URL. La cifra media es de 2,55 barras.

La hipótesis se rechaza y no se confirma la teoría del Doctor Ricardo Carreras que dice que este criterio es importante para el posicionamiento SEO. Aunque la hipótesis no se haya validado, sabemos que cuanto más cerca se encuentre la página web de la raíz del sitio al que pertenece, más fácil será encontrada por Google.

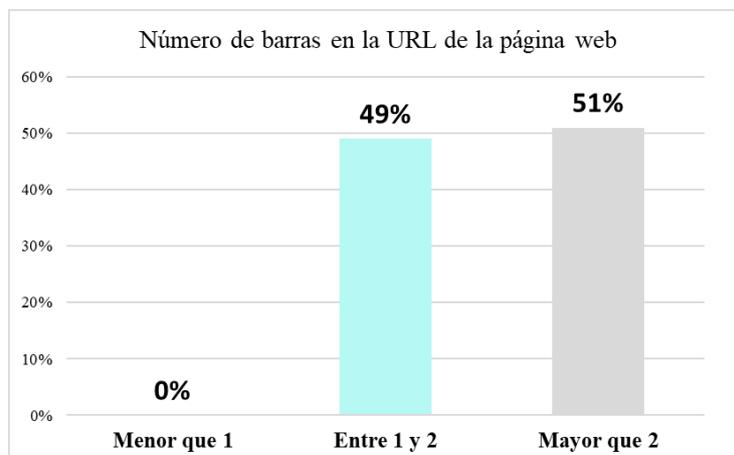


Gráfico 29.- Número de barras en la URL de la página web. Fuente: Elaboración propia.

7.2.10. Resultado Factor 18: Velocidad de carga de la página web (en segundos)

(H2.10): Más del 70% de las páginas en primera posición serán páginas con una velocidad de carga inferior a 3 segundos.

Tras realizar la investigación descubrimos que el 81% de las páginas analizadas tienen una velocidad de carga inferior a 3 segundos. La velocidad de carga media es de 2,2 segundos.

La hipótesis se valida y se comprueba que Google tiene en cuenta este criterio para el posicionamiento SEO. Además, se apoyan las teorías de Viney y Casares que dicen que si el sitio web tarda mucho en cargarse se considera un sitio de baja calidad y, por tanto, se clasificará peor en la página de resultados de búsqueda.

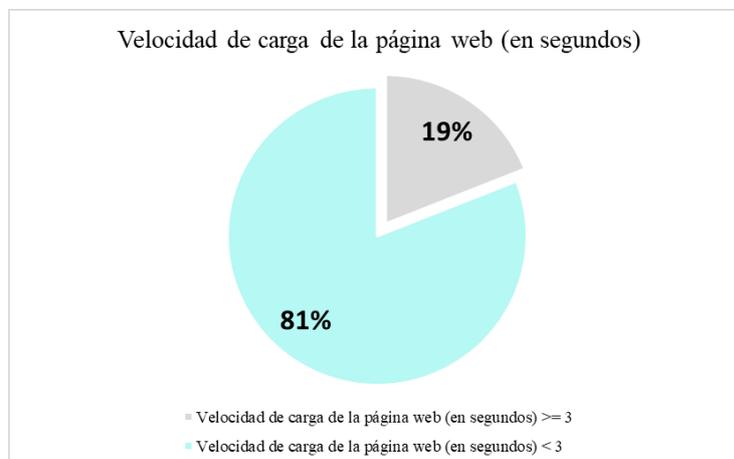


Gráfico 30.- Velocidad de carga de la página web (en segundos). Fuente: Elaboración propia.

7.2.11. Resultado Factor 19: Número de enlaces internos en página web

(H2.11): Más del 70% de las páginas web en primera posición tendrán como mínimo 200 enlaces internos dentro de su sitio web.

Tras realizar las 100 auditorías observamos que el 85% de las páginas tienen como mínimo 200 enlaces internos dentro de su sitio web. La cifra media de enlaces internos es de 1.496.

Al obtener este resultado, la hipótesis se acepta y se apoya lo que explican los expertos en SEO Joshua Hardwick y Sico de Andrés acerca de que los enlaces internos son un factor importante para la optimización en buscadores.

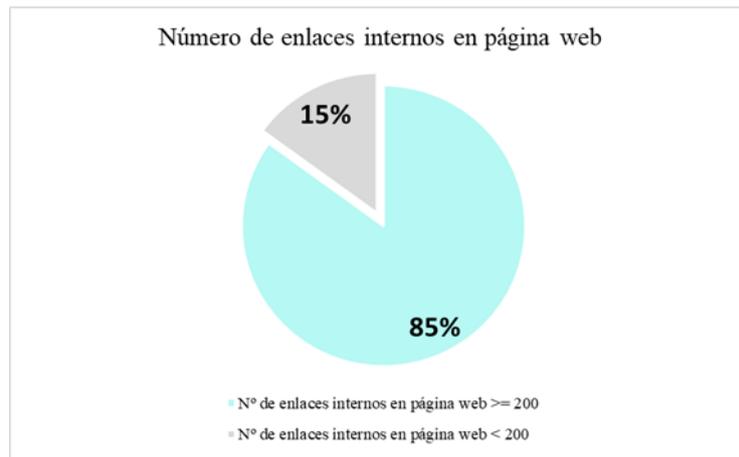


Gráfico 31.- Número de enlaces internos en página web. Fuente: Elaboración propia.

7.2.12. Resultado Factor 20: Número de enlaces salientes desde la página web (enlaces externos)

(H2.12): Más del 50% de las páginas web en primera posición tendrán como mínimo 50 enlaces externos a otros dominios.

Tras analizar las 100 páginas web en primera posición de Google, comprobamos que el 54% de las páginas tienen un mínimo de 50 enlaces externos a otros dominios. La media de enlaces salientes o externos desde la página web es de 39,63.

La hipótesis se acepta y se confirma que cuantos más enlaces externos tenga una página web, más relevante será para Google y mejor posicionada estará. Por consiguiente, apoyamos la teoría de Will Coombe que dice que Google puede ver lo relevante que es una página mirando los enlaces salientes.

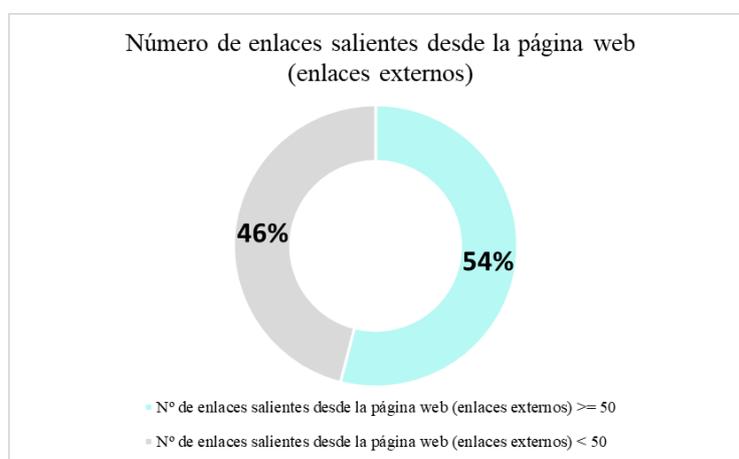


Gráfico 32.- Número de enlaces salientes desde la página web (enlaces externos). Fuente: Elaboración propia.

7.3. Factores Externos

(H3): Los factores externos se cumplen al menos un 50% de las veces.

Los factores externos se cumplen un 70% de las veces. Por tanto, la hipótesis planteada se valida y confirmamos que los factores externos son muy relevantes para el posicionamiento orgánico.

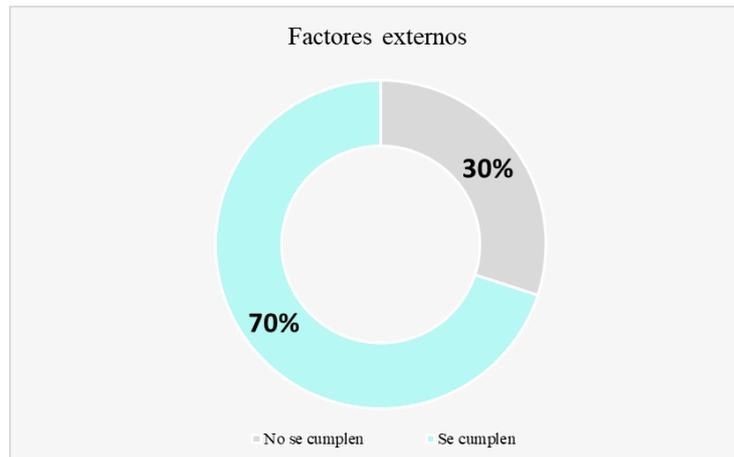


Gráfico 33.- Factores externos. Fuente: Elaboración propia.

7.3.1. Resultado Factor 21: Tasa de rebote

(H3.1): Al menos el 40% de los sitios web a los que pertenecen las páginas en primera posición tendrán una tasa de rebote igual o inferior al 45%.

El 68% de los sitios web a los que pertenecen las páginas web en primera posición tienen una tasa de rebote igual o inferior al 45%, el 20% tienen una tasa de rebote superior al 45% y el 12% de los sitios a los que pertenecen las páginas analizadas no ofrecen información sobre su tasa de rebote según la herramienta Alexa.

La hipótesis se acepta y por ende, se puede decir que es un factor de clasificación importante. Es necesario considerar la tasa de rebote porque indica la calidad de una página web, si la experiencia de los usuarios en una página web es buena o mala y si el contenido de la página web es de utilidad para los usuarios.

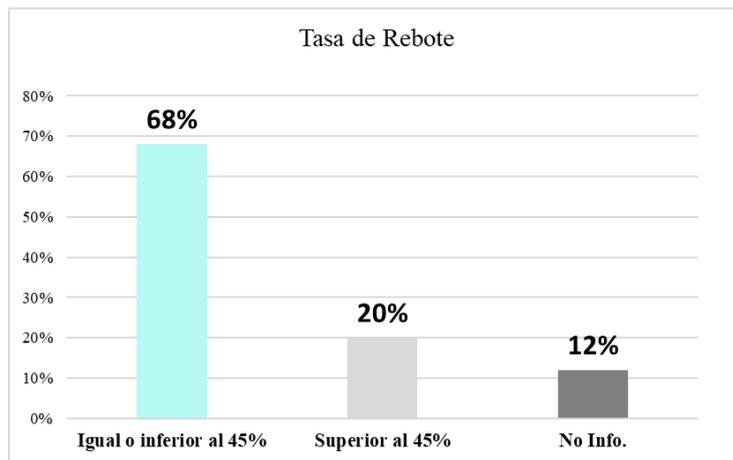


Gráfico 34.- Tasa de rebote. Fuente: Elaboración propia.

7.3.2. Resultado Factor 22: Tiempo medio de duración de la visita al sitio web (en minutos y segundos)

(H3.2): Más del 65% de los sitios web a los que pertenecen las páginas en primera posición tendrán un tiempo medio de duración de las visitas de 3 minutos como mínimo.

El 72% de los sitios web a los que pertenecen las páginas analizadas tienen un tiempo de visita medio igual o superior a los 3 minutos, un 22% de los sitios web en los que se alojan las páginas web del estudio tienen un tiempo de visita medio inferior a los 3 minutos y un 6% no ofrecen información sobre el tiempo de visita medio según la herramienta Alexa.

La hipótesis se valida y, por consiguiente, queda demostrado que este factor mejora el posicionamiento en la página de resultados del buscador.

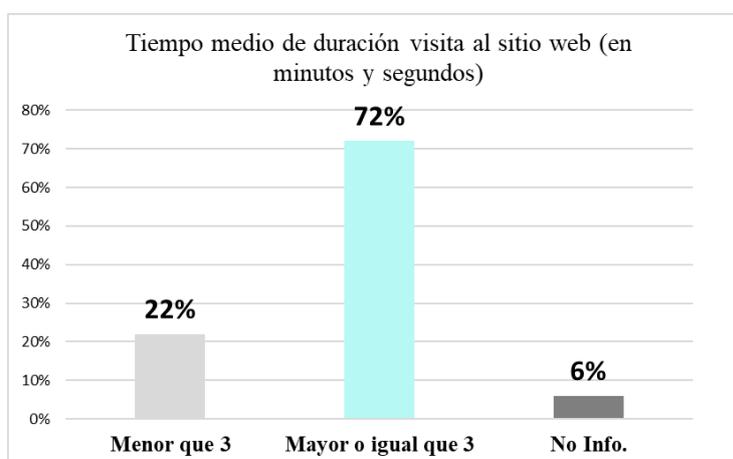


Gráfico 35.- Tiempo medio de duración de la visita al sitio web (en minutos y segundos). Fuente: Elaboración propia.

8. CONCLUSIONES DE LA INVESTIGACIÓN

Al realizar el estudio empírico descubrimos que las páginas web que más veces aparecieron en primer lugar al buscar diferentes palabras clave fueron:

En primer lugar, El Corte Inglés con un 35% de páginas web en primera posición. Es interesante destacar que ha sabido posicionarse a nivel de SEO porque tiene siete páginas posicionadas para diferentes palabras clave. A continuación, se muestran cuáles son:

- La página web <https://www.elcorteingles.es/bebes/bolsos-y-neceseres/> aparece en primera posición al buscar las siguientes palabras clave: bolsos carrito bebe, bolsos carrito bebe modernos y bolsos cochecito bebe.
- La página web <https://www.elcorteingles.es/bebes/cunas/> aparece en primer lugar al buscar las siguientes palabras clave: cunas para bebes y comprar cunas bebe.
- La página web <https://www.elcorteingles.es/bebes/baneras-de-bebe/> aparece en el primer resultado al buscar las siguientes palabras clave: bañeras para bebes y bañera con cambiador para bebe.
- La página web <https://www.elcorteingles.es/bebes/accesorios-de-paseo/sacos/> aparece en primera posición al buscar las siguientes palabras clave: saco silla paseo y saco silla de paseo.
- La página web <https://www.elcorteingles.es/bebes/tronas/> aparece en el primer resultado al buscar las siguientes palabras clave: tronas para bebes y comprar tronas bebe.
- La página web <https://www.elcorteingles.es/bebes/carros-de-bebe/> aparece en primer lugar al buscar las siguientes palabras clave: carritos de bebe y comprar carritos bebe.
- La página web <https://www.elcorteingles.es/bebes/cunas-de-viaje/> aparece en primera posición al buscar las siguientes palabras clave: cunas de viaje para bebes y comprar cunas de viaje.

En segundo lugar, con un 30% de páginas en primera posición se encuentra Amazon que al igual que El Corte Inglés tiene una amplia variedad de productos para bebés y un buen posicionamiento SEO. Cabe destacar que tiene dos páginas posicionadas para distintas palabras clave:

- La página web [Amazon.es : manta actividades bebe](https://www.amazon.es/manta-actividades-bebe) aparece en primera posición al buscar las siguientes palabras clave: manta de actividades bebe y manta de actividades para bebes.
- La página web <https://www.amazon.es/luz-quitamiedos-bebe/s?k=luz+quitamiedos+bebe> aparece en primer lugar al buscar las siguientes palabras clave: luz quitamiedos bebe y lamparas quitamiedos bebe.

En tercer lugar, con un 8% de páginas web en primera posición se encuentra Bebitus, un e-commerce enfocado a la venta de productos para bebés. Esta tienda online tiene dos páginas posicionadas para diferentes palabras clave:

- La página web <https://www.bebitus.com/> aparece en primer lugar al buscar las siguientes palabras clave: tienda online de bebe, tienda online de bebes, tienda de bebes online, productos para bebes, tiendas online de bebes baratas y tienda online para bebes.
- La página web <https://www.bebitus.com/alimentacion/leches-en-polvo/> aparece en primera posición al buscar las siguientes palabras clave: leche para bebe y leche en polvo para bebe.

En cuarto lugar, se encuentran Carrefour y Vertbaudet, con un 4% de páginas en primera posición. Carrefour es un supermercado muy popular que ofrece miles de productos de alimentación, mascotas, hogar, bebés, etc., por lo que no es de extrañar que tenga un buen posicionamiento SEO y Vertbaudet es un e-commerce de referencia en el sector infantil que da respuesta a todas las necesidades de las mamás y de los niños (desde los 0 a los 14 años), al ser una tienda online relevante dentro del sector, es lógico que sus páginas estén bien posicionadas en Google.

Luego, se encuentra todomaternidad.eu, un sitio web donde las madres pueden encontrar información sobre productos para bebés, con un 2% de páginas web en primer lugar.

Por último, hubo un 17% de páginas web auditadas que salieron una sola vez en primera posición. Entre ellas se encuentran: Imaginarium, Donurmy, Tu Bebebox, Zeeman, La cuna de mi bebé, Promofarma, Suavinex, El Confidencial, Condor, Gocco, BBlandia, Dosfarma, Losan, Hiperacor, Hiperbebé, Kiabi y Catalina Lunares.

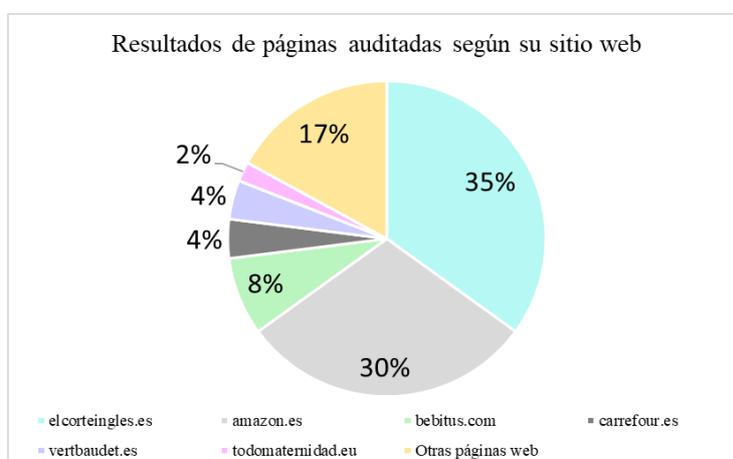


Gráfico 36.- Resultados de páginas auditadas según su sitio web. Fuente: Elaboración propia.

Un descubrimiento inesperado ha sido que el 65% de las páginas resultantes de la búsqueda de palabras clave pertenecen a los sitios web de El Corte Inglés y Amazon. Esperábamos que la mayoría de las páginas posicionadas en primeros lugares pertenecieran a sitios web enfocados exclusivamente al sector del bebé, sin embargo, del 100% de páginas analizadas, el 80% han sido páginas web que no venden únicamente productos para bebés y que no solo tienen contenido sobre bebés. Solamente el 20% de las páginas web analizadas han sido páginas relacionadas estrechamente con el mundo del bebé y la maternidad. Entre estas páginas se encuentran: Bebitus, Vertbaudet, Todomaternidad.eu, Tu Bebebox, La cuna de mi bebé, Suavinex, BBlandia, Hiperbebé y Catalina Lunares.

Finalmente, hemos comprobado que Google posiciona mejor las páginas web pertenecientes a sitios web grandes, populares y con autoridad, aunque no cumplan todos los factores de posicionamiento orgánico. Esto lo podemos ver con la gran cantidad de páginas posicionadas que tienen El Corte Inglés y Amazon.

Los datos más interesantes que hemos recogido sobre ambos sitios web son:

- El sitio web <https://www.elcorteingles.es/> tiene 25 años, 2.190.000 páginas indexadas, una autoridad del dominio de 92 puntos sobre 100, 43.532.744 enlaces entrantes, 49.929 dominios de referencia, el tiempo medio de visita al sitio web es de 3 minutos y 39 segundos y su página de Facebook tiene 2.095.461 “Me gusta”.
- El sitio web <https://www.amazon.es/> tiene 22 años, 41.600.000 páginas indexadas, una autoridad del dominio de 93 puntos sobre 100, 497.278.898 enlaces entrantes, 162.395 dominios de referencia, el tiempo medio de visita al sitio web es de 6 minutos y 6 segundos y su página de Facebook tiene 2.070.956 “Me gusta”.

Cabe destacar que los factores que más veces se cumplen en nuestro estudio empírico son los factores estructurales y los que menos veces se cumplen son los factores internos. Por tanto, se confirma que los factores estructurales cada vez tienen más peso al momento de posicionar una página web en Google.

De las 25 hipótesis propuestas antes de comenzar el estudio empírico, se validan 18. Por tanto, según esta investigación, hay que tener en cuenta los siguientes factores para el posicionamiento SEO de páginas web relacionadas con el sector del bebé:

Factores Estructurales (H1): Se han cumplido un 72% de las veces y se han validado las hipótesis planteadas de siete factores estructurales (en total había ocho factores).

- ✓ **Edad del sitio web (H1.1):** El 92% de las páginas web analizadas tienen 10 años o más y su edad media es de 20,3 años.
- ✓ **Terminación del dominio (H1.3):** El 80% de las páginas web en primera posición tienen la terminación de dominio .es. Esto demuestra que Google tiene en cuenta la ubicación al momento de posicionar las páginas web.
- ✓ **Número de páginas indexadas en todo el sitio web (H1.4):** El 92% de las páginas web analizadas pertenecen a sitios web que tienen más de 10.000 páginas indexadas y la media de páginas indexadas es de 13.345.898.
- ✓ **Autoridad del dominio (H1.5):** El 77% de las páginas web analizadas están ubicadas en sitios web que tienen una autoridad de dominio superior a 50 puntos.
- ✓ **Número de enlaces entrantes a todo el sitio web (H1.6):** El 88% de los resultados son páginas web que pertenecen a sitios web con más de 70.000 enlaces entrantes.
- ✓ **Número de dominios de referencia del sitio web (H1.7):** El 66% de los sitios web a los que pertenecen las páginas web de esta investigación tienen más de 30.000 dominios de referencia.
- ✓ **Número de “Me gusta” en Facebook (H1.8):** El 82% de las páginas web pertenecen a sitios web que tienen como mínimo 100.000 “Me gusta” en Facebook.

Factores Internos (H2): Se han cumplido un 52% de las veces y se han verificado las hipótesis formuladas de seis factores internos (en total había doce factores).

- ✓ **Palabra clave presente en etiqueta título (H2.1):** El 66% de los casos son páginas web que tienen la palabra clave en la etiqueta título.
- ✓ **Palabra clave en etiqueta ALT (H2.4):** El 28% de las páginas web analizadas incluyen la palabra clave en alguna etiqueta ALT.

- ✓ **Extensión del texto (H2.5):** El 100% de los resultados tienen una extensión de texto superior a las 500 palabras.
- ✓ **Velocidad de carga de la página web (H2.10):** El 81% son páginas web que tienen una velocidad de carga menor a 3 segundos. La velocidad media de carga es de 2,2 segundos.
- ✓ **Número de enlaces internos en página web (H2.11):** El 85% de las páginas web del estudio tienen 200 o más enlaces internos dentro de su sitio web.
- ✓ **Número de enlaces salientes desde la página web (H2.12):** El 54% de las páginas web tienen como mínimo 50 enlaces externos a otros dominios.

Factores Externos (H3): Se han cumplido un 70% de las veces y se han aceptado las hipótesis de los dos factores externos.

- ✓ **Tasa de rebote (H3.1):** El 68% de los sitios web a los que pertenecen las páginas web en primera posición tienen una tasa de rebote igual o inferior al 45%.
- ✓ **Tiempo medio de duración de la visita al sitio web (H3.2):** El 72% de los sitios web en los que se alojan las páginas analizadas tienen un tiempo de visita medio de 3 minutos o más.

Según los resultados del estudio, consideramos que los 7 factores de posicionamiento orgánico cuyas hipótesis han sido refutadas, no son relevantes para el posicionamiento de páginas web relacionadas con el sector del bebé. Esto no significa que para otros sectores no sean factores cruciales para el posicionamiento.

Las hipótesis que no han sido validadas en nuestro estudio empírico son:

- ✗ **Palabra clave coincide exactamente con el nombre del dominio (H1.2)**
- ✗ **Palabra clave presente en etiqueta descripción (H2.2)**
- ✗ **Palabra clave en etiqueta H1(H2.3)**
- ✗ **Densidad de palabra clave en el texto principal de la página (H2.6)**
- ✗ **Presencia de la palabra clave en la primera oración del texto principal (H2.7)**
- ✗ **Palabra clave presente en la URL (H2.8)**
- ✗ **Número de barras en la URL de la página web (H2.9)**

Por último, nos sorprende que factores como el uso de la palabra clave en la etiqueta H1, la densidad de la palabra clave en el texto principal y el número de barras en la URL no se hayan cumplido, porque los expertos en SEO consideran que estos criterios son importantes para el posicionamiento en la página de resultados del buscador de Google.

9. LIMITACIONES Y PROSPECTIVA

La primera limitación con la que nos hemos encontrado ha sido el tiempo que hemos tenido para realizar el estudio empírico. Aunque hemos podido realizar el estudio en tiempo y forma, si hubiésemos contado con más tiempo, se podrían haber analizado más de veintidós factores de posicionamiento SEO. Esto nos hubiese permitido obtener más resultados interesantes y por consiguiente, la investigación tendría mayor profundidad.

Otro punto que le hubiese dado más peso a la presente investigación habría sido coger una muestra mayor. Hemos seleccionado 100 palabras clave y aunque el estudio ha arrojado resultados válidos y concluyentes, un mayor número de palabras clave nos habría permitido obtener información más completa.

Otras limitaciones han sido las herramientas de SEO utilizadas para elegir las 100 palabras clave y para analizar los factores de posicionamiento en las 100 páginas web ubicadas en la primera posición del buscador de Google. Por un lado, las herramientas Ubersuggest y Ahrefs eran de pago y solamente se podían usar de forma gratuita (en el caso de Ubersuggest) o pagando una pequeña cantidad de dinero (en el caso de Ahrefs) durante 7 días, por lo que tuvimos que realizar el análisis en ese periodo de tiempo. Por otro lado, para ver la edad del sitio web tuvimos que utilizar dos herramientas, Arsys y Whois DomainTools, porque la herramienta de Arsys tenía un límite de páginas web para analizar. Al utilizar algoritmos diferentes cabe la posibilidad de que los resultados obtenidos con una herramienta y con la otra sean dispares. Por último, nos gustaría resaltar que la herramienta Alexa no nos ha dado información sobre la tasa de rebote de 12 sitios web ni información sobre el tiempo medio de duración de la visita al sitio de 6 sitios web.

Esta investigación sirve para guiar a las empresas del sector del bebé que quieran posicionar sus páginas web entre los primeros resultados del buscador de Google, puesto que, gracias a nuestro estudio, conocerán cuáles son algunos de los factores más relevantes para el posicionamiento orgánico de páginas web relacionadas con este sector.

Creemos que sería interesante estudiar para qué palabras clave están posicionadas las tiendas online especializadas en bebés, como por ejemplo, Bebitus, BBlandia, Palacio del Bebé, Clickbebé, BebéCenter, Vertbaudet, Hiperbebé, Dulce Bebé, Chicco, El Planeta del Bebé, etc. Además, también se podrían analizar otros factores de posicionamiento que no han sido analizados en el presente TFM y que Google también considera importantes. Las futuras investigaciones que se realicen ayudarán a tener un mayor conocimiento para luego llevar a cabo estrategias de posicionamiento en buscadores eficaces y exitosas.

10. BIBLIOGRAFÍA

- Abuín, N., y Vinader, R. (2011). “El desarrollo de la World Wide Web en España: una aproximación teórica desde sus orígenes hasta su transformación en un medio semántico”. Razón y Palabra: Primera Revista Electrónica en América Latina Especializada en Comunicación. (75), pp. 2-7.
- Asociación Española de Productos para la Infancia (ASEPRI). (2017). Resultados Encuesta Facturación 2017. Valencia.
- Asociación para la Investigación de Medios de Comunicación (AIMC). (2020). 22ª Encuesta AIMC a Usuarios de Internet - Navegantes en la Red (p. 25). Madrid.
- Asociación para la Investigación de Medios de Comunicación (AIMC). (2021). Marco General de los Medios en España del 2021. Madrid.
- Baltrusaitis, J. (21 de julio de 2020). Netflix generates over \$2.34 million of revenue per employee. Recuperado el 24 de marzo de 2021, de Buy Shares: <https://buyshares.co.uk/netflix-generates-over-2-34-million-of-revenue-per-employee/>
- BrandZ Top 100 Most Valuable Global Brands 2020. (2020). Recuperado el 23 de marzo de 2021, de ReasonWhy: https://www.reasonwhy.es/sites/default/files/2020_brandz_global_top_100_report_rw.pdf
- Cáceres, M. (30 de octubre de 2020). Cómo puede ayudar la digitalización a tu negocio en tiempos de pandemia (y más allá). Recuperado el 12 de enero de 2021, de ABC: <https://www.abc.es/contentfactory/post/2020/10/21/como-puede-ayudar-la-digitalizacion-a-tu-negocio-en-tiempos-de-pandemia-y-mas-alla/>
- Carreras, R. (2012). Cómo clasifica Google los resultados de las búsquedas: Factores de posicionamiento orgánico. Madrid: Universidad Complutense de Madrid.
- Carreras, R. (2017). Toreando a Google. Zaragoza: Iberanálisis SL.
- Carreras, R. (2019). Triunfando en Google 2020. Madrid: Iberanálisis SL.
- Casares, J. (2008). Guía SEO: Guía de referencia SEO. Badalona: OJO internet, S.L.
- Cayuela, M.J. (25 de septiembre de 2020). Entrevista a Lores Segura, directora de ASEPRI. Recuperado el 26 de abril de 2021, de Blog de moda para tu bebé: <https://www.blogmodabebe.com/2020/09/entrevista-a-lores-segura-directora-de-asepri->

[2.html?utm_source=newsletter&utm_medium=email&utm_campaign=asepri_magazine_r
ecopilacion_de_noticias_de_interes_septiembre_2020&utm_term=2020-10-01](#)

Clarke, A. (2017). SEO 2017. EEUU: Simple Effectiveness Publishing.

Clement, M. (14 de agosto de 2020). SEO para redes sociales: 7 formas de mejorar tus resultados. Recuperado el 19 de mayo de 2021, de Semrush: <https://es.semrush.com/blog/seo-para-redes-sociales/>

¿Cómo funciona la Búsqueda de Google? (s.f.). Recuperado el 2 de marzo de 2021, de Google Support: <https://www.google.com/intl/es-es/search/howsearchworks/>

Con qué frecuencia actualiza Google sus algoritmos. (26 de febrero de 2021). Recuperado el 2 de abril de 2021, de Impacto SEOMarketing: <https://impactoseo.com/blog/frecuencia-actualiza-google-algoritmos/>

Contreras, P. J. (mayo de 2020). El estado del eCommerce en el retail. Un crecimiento en evolución ante la incertidumbre del COVID-19. Madrid.

Coombe, W. (2017). 3 Months to No.1. Reino Unido: Will Coombe

Datos del Sector de Productos para la Infancia 2018. (s.f.). Recuperado el 26 de abril de 2021, de Asociación Española de Productos para la Infancia (ASEPRI): <https://asepri.com/es-es/datos-sector-asociado/>

De Andrés, S. (2010). Quiero que mi empresa salga en Google. Madrid: Starbook Editorial, S.A.

De Haro, J.L. (2 de febrero de 2021). Alphabet, matriz de Google, logró una facturación récord de 56.898 millones de dólares en los tres últimos meses de 2020. Recuperado el 23 de marzo de 2021, de El Economista:

<https://www.eleconomista.es/resultados/noticias/11028463/02/21/Alphabet-matriz-de-Google-logro-una-facturacion-record-de-56898-millones-de-dolares-en-los-tres-ultimos-meses-de-2020.html>

De un garaje al Googleplex. (s.f.). Recuperado el 23 de marzo de 2021, de Google: <https://about.google/intl/es/our-story/>

Dean, B. (28 de abril de 2020). We analyzed 11.8 million Google search results. Here's what we learned about SEO. Recuperado el 5 de abril de 2021, de Backlinko: <https://backlinko.com/search-engine-ranking>

Digital 2021. (enero de 2021). Hootsuite and We are Social.

- Digitalización y sostenibilidad: apuestas para la industria del bebé. (11 de junio de 2020). Recuperado el 26 de abril de 2021, de Institución Ferial de Madrid (IFEMA): <https://www.ifema.es/noticias/ocio-entretenimiento/feria-bebe-digitalizacion>
- Domain Authority (s.f.). Recuperado el 14 de mayo de 2021, de Moz: <https://moz.com/learn/seo/domain-authority>
- Doodle Burning man festival. (s.f.). Recuperado el 22 de marzo de 2021, de Google: <https://www.google.com/doodles/burning-man-festival>
- El impacto del Covid-19 en el sector infantil. (29 de junio de 2020). Recuperado el 26 de abril de 2021, de Feria de bebés ExpoNadó: <https://www.feriadebebes.es/empresas-sector-infantil/covid-19-sector-infantil/>
- Esparza, S., & Clay, B. (2009). Search Engine Optimization for Dummies. Hoboken: Wiley Publishing.
- González, J., Maciá, F., Muñoz, F., Uruñuela, L., Estévez, C., Marimón, A., Ligato, G., Franco, E., Puente, F., López, L., Pascual, M., Huerta, I., Solís, A., Carrión, M., Villanueva, L., Cachón, MJ., Alonso, R., Esteve, D., López, A., Aparicio, C., De Andrés, S., López, E., Tellado, F., Sánchez, M., Pascual, J., Peris, D., Olivares, E. y Castells, E. (2020). Aprende SEO con los y las mejores. SiteGround.
- Hardwick, J. (31 de enero de 2019). Internal Links for SEO: An Actionable Guide. Recuperado el 18 de mayo de 2021, de Ahrefs: <https://ahrefs.com/blog/internal-links-for-seo/>
- Harsel, L. (8 de junio de 2020). ¿Qué son las palabras clave? Definición simple de palabra clave. Recuperado el 4 de abril de 2021, de Semrush: <https://es.semrush.com/blog/que-son-las-palabras-clave/#header2>
- Herrera, A. (2012). Yahoo!: Todo el mundo a tu alcance desde un único portal. Barcelona: Profit Editorial.
- Instituto Nacional de Estadística (INE). (28 de enero de 2021). Cifras de Población (CP) a 1 de julio de 2020. Estadística de Migraciones (EM). Primer semestre de 2020.
- Interactive Advertising Bureau (IAB). (2020). Estudio Anual eCommerce 2020. Madrid: Elogia.
- Interactive Advertising Bureau (IAB). (2010). SEO: Optimización de Webs para Buscadores. En IAB, El Libro Blanco de IAB (p. 9). Madrid: Relevant Traffic.
- Jones, K. (2008). Search Engine Optimization. Indianapolis: Wiley Publishing.
- Jones, K. (2013). Search Engine Optimization, 3rd Edition. Indianapolis: John Wiley & Sons, Inc.

Kent, A. (2002). Encyclopedia of Library and Information Science: Volume 71 - Supplement 34. Nueva York: Marcel Dekker Inc.

Keyword Research: The Definitive Guide. (2021). Recuperado el 11 de abril de 2021, de Backlinko: <https://backlinko.com/keyword-research>

Koval, V. (s.f.). What's the Difference Between Referring Domains and Backlinks? Recuperado el 17 de mayo de 2021, de Ahrefs: <https://help.ahrefs.com/en/articles/2791107-what-s-the-difference-between-referring-domains-and-backlinks>

KPMG. (2020). Estudio Consumidores y nueva realidad: primer sondeo (p. 10). Madrid.

KPMG. (2020). KPMG CEO Outlook 2020: COVID-19 (p. 11). Madrid.

Kumar, A. (2013). Search Engine Optimization (SEO): Technical Analysis Concepts. Certified Journal (Vol. 3). Recuperado de www.ijetae.com

Lahey, C. (15 de diciembre de 2020). What Is Bounce Rate and What Is a Good Rate? Recuperado el 19 de mayo de 2021, de Semrush: <https://www.semrush.com/blog/bounce-rate/>

Langville, A., & Meyer, C. D. (2006). PageRank and beyond, the science of search engine rankings. Princeton: Princeton University Press.

Ledford, J. L. (2008). Search Engine Optimization Bible. Indianapolis: Wiley Publishing.

López, A. (2 de junio de 2020). La pandemia en la que aprendimos la importancia de digitalizar la sociedad. Recuperado en enero de 2021, de ABC: <https://www.abc.es/contentfactory/post/2020/05/20/valores-la-pandemia-en-la-que-aprendimos-la-importancia-de-digitalizar-la-sociedad/?ref=https%3A%2F%2Fwww.google.es%2F>

Los padres primerizos confían más en Internet que en su pediatra para decidir qué compran. (16 de enero de 2020). Recuperado el 26 de abril de 2021, de La Razón: <https://www.larazon.es/familia/20200116/63bor7opwrbkzfpulx4mpdbsm.html>

Maciá, F. (2011). Técnicas avanzadas de posicionamiento en buscadores. Bogotá: Grupo Anaya.

Maciá, F. y Gosende, J. (2009, p. 46). Posicionamiento en buscadores. Anaya Multimedia.

Marcilla, J. (5 de marzo de 2020). Palabras Clave (Keywords) y Frases Clave (Keyword Phrases). Recuperado el 11 de abril de 2021, de NinjaSEO: <https://ninjaseo.es/palabras-clave-keywords-frases-clave-keyword-phrase-intro/#:~:text=Las%20Keywords%20o%20Palabras%20Clave,tus%20p%C3%A1ginas%20utilizando%20Palabras%20Clave.>

- Marcilla, J. (2020). Google PageRank (PR): qué es y qué métricas alternativas puedes utilizar. Recuperado el 2 de abril de 2021, de NinjaSEO: https://ninjaseo.es/google-pagerank-pr-que-es-como-calcularlo-y-mejorarlo/#PageRank_Publico_y_PageRank_Real
- McPherson, S. S. (2011). Sergey Brin and Larry Page: Founders of Google. Minneapolis: Twenty-First Century Books.
- Mesa, C. (14 de agosto de 2020). La Historia de Google Adwords, qué es y cómo funciona. Recuperado el 22 de marzo de 2021, del Sitio Web de César Mesa, Experto en Marketing Digital: <https://cesarmesa.com.co/la-historia-de-google-adwords-que-es-y-como-funciona/>
- Millán, V. (21 de junio de 2020). Yahoo!, Ask o Lycos: La azarosa historia de los buscadores antes de Google. Recuperado el 21 de marzo de 2021, de Hipertextual: <https://hipertextual.com/2020/06/historia-buscadores-internet-google>
- Mitra, A. (2010). Digital Research: Inventing with Computers. New York: Infobase Publishing.
- Moda y productos infantiles españoles: vendiendo creatividad. (28 de mayo de 2019). Recuperado el 26 de abril de 2021, de ICEX España Exportación e Inversiones: <https://www.icex.es/icex/es/Navegacion-zona-contacto/revista-el-exportador/observatorio2/REP2019822260.html>
- Monahan, M. (2010). Search Engine Optimization (SEO) Secrets for 2010. MediaWorks Publishing.
- Muñoz, R. (17 de mayo de 2000). Villalonga paga 2,2 billones para crear el tercer portal de Internet del mundo. Recuperado el 21 de marzo de 2021, de Diario del Navegante: https://www.elmundo.es/navegante/2000/05/17/terra_lycos.html
- Observatorio Nacional de las Telecomunicaciones y de la Sociedad de la Información (ONTSI). (2018). 50 años de la red de redes. La evolución de Internet en España: del Tesys a la economía digital.
- Odom, S. (2011). SEO for 2011: Search Engine Optimization Secrets. MediaWorks Publishing.
- Ros, M. (6 de abril de 2006). Los Primeros Buscadores de Internet. Recuperado el 21 de marzo de 2021, de El Documentalista Enredado: <https://www.documentalistaenredado.net/352/los-primeros-buscadores-de-internet/>
- Rubio, I. (10 de septiembre de 2020). 30 años del primer buscador de Internet. Recuperado el 21 de marzo de 2021, de El País: <https://elpais.com/tecnologia/2020-09-09/30-anos-del-primer-buscador-de-internet.html>

- Search Engine Market Share Spain. (diciembre de 2020). Recuperado el 25 de enero de 2021, de GlobalStats Statcounter: <https://gs.statcounter.com/search-engine-market-share/all/spain/#monthly-201912-202012-bar>
- Search Engine Market Share. (febrero de 2021). Recuperado el 21 de marzo de 2021, de Netmarketshare: [Search engine market share \(netmarketshare.com\)](https://www.netmarketshare.com/search-engine-market-share)
- Sirovich, J., & Darie, C. (2007). Search Engine Optimization with PHP. Indianapolis, Indiana: Wiley Publishing, Inc.
- Solís, A. (30 de abril de 2010). Los 4 Criterios Indispensables para Realizar un Estudio de Palabras Claves Efectivo. Recuperado el 11 de abril de 2021, del Blog de Aleyda Solís: <https://www.aleydasolis.com/seo/estudio-palabras-claves/>
- Solís, A. (2016). SEO. Las Claves Esenciales. Madrid: Ediciones Anaya Multimedia.
- Terra cierra la venta de Lycos al grupo surcoreano Daum por 87 millones. (03 de agosto de 2004). Recuperado el 21 de marzo de 2021, de El País: https://elpais.com/diario/2004/08/03/economia/1091484007_850215.html
- Un estudio señala que el coste del primer año de vida de un hijo asciende a 7.706 euros. (24 de septiembre de 2020). Recuperado el 26 de abril de 2021, de Organización de Consumidores y Usuarios (OCU): [Un estudio señala que el coste del primer año de vida de un hijo asciende 7.706 euros \(ocu.org\)](https://www.ocu.org/actualidad/2020/09/24/un-estudio-se%C3%B1ala-que-el-coste-del-primer-a%C3%B1o-de-vida-de-un-hijo-asciende-a-7.706-euros)
- Urosa, F. (2021). Posicionamiento orgánico en buscadores (SEO): estudio sobre el ranking de resultados en Google.es del sector educativo superior. Madrid: Universidad Complutense de Madrid.
- Viney, D. (2008). Get to the top on Google. Boston: Nicholas Brealey Publishing.
- Visser, E. B., & Weideman, M. (2011). An empirical study on website usability elements and how they affect search engine optimisation [0027]. SA Journal of Information Management, 1-9.
- Wishart, A., & Bochsler, R. (2003). Leaving reality behind: etoys v etoys.com, and other battles to control cyberspace. New York: HarperCollins Publishers Inc.
- World Internet Usage and Population Statistics. (31 de diciembre de 2020). Recuperado el 20 de febrero de 2021, de Internet World Stats: Internet Usage and Population Statistics: <https://www.internetworldstats.com/stats.htm>
- Zhang, S. & Cabage, N. (2017). Search engine optimization: Comparison of link building and social sharing. Journal of Computer Information Systems, 57(2), 148-159. <https://doi.org/10.1080/08874417.2016.1183447>

11. ANEXOS

11.1 Palabras clave (125) seleccionadas como adecuadas para la presente investigación

Palabra clave	Volumen búsquedas mensuales	CPC	Ranking
carritos de bebe	33.100	0,20 €	1
ropa de bebe	14.800	0,25 €	2
bolsos carrito bebe	9.900	0,17 €	3
cunas para bebes	6.600	0,16 €	4
bañeras para bebes	4.400	0,14 €	5
ropa de bebe recién nacido	4.400	0,21 €	6
saco silla paseo	3.600	0,16 €	7
juguetes para bebes	3.600	0,21 €	8
sillas de coche para bebes	3.600	0,28 €	9
carritos de bebe baratos	2.900	0,14 €	10
toallitas para bebes	2.900	0,34 €	11
toallas para bebes	2.900	0,35 €	12
hamacas para bebe	2.400	0,18 €	13
tronas para bebes	2.400	0,22 €	14
gimnasios para bebes	1.900	0,13 €	15
mantitas para bebe	1.900	0,14 €	16
esterilizador de biberones	1.900	0,17 €	17
zapatos de bebe	1.600	0,20 €	18
capa de baño bebe	1.600	0,27 €	19
canastillas para bebe	1.600	0,40 €	20
ropa de bebe barata	1.300	0,25 €	21
leche para bebe	1.300	0,58 €	22
cambiador para bebe	1.000	0,13 €	23
andadores para bebes	880	0,14 €	24
arrullos para bebes	880	0,14 €	25
bolsos carrito bebe modernos	880	0,14 €	26
saco silla de paseo	880	0,23 €	27
almohadas para bebe	880	0,24 €	28
tienda online de bebe	880	0,35 €	29
tienda online de bebes	880	0,35 €	30
tienda de bebes online	880	0,35 €	31
cremas para bebes	880	0,51 €	32
ropa de cuna bebe	720	0,14 €	33
bolsos carrito bebe originales	720	0,14 €	34
humidificador para bebes	720	0,15 €	35
termometro para bebes	720	0,17 €	36
bolsos cochecito bebe	720	0,19 €	37
cunas y camas para bebes	590	0,11 €	38
cestas de regalo para bebes	590	0,27 €	39
bañera con cambiador para bebe	480	0,11 €	40
manta de actividades bebe	480	0,14 €	41
comodas para bebes	480	0,15 €	42

Palabra clave	Volumen búsquedas mensuales	CPC	Ranking
chupetes para bebes	480	0,19 €	43
balancines para bebes	480	0,19 €	44
biberones para bebe	480	0,24 €	45
sillas de paseo para bebes	480	0,24 €	46
bodyes para bebes	480	0,27 €	47
bodyes para bebe	480	0,30 €	48
colchones para bebe	480	0,33 €	49
productos para bebes	480	0,37 €	50
vajilla para bebe	390	0,12 €	51
edredon para cuna	390	0,12 €	52
baberos para bebes	390	0,17 €	53
minicunas para bebes	390	0,18 €	54
dosificadores leche bebe	390	0,21 €	55
pijamas para bebes	390	0,27 €	56
extractores de leche	390	0,31 €	57
saltadores para bebes	320	0,10 €	58
sonajeros para bebes	320	0,13 €	59
sabanas para cuna de bebe	320	0,21 €	60
pañales para bebes	320	0,40 €	61
luz quitamiedos bebe	260	0,10 €	62
protectores de cuna para bebes	260	0,11 €	63
mosquitera carro bebe	260	0,15 €	64
correpasillos para bebe	260	0,16 €	65
mordedores para bebe	260	0,17 €	66
neceser para bebe	260	0,17 €	67
comprar cunas bebe	260	0,20 €	68
manta de actividades para bebes	260	0,21 €	69
comprar carritos bebe	260	0,25 €	70
termos para biberones	210	0,14 €	71
cubiertos para bebe	210	0,18 €	72
calcetines de bebe	210	0,31 €	73
leche en polvo para bebe	210	0,54 €	74
capazos para bebes	170	0,13 €	75
porta toallitas bebe	170	0,14 €	76
lamparas quitamiedos bebe	170	0,15 €	77
comprar ropa de bebe	170	0,24 €	78
tiendas online de bebes baratas	170	0,31 €	79
cremas para bebes recién nacidos	170	0,36 €	80
peine para bebe	140	0,14 €	81
cunas de viaje para bebes	140	0,15 €	82
orinal para bebe	140	0,15 €	83
movil musical para cuna	140	0,15 €	84

Palabra clave	Volumen búsquedas mensuales	CPC	Ranking
ropa de cuna para bebe	140	0,17 €	85
tienda online para bebes	140	0,30 €	86
tienda online puericultura	110	0,29 €	87
comprar tronas bebe	110	0,30 €	88
comprar chupetes	110	0,36 €	89
comprar ropa bebes online	110	0,42 €	90
albornoces para bebes	90	0,15 €	91
comprar bodys bebe	90	0,41 €	92
comprar cunas de viaje	70	0,17 €	93
ropa de baño bebe	70	0,21 €	94
comprar bañeras bebe	70	0,23 €	95
comprar ropa bebe barata	70	0,27 €	96
comprar cambiador bebe	70	0,28 €	97
comprar caliente biberones	70	0,31 €	98
sillas de coche para bebes isofix	70	0,32 €	99
comprar canastillas bebe	70	0,33 €	100
comprar biberones	70	0,35 €	101
muselinas de bebe	50	0,08 €	102
seguridad para bebes	50	0,08 €	103
comprar muselinas bebe	50	0,22 €	104
bolso de maternidad hospital	50	0,24 €	105
comprar hamacas bebe	50	0,28 €	106
gel de baño para bebe	50	0,46 €	107
moviles musicales para bebes	40	0,15 €	108
comprar cunas baratas	40	0,24 €	109
comprar mochila portabebes	40	0,25 €	110
comprar correpasillos	40	0,34 €	111
comprar zapatos bebe	40	0,34 €	112
portadocumentos para bebe	30	0,12 €	113
comprar baberos	30	0,18 €	114
comprar bolso carrito bebe	30	0,21 €	115
comprar humidificador bebe	30	0,22 €	116
tetinas para biberones	30	0,44 €	117
protector lluvia carrito bebe	20	0,07 €	118
minicunas para bebes baratas	20	0,13 €	119
comprar arrullos para bebe	20	0,18 €	120
bañeras de viaje para bebes	20	0,31 €	121
sillas de paseo para bebes baratas	20	0,33 €	122
comprar tronas para bebes	20	0,39 €	123
comprar andadores para bebes	10	0,12 €	124
comprar esterilizador de biberones	10	0,21 €	125

11.2 Resultados de la auditoría realizada en base a 22 factores de posicionamiento para 100 páginas localizadas en el primer lugar del buscador

Seleccionar Palabra Clave:	carritos de bebe
-----------------------------------	-------------------------

Página Web en primera posición en Google.es:

<https://www.elcorteingles.es/bebes/carros-de-bebe/>

Factores estructurales

1) Edad del sitio web (años)	25
2) Palabra clave coincide exactamente con el nombre del dominio	NO
3) Terminación del dominio	.es
4) Número de páginas indexadas en todo el sitio web	2.190.000
5) Autoridad del dominio (sobre 100)	92
6) Número de enlaces entrantes a todo el sitio web (backlinks)	43.532.744
7) Número de dominios de referencia del sitio web (referring domains)	49.929
8) Número de "Me gusta" en Facebook	2.095.461

Factores internos

9) Palabra clave presente en etiqueta título	SI
10) Palabra clave presente en etiqueta de descripción	SI
11) Palabra clave en etiqueta H1	SI
12) Palabra clave en etiqueta ALT	NO
13) Extensión del texto	9.229
14) Densidad de palabra clave en el texto principal	0,12%
15) Presencia de la palabra clave en la primera oración del texto	NO
16) Palabra clave presente en la URL	NO
17) Número de barras en la URL de la página web	3
18) Velocidad de carga de la página web (en segundos)	2,7
19) Número de enlaces internos en página web	3.644
20) Número de enlaces salientes desde la página web (enlaces externos)	56

Factores externos

21) Tasa de rebote	44,3%
22) Tiempo medio de duración de la visita al sitio web (en minutos y segundos)	3:39

Seleccionar Palabra Clave:	ropa de bebe
-----------------------------------	---------------------

Página Web en primera posición en Google.es:

<https://www.vertbaudet.es/bebe.htm>

Factores estructurales

1) Edad del sitio web (años)	16
2) Palabra clave coincide exactamente con el nombre del dominio	NO
3) Terminación del dominio	.es
4) Número de páginas indexadas en todo el sitio web	17.300
5) Autoridad del dominio (sobre 100)	49
6) Número de enlaces entrantes a todo el sitio web (backlinks)	139.183
7) Número de dominios de referencia del sitio web (referring domains)	900
8) Número de "Me gusta" en Facebook	1.295.524

Factores internos

9) Palabra clave presente en etiqueta título	SI
10) Palabra clave presente en etiqueta de descripción	SI
11) Palabra clave en etiqueta H1	SI
12) Palabra clave en etiqueta ALT	NO
13) Extensión del texto	4.978
14) Densidad de palabra clave en el texto principal	1,10%
15) Presencia de la palabra clave en la primera oración del texto	NO
16) Palabra clave presente en la URL	NO
17) Número de barras en la URL de la página web	1
18) Velocidad de carga de la página web (en segundos)	3,2
19) Número de enlaces internos en página web	200
20) Número de enlaces salientes desde la página web (enlaces externos)	2

Factores externos

21) Tasa de rebote	NO INFO.
22) Tiempo medio de duración de la visita al sitio web (en minutos y segundos)	5:44

Seleccionar Palabra Clave:
bolsos carrito bebe
Página Web en primera posición en Google.es:
<https://www.elcorteingles.es/bebes/bolsos-y-neceseres/>
Factores estructurales

1) Edad del sitio web (años)	25
2) Palabra clave coincide exactamente con el nombre del dominio	NO
3) Terminación del dominio	.es
4) Número de páginas indexadas en todo el sitio web	2.190.000
5) Autoridad del dominio (sobre 100)	92
6) Número de enlaces entrantes a todo el sitio web (backlinks)	43.532.744
7) Número de dominios de referencia del sitio web (referring domains)	49.929
8) Número de "Me gusta" en Facebook	2.095.461

Factores internos

9) Palabra clave presente en etiqueta título	NO
10) Palabra clave presente en etiqueta de descripción	NO
11) Palabra clave en etiqueta H1	NO
12) Palabra clave en etiqueta ALT	NO
13) Extensión del texto	8.827
14) Densidad de palabra clave en el texto principal	0,19%
15) Presencia de la palabra clave en la primera oración del texto	NO
16) Palabra clave presente en la URL	NO
17) Número de barras en la URL de la página web	3
18) Velocidad de carga de la página web (en segundos)	2,7
19) Número de enlaces internos en página web	3.608
20) Número de enlaces salientes desde la página web (enlaces externos)	56

Factores externos

21) Tasa de rebote	44,3%
22) Tiempo medio de duración de la visita al sitio web (en minutos y segundos)	3:39

Seleccionar Palabra Clave:
cunas para bebes
Página Web en primera posición en Google.es:
<https://www.elcorteingles.es/bebes/cunas/>
Factores estructurales

1) Edad del sitio web (años)	25
2) Palabra clave coincide exactamente con el nombre del dominio	NO
3) Terminación del dominio	.es
4) Número de páginas indexadas en todo el sitio web	2.190.000
5) Autoridad del dominio (sobre 100)	92
6) Número de enlaces entrantes a todo el sitio web (backlinks)	43.532.744
7) Número de dominios de referencia del sitio web (referring domains)	49.929
8) Número de "Me gusta" en Facebook	2.095.461

Factores internos

9) Palabra clave presente en etiqueta título	SI
10) Palabra clave presente en etiqueta de descripción	NO
11) Palabra clave en etiqueta H1	NO
12) Palabra clave en etiqueta ALT	NO
13) Extensión del texto	9.527
14) Densidad de palabra clave en el texto principal	0,48%
15) Presencia de la palabra clave en la primera oración del texto	NO
16) Palabra clave presente en la URL	SI
17) Número de barras en la URL de la página web	3
18) Velocidad de carga de la página web (en segundos)	2,6
19) Número de enlaces internos en página web	3.586
20) Número de enlaces salientes desde la página web (enlaces externos)	56

Factores externos

21) Tasa de rebote	44,3%
22) Tiempo medio de duración de la visita al sitio web (en minutos y segundos)	3:39

Seleccionar Palabra Clave:
bañeras para bebes
Página Web en primera posición en Google.es:
<https://www.elcorteingles.es/bebes/baneras-de-bebe/>
Factores estructurales

1) Edad del sitio web (años)	25
2) Palabra clave coincide exactamente con el nombre del dominio	NO
3) Terminación del dominio	.es
4) Número de páginas indexadas en todo el sitio web	2.190.000
5) Autoridad del dominio (sobre 100)	92
6) Número de enlaces entrantes a todo el sitio web (backlinks)	43.532.744
7) Número de dominios de referencia del sitio web (referring domains)	49.929
8) Número de "Me gusta" en Facebook	2.095.461

Factores internos

9) Palabra clave presente en etiqueta título	SI
10) Palabra clave presente en etiqueta de descripción	SI
11) Palabra clave en etiqueta H1	SI
12) Palabra clave en etiqueta ALT	NO
13) Extensión del texto	9.194
14) Densidad de palabra clave en el texto principal	0,55%
15) Presencia de la palabra clave en la primera oración del texto	NO
16) Palabra clave presente en la URL	SI
17) Número de barras en la URL de la página web	3
18) Velocidad de carga de la página web (en segundos)	2,5
19) Número de enlaces internos en página web	3.608
20) Número de enlaces salientes desde la página web (enlaces externos)	56

Factores externos

21) Tasa de rebote	44,3%
22) Tiempo medio de duración de la visita al sitio web (en minutos y segundos)	3:39

Seleccionar Palabra Clave:
ropa de bebe recién nacido
Página Web en primera posición en Google.es:
<https://www.elcorteingles.es/moda/infantil/bebe-nino-0-36-meses/>
Factores estructurales

1) Edad del sitio web (años)	25
2) Palabra clave coincide exactamente con el nombre del dominio	NO
3) Terminación del dominio	.es
4) Número de páginas indexadas en todo el sitio web	2.190.000
5) Autoridad del dominio (sobre 100)	92
6) Número de enlaces entrantes a todo el sitio web (backlinks)	43.532.744
7) Número de dominios de referencia del sitio web (referring domains)	49.929
8) Número de "Me gusta" en Facebook	2.095.461

Factores internos

9) Palabra clave presente en etiqueta título	NO
10) Palabra clave presente en etiqueta de descripción	NO
11) Palabra clave en etiqueta H1	NO
12) Palabra clave en etiqueta ALT	NO
13) Extensión del texto	10.220
14) Densidad de palabra clave en el texto principal	0,32%
15) Presencia de la palabra clave en la primera oración del texto	NO
16) Palabra clave presente en la URL	NO
17) Número de barras en la URL de la página web	4
18) Velocidad de carga de la página web (en segundos)	4,6
19) Número de enlaces internos en página web	4.067
20) Número de enlaces salientes desde la página web (enlaces externos)	56

Factores externos

21) Tasa de rebote	44,3%
22) Tiempo medio de duración de la visita al sitio web (en minutos y segundos)	3:39

Seleccionar Palabra Clave:
saco silla paseo
Página Web en primera posición en Google.es:
<https://www.elcorteingles.es/bebes/accesorios-de-paseo/sacos/>
Factores estructurales

1) Edad del sitio web (años)	25
2) Palabra clave coincide exactamente con el nombre del dominio	NO
3) Terminación del dominio	.es
4) Número de páginas indexadas en todo el sitio web	2.190.000
5) Autoridad del dominio (sobre 100)	92
6) Número de enlaces entrantes a todo el sitio web (backlinks)	43.532.744
7) Número de dominios de referencia del sitio web (referring domains)	49.929
8) Número de "Me gusta" en Facebook	2.095.461

Factores internos

9) Palabra clave presente en etiqueta título	SI
10) Palabra clave presente en etiqueta de descripción	NO
11) Palabra clave en etiqueta H1	SI
12) Palabra clave en etiqueta ALT	SI
13) Extensión del texto	9.220
14) Densidad de palabra clave en el texto principal	0,31%
15) Presencia de la palabra clave en la primera oración del texto	SI
16) Palabra clave presente en la URL	NO
17) Número de barras en la URL de la página web	4
18) Velocidad de carga de la página web (en segundos)	2,4
19) Número de enlaces internos en página web	3.600
20) Número de enlaces salientes desde la página web (enlaces externos)	56

Factores externos

21) Tasa de rebote	44,3%
22) Tiempo medio de duración de la visita al sitio web (en minutos y segundos)	3:39

Seleccionar Palabra Clave:
juguetes para bebes
Página Web en primera posición en Google.es:
<https://www.imaginarium.es/juguetes-infantiles-911.htm>
Factores estructurales

1) Edad del sitio web (años)	23
2) Palabra clave coincide exactamente con el nombre del dominio	NO
3) Terminación del dominio	.es
4) Número de páginas indexadas en todo el sitio web	30.000
5) Autoridad del dominio (sobre 100)	66
6) Número de enlaces entrantes a todo el sitio web (backlinks)	118.655
7) Número de dominios de referencia del sitio web (referring domains)	4.985
8) Número de "Me gusta" en Facebook	198.117

Factores internos

9) Palabra clave presente en etiqueta título	SI
10) Palabra clave presente en etiqueta de descripción	NO
11) Palabra clave en etiqueta H1	SI
12) Palabra clave en etiqueta ALT	NO
13) Extensión del texto	1.936
14) Densidad de palabra clave en el texto principal	1,24%
15) Presencia de la palabra clave en la primera oración del texto	NO
16) Palabra clave presente en la URL	NO
17) Número de barras en la URL de la página web	1
18) Velocidad de carga de la página web (en segundos)	5,1
19) Número de enlaces internos en página web	285
20) Número de enlaces salientes desde la página web (enlaces externos)	13

Factores externos

21) Tasa de rebote	54,6%
22) Tiempo medio de duración de la visita al sitio web (en minutos y segundos)	1:24

Seleccionar Palabra Clave:
sillas de coche para bebes
Página Web en primera posición en Google.es:
<https://www.elcorteingles.es/bebes/sillas-de-coche/>
Factores estructurales

1) Edad del sitio web (años)	25
2) Palabra clave coincide exactamente con el nombre del dominio	NO
3) Terminación del dominio	.es
4) Número de páginas indexadas en todo el sitio web	2.190.000
5) Autoridad del dominio (sobre 100)	92
6) Número de enlaces entrantes a todo el sitio web (backlinks)	43.532.744
7) Número de dominios de referencia del sitio web (referring domains)	49.929
8) Número de "Me gusta" en Facebook	2.095.461

Factores internos

9) Palabra clave presente en etiqueta título	SI
10) Palabra clave presente en etiqueta de descripción	SI
11) Palabra clave en etiqueta H1	NO
12) Palabra clave en etiqueta ALT	NO
13) Extensión del texto	9.240
14) Densidad de palabra clave en el texto principal	0,33%
15) Presencia de la palabra clave en la primera oración del texto	NO
16) Palabra clave presente en la URL	SI
17) Número de barras en la URL de la página web	3
18) Velocidad de carga de la página web (en segundos)	2,7
19) Número de enlaces internos en página web	3.631
20) Número de enlaces salientes desde la página web (enlaces externos)	56

Factores externos

21) Tasa de rebote	44,3%
22) Tiempo medio de duración de la visita al sitio web (en minutos y segundos)	3:39

Seleccionar Palabra Clave:
carritos de bebe baratos
Página Web en primera posición en Google.es:
<https://www.carrefour.es/carritos-de-bebe-2-y-3-piezas/cat8520030/c>
Factores estructurales

1) Edad del sitio web (años)	20
2) Palabra clave coincide exactamente con el nombre del dominio	NO
3) Terminación del dominio	.es
4) Número de páginas indexadas en todo el sitio web	1.850.000
5) Autoridad del dominio (sobre 100)	83
6) Número de enlaces entrantes a todo el sitio web (backlinks)	790.023
7) Número de dominios de referencia del sitio web (referring domains)	14.960
8) Número de "Me gusta" en Facebook	11.623.979

Factores internos

9) Palabra clave presente en etiqueta título	SI
10) Palabra clave presente en etiqueta de descripción	SI
11) Palabra clave en etiqueta H1	NO
12) Palabra clave en etiqueta ALT	NO
13) Extensión del texto	927
14) Densidad de palabra clave en el texto principal	0,73%
15) Presencia de la palabra clave en la primera oración del texto	NO
16) Palabra clave presente en la URL	NO
17) Número de barras en la URL de la página web	3
18) Velocidad de carga de la página web (en segundos)	2,4
19) Número de enlaces internos en página web	168
20) Número de enlaces salientes desde la página web (enlaces externos)	11

Factores externos

21) Tasa de rebote	49,2%
22) Tiempo medio de duración de la visita al sitio web (en minutos y segundos)	2:54

Seleccionar Palabra Clave:	toallitas para bebes
-----------------------------------	-----------------------------

Página Web en primera posición en Google.es:

<https://www.amazon.es/toallitas-bebe/s?k=toallitas+bebe>

Factores estructurales	
1) Edad del sitio web (años)	22
2) Palabra clave coincide exactamente con el nombre del dominio	NO
3) Terminación del dominio	.es
4) Número de páginas indexadas en todo el sitio web	41.600.000
5) Autoridad del dominio (sobre 100)	93
6) Número de enlaces entrantes a todo el sitio web (backlinks)	497.278.898
7) Número de dominios de referencia del sitio web (referring domains)	162.395
8) Número de "Me gusta" en Facebook	2.070.956
Factores internos	
9) Palabra clave presente en etiqueta título	SI
10) Palabra clave presente en etiqueta de descripción	NO
11) Palabra clave en etiqueta H1	SI
12) Palabra clave en etiqueta ALT	SI
13) Extensión del texto	4.551
14) Densidad de palabra clave en el texto principal	1,65%
15) Presencia de la palabra clave en la primera oración del texto	SI
16) Palabra clave presente en la URL	SI
17) Número de barras en la URL de la página web	2
18) Velocidad de carga de la página web (en segundos)	0,7
19) Número de enlaces internos en página web	455
20) Número de enlaces salientes desde la página web (enlaces externos)	51
Factores externos	
21) Tasa de rebote	39,0%
22) Tiempo medio de duración de la visita al sitio web (en minutos y segundos)	6:06

Seleccionar Palabra Clave:	toallas para bebes
-----------------------------------	---------------------------

Página Web en primera posición en Google.es:

<https://www.amazon.es/toallas-bano-bebe/b?ie=UTF8&node=1909300031>

Factores estructurales	
1) Edad del sitio web (años)	22
2) Palabra clave coincide exactamente con el nombre del dominio	NO
3) Terminación del dominio	.es
4) Número de páginas indexadas en todo el sitio web	41.600.000
5) Autoridad del dominio (sobre 100)	93
6) Número de enlaces entrantes a todo el sitio web (backlinks)	497.278.898
7) Número de dominios de referencia del sitio web (referring domains)	162.395
8) Número de "Me gusta" en Facebook	2.070.956
Factores internos	
9) Palabra clave presente en etiqueta título	NO
10) Palabra clave presente en etiqueta de descripción	NO
11) Palabra clave en etiqueta H1	NO
12) Palabra clave en etiqueta ALT	SI
13) Extensión del texto	3.135
14) Densidad de palabra clave en el texto principal	1,49%
15) Presencia de la palabra clave en la primera oración del texto	SI
16) Palabra clave presente en la URL	SI
17) Número de barras en la URL de la página web	2
18) Velocidad de carga de la página web (en segundos)	0,7
19) Número de enlaces internos en página web	305
20) Número de enlaces salientes desde la página web (enlaces externos)	36
Factores externos	
21) Tasa de rebote	39,0%
22) Tiempo medio de duración de la visita al sitio web (en minutos y segundos)	6:06

Seleccionar Palabra Clave:
hamacas para bebe
Página Web en primera posición en Google.es:
<https://www.elcorteingles.es/bebes/hamacas/>
Factores estructurales

1) Edad del sitio web (años)	25
2) Palabra clave coincide exactamente con el nombre del dominio	NO
3) Terminación del dominio	.es
4) Número de páginas indexadas en todo el sitio web	2.190.000
5) Autoridad del dominio (sobre 100)	92
6) Número de enlaces entrantes a todo el sitio web (backlinks)	43.532.744
7) Número de dominios de referencia del sitio web (referring domains)	49.929
8) Número de "Me gusta" en Facebook	2.095.461

Factores internos

9) Palabra clave presente en etiqueta título	SI
10) Palabra clave presente en etiqueta de descripción	SI
11) Palabra clave en etiqueta H1	SI
12) Palabra clave en etiqueta ALT	NO
13) Extensión del texto	8.875
14) Densidad de palabra clave en el texto principal	0,45%
15) Presencia de la palabra clave en la primera oración del texto	NO
16) Palabra clave presente en la URL	SI
17) Número de barras en la URL de la página web	3
18) Velocidad de carga de la página web (en segundos)	2,9
19) Número de enlaces internos en página web	3.601
20) Número de enlaces salientes desde la página web (enlaces externos)	56

Factores externos

21) Tasa de rebote	44,3%
22) Tiempo medio de duración de la visita al sitio web (en minutos y segundos)	3:39

Seleccionar Palabra Clave:
tronas para bebes
Página Web en primera posición en Google.es:
<https://www.elcorteingles.es/bebes/tronas/>
Factores estructurales

1) Edad del sitio web (años)	25
2) Palabra clave coincide exactamente con el nombre del dominio	NO
3) Terminación del dominio	.es
4) Número de páginas indexadas en todo el sitio web	2.190.000
5) Autoridad del dominio (sobre 100)	92
6) Número de enlaces entrantes a todo el sitio web (backlinks)	43.532.744
7) Número de dominios de referencia del sitio web (referring domains)	49.929
8) Número de "Me gusta" en Facebook	2.095.461

Factores internos

9) Palabra clave presente en etiqueta título	SI
10) Palabra clave presente en etiqueta de descripción	SI
11) Palabra clave en etiqueta H1	NO
12) Palabra clave en etiqueta ALT	NO
13) Extensión del texto	8.841
14) Densidad de palabra clave en el texto principal	0,44%
15) Presencia de la palabra clave en la primera oración del texto	NO
16) Palabra clave presente en la URL	SI
17) Número de barras en la URL de la página web	3
18) Velocidad de carga de la página web (en segundos)	3,2
19) Número de enlaces internos en página web	3.591
20) Número de enlaces salientes desde la página web (enlaces externos)	56

Factores externos

21) Tasa de rebote	44,3%
22) Tiempo medio de duración de la visita al sitio web (en minutos y segundos)	3:39

Seleccionar Palabra Clave:	gimnasios para bebes
-----------------------------------	-----------------------------

Página Web en primera posición en Google.es:

<https://www.elcorteingles.es/bebes/juguetes/alfombras-de-juego-y-gimnasios-para-bebes/>

Factores estructurales

1) Edad del sitio web (años)	25
2) Palabra clave coincide exactamente con el nombre del dominio	NO
3) Terminación del dominio	.es
4) Número de páginas indexadas en todo el sitio web	2.190.000
5) Autoridad del dominio (sobre 100)	92
6) Número de enlaces entrantes a todo el sitio web (backlinks)	43.532.744
7) Número de dominios de referencia del sitio web (referring domains)	49.929
8) Número de "Me gusta" en Facebook	2.095.461

Factores internos

9) Palabra clave presente en etiqueta título	SI
10) Palabra clave presente en etiqueta de descripción	NO
11) Palabra clave en etiqueta H1	SI
12) Palabra clave en etiqueta ALT	SI
13) Extensión del texto	9.214
14) Densidad de palabra clave en el texto principal	0,54%
15) Presencia de la palabra clave en la primera oración del texto	NO
16) Palabra clave presente en la URL	SI
17) Número de barras en la URL de la página web	4
18) Velocidad de carga de la página web (en segundos)	2,6
19) Número de enlaces internos en página web	3.585
20) Número de enlaces salientes desde la página web (enlaces externos)	56

Factores externos

21) Tasa de rebote	44,3%
22) Tiempo medio de duración de la visita al sitio web (en minutos y segundos)	3:39

Seleccionar Palabra Clave:	mantitas para bebe
-----------------------------------	---------------------------

Página Web en primera posición en Google.es:

<https://www.donurmy.es/mantas-bebe.html>

Factores estructurales

1) Edad del sitio web (años)	6
2) Palabra clave coincide exactamente con el nombre del dominio	NO
3) Terminación del dominio	.es
4) Número de páginas indexadas en todo el sitio web	28.200
5) Autoridad del dominio (sobre 100)	39
6) Número de enlaces entrantes a todo el sitio web (backlinks)	16.158
7) Número de dominios de referencia del sitio web (referring domains)	341
8) Número de "Me gusta" en Facebook	80.300

Factores internos

9) Palabra clave presente en etiqueta título	NO
10) Palabra clave presente en etiqueta de descripción	NO
11) Palabra clave en etiqueta H1	NO
12) Palabra clave en etiqueta ALT	NO
13) Extensión del texto	1.365
14) Densidad de palabra clave en el texto principal	1,11%
15) Presencia de la palabra clave en la primera oración del texto	NO
16) Palabra clave presente en la URL	NO
17) Número de barras en la URL de la página web	1
18) Velocidad de carga de la página web (en segundos)	1,3
19) Número de enlaces internos en página web	174
20) Número de enlaces salientes desde la página web (enlaces externos)	6

Factores externos

21) Tasa de rebote	NO INFO.
22) Tiempo medio de duración de la visita al sitio web (en minutos y segundos)	0:15

Seleccionar Palabra Clave:
esterilizador de biberones
Página Web en primera posición en Google.es:
<https://www.elcorteingles.es/bebes/esterilizadores/>
Factores estructurales

1) Edad del sitio web (años)	25
2) Palabra clave coincide exactamente con el nombre del dominio	NO
3) Terminación del dominio	.es
4) Número de páginas indexadas en todo el sitio web	2.190.000
5) Autoridad del dominio (sobre 100)	92
6) Número de enlaces entrantes a todo el sitio web (backlinks)	43.532.744
7) Número de dominios de referencia del sitio web (referring domains)	49.929
8) Número de "Me gusta" en Facebook	2.095.461

Factores internos

9) Palabra clave presente en etiqueta título	SI
10) Palabra clave presente en etiqueta de descripción	SI
11) Palabra clave en etiqueta H1	SI
12) Palabra clave en etiqueta ALT	NO
13) Extensión del texto	8.716
14) Densidad de palabra clave en el texto principal	0,12%
15) Presencia de la palabra clave en la primera oración del texto	NO
16) Palabra clave presente en la URL	NO
17) Número de barras en la URL de la página web	3
18) Velocidad de carga de la página web (en segundos)	2,6
19) Número de enlaces internos en página web	3.545
20) Número de enlaces salientes desde la página web (enlaces externos)	56

Factores externos

21) Tasa de rebote	44,3%
22) Tiempo medio de duración de la visita al sitio web (en minutos y segundos)	3:39

Seleccionar Palabra Clave:
zapatos de bebe
Página Web en primera posición en Google.es:
<https://www.elcorteingles.es/moda/infantil/bebe-nino-0-36-meses/zapatos/>
Factores estructurales

1) Edad del sitio web (años)	25
2) Palabra clave coincide exactamente con el nombre del dominio	NO
3) Terminación del dominio	.es
4) Número de páginas indexadas en todo el sitio web	2.190.000
5) Autoridad del dominio (sobre 100)	92
6) Número de enlaces entrantes a todo el sitio web (backlinks)	43.532.744
7) Número de dominios de referencia del sitio web (referring domains)	49.929
8) Número de "Me gusta" en Facebook	2.095.461

Factores internos

9) Palabra clave presente en etiqueta título	SI
10) Palabra clave presente en etiqueta de descripción	SI
11) Palabra clave en etiqueta H1	SI
12) Palabra clave en etiqueta ALT	NO
13) Extensión del texto	9.667
14) Densidad de palabra clave en el texto principal	0,54%
15) Presencia de la palabra clave en la primera oración del texto	NO
16) Palabra clave presente en la URL	SI
17) Número de barras en la URL de la página web	5
18) Velocidad de carga de la página web (en segundos)	4
19) Número de enlaces internos en página web	3.964
20) Número de enlaces salientes desde la página web (enlaces externos)	56

Factores externos

21) Tasa de rebote	44,3%
22) Tiempo medio de duración de la visita al sitio web (en minutos y segundos)	3:39

Seleccionar Palabra Clave:
capa de baño bebe
Página Web en primera posición en Google.es:
<https://www.elcorteingles.es/bebes/ropa-de-bano/>
Factores estructurales

1) Edad del sitio web (años)	25
2) Palabra clave coincide exactamente con el nombre del dominio	NO
3) Terminación del dominio	.es
4) Número de páginas indexadas en todo el sitio web	2.190.000
5) Autoridad del dominio (sobre 100)	92
6) Número de enlaces entrantes a todo el sitio web (backlinks)	43.532.744
7) Número de dominios de referencia del sitio web (referring domains)	49.929
8) Número de "Me gusta" en Facebook	2.095.461

Factores internos

9) Palabra clave presente en etiqueta título	NO
10) Palabra clave presente en etiqueta de descripción	NO
11) Palabra clave en etiqueta H1	NO
12) Palabra clave en etiqueta ALT	NO
13) Extensión del texto	9.252
14) Densidad de palabra clave en el texto principal	0,31%
15) Presencia de la palabra clave en la primera oración del texto	NO
16) Palabra clave presente en la URL	NO
17) Número de barras en la URL de la página web	3
18) Velocidad de carga de la página web (en segundos)	2,1
19) Número de enlaces internos en página web	3.579
20) Número de enlaces salientes desde la página web (enlaces externos)	56

Factores externos

21) Tasa de rebote	44,3%
22) Tiempo medio de duración de la visita al sitio web (en minutos y segundos)	3:39

Seleccionar Palabra Clave:
canastillas para bebe
Página Web en primera posición en Google.es:
<https://www.tubebebox.com/box-canastillas/>
Factores estructurales

1) Edad del sitio web (años)	7
2) Palabra clave coincide exactamente con el nombre del dominio	NO
3) Terminación del dominio	.com
4) Número de páginas indexadas en todo el sitio web	1.420
5) Autoridad del dominio (sobre 100)	30
6) Número de enlaces entrantes a todo el sitio web (backlinks)	2.832
7) Número de dominios de referencia del sitio web (referring domains)	304
8) Número de "Me gusta" en Facebook	27.404

Factores internos

9) Palabra clave presente en etiqueta título	SI
10) Palabra clave presente en etiqueta de descripción	SI
11) Palabra clave en etiqueta H1	NO
12) Palabra clave en etiqueta ALT	SI
13) Extensión del texto	2.408
14) Densidad de palabra clave en el texto principal	2,37%
15) Presencia de la palabra clave en la primera oración del texto	NO
16) Palabra clave presente en la URL	SI
17) Número de barras en la URL de la página web	2
18) Velocidad de carga de la página web (en segundos)	7,1
19) Número de enlaces internos en página web	305
20) Número de enlaces salientes desde la página web (enlaces externos)	8

Factores externos

21) Tasa de rebote	NO INFO.
22) Tiempo medio de duración de la visita al sitio web (en minutos y segundos)	NO INFO.

Seleccionar Palabra Clave:
ropa de bebe barata
Página Web en primera posición en Google.es:
<https://www.zeeman.com/es/bebe.html>
Factores estructurales

1) Edad del sitio web (años)	25
2) Palabra clave coincide exactamente con el nombre del dominio	NO
3) Terminación del dominio	.com
4) Número de páginas indexadas en todo el sitio web	138.000
5) Autoridad del dominio (sobre 100)	51
6) Número de enlaces entrantes a todo el sitio web (backlinks)	246.077
7) Número de dominios de referencia del sitio web (referring domains)	2.850
8) Número de "Me gusta" en Facebook	557.418

Factores internos

9) Palabra clave presente en etiqueta título	SI
10) Palabra clave presente en etiqueta de descripción	NO
11) Palabra clave en etiqueta H1	NO
12) Palabra clave en etiqueta ALT	NO
13) Extensión del texto	3.499
14) Densidad de palabra clave en el texto principal	1,51%
15) Presencia de la palabra clave en la primera oración del texto	NO
16) Palabra clave presente en la URL	NO
17) Número de barras en la URL de la página web	2
18) Velocidad de carga de la página web (en segundos)	1,8
19) Número de enlaces internos en página web	144
20) Número de enlaces salientes desde la página web (enlaces externos)	26

Factores externos

21) Tasa de rebote	25,0%
22) Tiempo medio de duración de la visita al sitio web (en minutos y segundos)	4:10

Seleccionar Palabra Clave:
leche para bebe
Página Web en primera posición en Google.es:
<https://www.bebitus.com/alimentacion/leches-en-polvo/>
Factores estructurales

1) Edad del sitio web (años)	10
2) Palabra clave coincide exactamente con el nombre del dominio	NO
3) Terminación del dominio	.com
4) Número de páginas indexadas en todo el sitio web	20.200
5) Autoridad del dominio (sobre 100)	49
6) Número de enlaces entrantes a todo el sitio web (backlinks)	75.223
7) Número de dominios de referencia del sitio web (referring domains)	1.007
8) Número de "Me gusta" en Facebook	96.386

Factores internos

9) Palabra clave presente en etiqueta título	SI
10) Palabra clave presente en etiqueta de descripción	SI
11) Palabra clave en etiqueta H1	NO
12) Palabra clave en etiqueta ALT	NO
13) Extensión del texto	3.205
14) Densidad de palabra clave en el texto principal	1,48%
15) Presencia de la palabra clave en la primera oración del texto	NO
16) Palabra clave presente en la URL	NO
17) Número de barras en la URL de la página web	3
18) Velocidad de carga de la página web (en segundos)	2
19) Número de enlaces internos en página web	487
20) Número de enlaces salientes desde la página web (enlaces externos)	7

Factores externos

21) Tasa de rebote	84,6%
22) Tiempo medio de duración de la visita al sitio web (en minutos y segundos)	1:44

Seleccionar Palabra Clave:
cambiador para bebe
Página Web en primera posición en Google.es:
<https://www.elcorteingles.es/bebes/cambiadores/>
Factores estructurales

1) Edad del sitio web (años)	25
2) Palabra clave coincide exactamente con el nombre del dominio	NO
3) Terminación del dominio	.es
4) Número de páginas indexadas en todo el sitio web	2.190.000
5) Autoridad del dominio (sobre 100)	92
6) Número de enlaces entrantes a todo el sitio web (backlinks)	43.532.744
7) Número de dominios de referencia del sitio web (referring domains)	49.929
8) Número de "Me gusta" en Facebook	2.095.461

Factores internos

9) Palabra clave presente en etiqueta título	SI
10) Palabra clave presente en etiqueta de descripción	SI
11) Palabra clave en etiqueta H1	SI
12) Palabra clave en etiqueta ALT	NO
13) Extensión del texto	8.959
14) Densidad de palabra clave en el texto principal	0,53%
15) Presencia de la palabra clave en la primera oración del texto	NO
16) Palabra clave presente en la URL	SI
17) Número de barras en la URL de la página web	3
18) Velocidad de carga de la página web (en segundos)	2,4
19) Número de enlaces internos en página web	3.590
20) Número de enlaces salientes desde la página web (enlaces externos)	56

Factores externos

21) Tasa de rebote	44,3%
22) Tiempo medio de duración de la visita al sitio web (en minutos y segundos)	3:39

Seleccionar Palabra Clave:
andadores para bebes
Página Web en primera posición en Google.es:
<https://www.amazon.es/andadores/b?ie=UTF8&node=1909282031>
Factores estructurales

1) Edad del sitio web (años)	22
2) Palabra clave coincide exactamente con el nombre del dominio	NO
3) Terminación del dominio	.es
4) Número de páginas indexadas en todo el sitio web	41.600.000
5) Autoridad del dominio (sobre 100)	93
6) Número de enlaces entrantes a todo el sitio web (backlinks)	497.278.898
7) Número de dominios de referencia del sitio web (referring domains)	162.395
8) Número de "Me gusta" en Facebook	2.070.956

Factores internos

9) Palabra clave presente en etiqueta título	NO
10) Palabra clave presente en etiqueta de descripción	NO
11) Palabra clave en etiqueta H1	NO
12) Palabra clave en etiqueta ALT	SI
13) Extensión del texto	2.753
14) Densidad de palabra clave en el texto principal	0,50%
15) Presencia de la palabra clave en la primera oración del texto	NO
16) Palabra clave presente en la URL	NO
17) Número de barras en la URL de la página web	2
18) Velocidad de carga de la página web (en segundos)	0,8
19) Número de enlaces internos en página web	303
20) Número de enlaces salientes desde la página web (enlaces externos)	36

Factores externos

21) Tasa de rebote	39,0%
22) Tiempo medio de duración de la visita al sitio web (en minutos y segundos)	6:06

Seleccionar Palabra Clave:
arrullos para bebes
Página Web en primera posición en Google.es:
<https://www.lacunademibebe.com/ropa-cuna/arrullos/>
Factores estructurales

1) Edad del sitio web (años)	7
2) Palabra clave coincide exactamente con el nombre del dominio	NO
3) Terminación del dominio	.com
4) Número de páginas indexadas en todo el sitio web	2.640
5) Autoridad del dominio (sobre 100)	28
6) Número de enlaces entrantes a todo el sitio web (backlinks)	2.346
7) Número de dominios de referencia del sitio web (referring domains)	237
8) Número de "Me gusta" en Facebook	2.062

Factores internos

9) Palabra clave presente en etiqueta título	SI
10) Palabra clave presente en etiqueta de descripción	NO
11) Palabra clave en etiqueta H1	NO
12) Palabra clave en etiqueta ALT	SI
13) Extensión del texto	3.083
14) Densidad de palabra clave en el texto principal	1,54%
15) Presencia de la palabra clave en la primera oración del texto	NO
16) Palabra clave presente en la URL	NO
17) Número de barras en la URL de la página web	3
18) Velocidad de carga de la página web (en segundos)	0,9
19) Número de enlaces internos en página web	540
20) Número de enlaces salientes desde la página web (enlaces externos)	7

Factores externos

21) Tasa de rebote	NO INFO.
22) Tiempo medio de duración de la visita al sitio web (en minutos y segundos)	NO INFO.

Seleccionar Palabra Clave:
bolsos carrito bebe modernos
Página Web en primera posición en Google.es:
<https://www.elcorteingles.es/bebes/bolsos-y-neceseres/>
Factores estructurales

1) Edad del sitio web (años)	25
2) Palabra clave coincide exactamente con el nombre del dominio	NO
3) Terminación del dominio	.es
4) Número de páginas indexadas en todo el sitio web	2.190.000
5) Autoridad del dominio (sobre 100)	92
6) Número de enlaces entrantes a todo el sitio web (backlinks)	43.532.744
7) Número de dominios de referencia del sitio web (referring domains)	49.929
8) Número de "Me gusta" en Facebook	2.095.461

Factores internos

9) Palabra clave presente en etiqueta título	NO
10) Palabra clave presente en etiqueta de descripción	NO
11) Palabra clave en etiqueta H1	NO
12) Palabra clave en etiqueta ALT	NO
13) Extensión del texto	8.827
14) Densidad de palabra clave en el texto principal	0,14%
15) Presencia de la palabra clave en la primera oración del texto	NO
16) Palabra clave presente en la URL	NO
17) Número de barras en la URL de la página web	3
18) Velocidad de carga de la página web (en segundos)	2,7
19) Número de enlaces internos en página web	3.608
20) Número de enlaces salientes desde la página web (enlaces externos)	56

Factores externos

21) Tasa de rebote	44,3%
22) Tiempo medio de duración de la visita al sitio web (en minutos y segundos)	3:39

Seleccionar Palabra Clave:	saco silla de paseo
-----------------------------------	----------------------------

Página Web en primera posición en Google.es:

<https://www.elcorteingles.es/bebes/accesorios-de-paseo/sacos/>

Factores estructurales	
1) Edad del sitio web (años)	25
2) Palabra clave coincide exactamente con el nombre del dominio	NO
3) Terminación del dominio	.es
4) Número de páginas indexadas en todo el sitio web	2.190.000
5) Autoridad del dominio (sobre 100)	92
6) Número de enlaces entrantes a todo el sitio web (backlinks)	43.532.744
7) Número de dominios de referencia del sitio web (referring domains)	49.929
8) Número de "Me gusta" en Facebook	2.095.461
Factores internos	
9) Palabra clave presente en etiqueta título	SI
10) Palabra clave presente en etiqueta de descripción	NO
11) Palabra clave en etiqueta H1	SI
12) Palabra clave en etiqueta ALT	SI
13) Extensión del texto	9.186
14) Densidad de palabra clave en el texto principal	0,23%
15) Presencia de la palabra clave en la primera oración del texto	SI
16) Palabra clave presente en la URL	NO
17) Número de barras en la URL de la página web	4
18) Velocidad de carga de la página web (en segundos)	2,8
19) Número de enlaces internos en página web	3.600
20) Número de enlaces salientes desde la página web (enlaces externos)	56
Factores externos	
21) Tasa de rebote	44,3%
22) Tiempo medio de duración de la visita al sitio web (en minutos y segundos)	3:39

Seleccionar Palabra Clave:	almohadas para bebe
-----------------------------------	----------------------------

Página Web en primera posición en Google.es:

<https://www.amazon.es/almohada-bebe/s?k=almohada+bebe>

Factores estructurales	
1) Edad del sitio web (años)	22
2) Palabra clave coincide exactamente con el nombre del dominio	NO
3) Terminación del dominio	.es
4) Número de páginas indexadas en todo el sitio web	41.600.000
5) Autoridad del dominio (sobre 100)	93
6) Número de enlaces entrantes a todo el sitio web (backlinks)	497.278.898
7) Número de dominios de referencia del sitio web (referring domains)	162.395
8) Número de "Me gusta" en Facebook	2.070.956
Factores internos	
9) Palabra clave presente en etiqueta título	SI
10) Palabra clave presente en etiqueta de descripción	NO
11) Palabra clave en etiqueta H1	SI
12) Palabra clave en etiqueta ALT	SI
13) Extensión del texto	4.026
14) Densidad de palabra clave en el texto principal	1,56%
15) Presencia de la palabra clave en la primera oración del texto	SI
16) Palabra clave presente en la URL	SI
17) Número de barras en la URL de la página web	2
18) Velocidad de carga de la página web (en segundos)	0,7
19) Número de enlaces internos en página web	414
20) Número de enlaces salientes desde la página web (enlaces externos)	65
Factores externos	
21) Tasa de rebote	39,0%
22) Tiempo medio de duración de la visita al sitio web (en minutos y segundos)	6:06

Seleccionar Palabra Clave:	tienda online de bebe
-----------------------------------	------------------------------

Página Web en primera posición en Google.es:

<https://www.bebitus.com/>

Factores estructurales	
1) Edad del sitio web (años)	10
2) Palabra clave coincide exactamente con el nombre del dominio	NO
3) Terminación del dominio	.com
4) Número de páginas indexadas en todo el sitio web	20.200
5) Autoridad del dominio (sobre 100)	49
6) Número de enlaces entrantes a todo el sitio web (backlinks)	75.223
7) Número de dominios de referencia del sitio web (referring domains)	1.007
8) Número de "Me gusta" en Facebook	96.386
Factores internos	
9) Palabra clave presente en etiqueta título	SI
10) Palabra clave presente en etiqueta de descripción	SI
11) Palabra clave en etiqueta H1	NO
12) Palabra clave en etiqueta ALT	NO
13) Extensión del texto	1.670
14) Densidad de palabra clave en el texto principal	0,70%
15) Presencia de la palabra clave en la primera oración del texto	NO
16) Palabra clave presente en la URL	NO
17) Número de barras en la URL de la página web	1
18) Velocidad de carga de la página web (en segundos)	1,9
19) Número de enlaces internos en página web	403
20) Número de enlaces salientes desde la página web (enlaces externos)	8
Factores externos	
21) Tasa de rebote	84,6%
22) Tiempo medio de duración de la visita al sitio web (en minutos y segundos)	1:44

Seleccionar Palabra Clave:	tienda online de bebes
-----------------------------------	-------------------------------

Página Web en primera posición en Google.es:

<https://www.bebitus.com/>

Factores estructurales	
1) Edad del sitio web (años)	10
2) Palabra clave coincide exactamente con el nombre del dominio	NO
3) Terminación del dominio	.com
4) Número de páginas indexadas en todo el sitio web	20.200
5) Autoridad del dominio (sobre 100)	49
6) Número de enlaces entrantes a todo el sitio web (backlinks)	75.223
7) Número de dominios de referencia del sitio web (referring domains)	1.007
8) Número de "Me gusta" en Facebook	96.386
Factores internos	
9) Palabra clave presente en etiqueta título	SI
10) Palabra clave presente en etiqueta de descripción	SI
11) Palabra clave en etiqueta H1	NO
12) Palabra clave en etiqueta ALT	NO
13) Extensión del texto	1.670
14) Densidad de palabra clave en el texto principal	0,35%
15) Presencia de la palabra clave en la primera oración del texto	NO
16) Palabra clave presente en la URL	NO
17) Número de barras en la URL de la página web	1
18) Velocidad de carga de la página web (en segundos)	1,9
19) Número de enlaces internos en página web	403
20) Número de enlaces salientes desde la página web (enlaces externos)	8
Factores externos	
21) Tasa de rebote	84,6%
22) Tiempo medio de duración de la visita al sitio web (en minutos y segundos)	1:44

Seleccionar Palabra Clave:	tienda de bebes online
-----------------------------------	-------------------------------

Página Web en primera posición en Google.es:

<https://www.bebitus.com/>

Factores estructurales

1) Edad del sitio web (años)	10
2) Palabra clave coincide exactamente con el nombre del dominio	NO
3) Terminación del dominio	.com
4) Número de páginas indexadas en todo el sitio web	20.200
5) Autoridad del dominio (sobre 100)	49
6) Número de enlaces entrantes a todo el sitio web (backlinks)	75.223
7) Número de dominios de referencia del sitio web (referring domains)	1.007
8) Número de "Me gusta" en Facebook	96.386

Factores internos

9) Palabra clave presente en etiqueta título	SI
10) Palabra clave presente en etiqueta de descripción	SI
11) Palabra clave en etiqueta H1	NO
12) Palabra clave en etiqueta ALT	NO
13) Extensión del texto	1.670
14) Densidad de palabra clave en el texto principal	0,35%
15) Presencia de la palabra clave en la primera oración del texto	NO
16) Palabra clave presente en la URL	NO
17) Número de barras en la URL de la página web	1
18) Velocidad de carga de la página web (en segundos)	1,9
19) Número de enlaces internos en página web	403
20) Número de enlaces salientes desde la página web (enlaces externos)	8

Factores externos

21) Tasa de rebote	84,6%
22) Tiempo medio de duración de la visita al sitio web (en minutos y segundos)	1:44

Seleccionar Palabra Clave:	cremas para bebes
-----------------------------------	--------------------------

Página Web en primera posición en Google.es:

<https://www.promofarma.com/bebes-y-mamas/cuidado-del-bebe/higiene-del-bebe/hidratacion>

Factores estructurales

1) Edad del sitio web (años)	16
2) Palabra clave coincide exactamente con el nombre del dominio	NO
3) Terminación del dominio	.com
4) Número de páginas indexadas en todo el sitio web	380.000
5) Autoridad del dominio (sobre 100)	61
6) Número de enlaces entrantes a todo el sitio web (backlinks)	72.597
7) Número de dominios de referencia del sitio web (referring domains)	2.973
8) Número de "Me gusta" en Facebook	242.487

Factores internos

9) Palabra clave presente en etiqueta título	SI
10) Palabra clave presente en etiqueta de descripción	SI
11) Palabra clave en etiqueta H1	SI
12) Palabra clave en etiqueta ALT	NO
13) Extensión del texto	2.684
14) Densidad de palabra clave en el texto principal	0,57%
15) Presencia de la palabra clave en la primera oración del texto	NO
16) Palabra clave presente en la URL	NO
17) Número de barras en la URL de la página web	4
18) Velocidad de carga de la página web (en segundos)	1,6
19) Número de enlaces internos en página web	383
20) Número de enlaces salientes desde la página web (enlaces externos)	15

Factores externos

21) Tasa de rebote	73,5%
22) Tiempo medio de duración de la visita al sitio web (en minutos y segundos)	1:53

Seleccionar Palabra Clave:	ropa de cuna bebe
-----------------------------------	--------------------------

Página Web en primera posición en Google.es:

<https://www.elcorteingles.es/bebes/ropa-de-cama/cunas/>

Factores estructurales	
1) Edad del sitio web (años)	25
2) Palabra clave coincide exactamente con el nombre del dominio	NO
3) Terminación del dominio	.es
4) Número de páginas indexadas en todo el sitio web	2.190.000
5) Autoridad del dominio (sobre 100)	92
6) Número de enlaces entrantes a todo el sitio web (backlinks)	43.532.744
7) Número de dominios de referencia del sitio web (referring domains)	49.929
8) Número de "Me gusta" en Facebook	2.095.461
Factores internos	
9) Palabra clave presente en etiqueta título	SI
10) Palabra clave presente en etiqueta de descripción	NO
11) Palabra clave en etiqueta H1	NO
12) Palabra clave en etiqueta ALT	NO
13) Extensión del texto	9.527
14) Densidad de palabra clave en el texto principal	0,30%
15) Presencia de la palabra clave en la primera oración del texto	NO
16) Palabra clave presente en la URL	NO
17) Número de barras en la URL de la página web	4
18) Velocidad de carga de la página web (en segundos)	3,6
19) Número de enlaces internos en página web	3.599
20) Número de enlaces salientes desde la página web (enlaces externos)	56
Factores externos	
21) Tasa de rebote	44,3%
22) Tiempo medio de duración de la visita al sitio web (en minutos y segundos)	3:39

Seleccionar Palabra Clave:	bolsos carrito bebe originales
-----------------------------------	---------------------------------------

Página Web en primera posición en Google.es:

<https://www.amazon.es/bolsos-carrito-bebe-modernos/s?k=bolsos+carrito+bebe+modernos&page=2>

Factores estructurales	
1) Edad del sitio web (años)	22
2) Palabra clave coincide exactamente con el nombre del dominio	NO
3) Terminación del dominio	.es
4) Número de páginas indexadas en todo el sitio web	41.600.000
5) Autoridad del dominio (sobre 100)	93
6) Número de enlaces entrantes a todo el sitio web (backlinks)	497.278.898
7) Número de dominios de referencia del sitio web (referring domains)	162.395
8) Número de "Me gusta" en Facebook	2.070.956
Factores internos	
9) Palabra clave presente en etiqueta título	NO
10) Palabra clave presente en etiqueta de descripción	NO
11) Palabra clave en etiqueta H1	NO
12) Palabra clave en etiqueta ALT	NO
13) Extensión del texto	3.752
14) Densidad de palabra clave en el texto principal	0,50%
15) Presencia de la palabra clave en la primera oración del texto	NO
16) Palabra clave presente en la URL	NO
17) Número de barras en la URL de la página web	2
18) Velocidad de carga de la página web (en segundos)	0,8
19) Número de enlaces internos en página web	424
20) Número de enlaces salientes desde la página web (enlaces externos)	62
Factores externos	
21) Tasa de rebote	39,0%
22) Tiempo medio de duración de la visita al sitio web (en minutos y segundos)	6:06

Seleccionar Palabra Clave:
humidificador para bebes
Página Web en primera posición en Google.es:
<https://www.todomaternidad.eu/en-casa/humidificadores/>
Factores estructurales

1) Edad del sitio web (años)	4
2) Palabra clave coincide exactamente con el nombre del dominio	NO
3) Terminación del dominio	.eu
4) Número de páginas indexadas en todo el sitio web	256
5) Autoridad del dominio (sobre 100)	27
6) Número de enlaces entrantes a todo el sitio web (backlinks)	707
7) Número de dominios de referencia del sitio web (referring domains)	181
8) Número de "Me gusta" en Facebook	NO INFO.

Factores internos

9) Palabra clave presente en etiqueta título	SI
10) Palabra clave presente en etiqueta de descripción	NO
11) Palabra clave en etiqueta H1	SI
12) Palabra clave en etiqueta ALT	NO
13) Extensión del texto	3.960
14) Densidad de palabra clave en el texto principal	1,32%
15) Presencia de la palabra clave en la primera oración del texto	NO
16) Palabra clave presente en la URL	NO
17) Número de barras en la URL de la página web	3
18) Velocidad de carga de la página web (en segundos)	1,5
19) Número de enlaces internos en página web	158
20) Número de enlaces salientes desde la página web (enlaces externos)	6

Factores externos

21) Tasa de rebote	71,4%
22) Tiempo medio de duración de la visita al sitio web (en minutos y segundos)	0:50

Seleccionar Palabra Clave:
termometro para bebes
Página Web en primera posición en Google.es:
<https://www.todomaternidad.eu/en-casa/termometro-bebes/>
Factores estructurales

1) Edad del sitio web (años)	4
2) Palabra clave coincide exactamente con el nombre del dominio	NO
3) Terminación del dominio	.eu
4) Número de páginas indexadas en todo el sitio web	256
5) Autoridad del dominio (sobre 100)	27
6) Número de enlaces entrantes a todo el sitio web (backlinks)	707
7) Número de dominios de referencia del sitio web (referring domains)	181
8) Número de "Me gusta" en Facebook	NO INFO.

Factores internos

9) Palabra clave presente en etiqueta título	SI
10) Palabra clave presente en etiqueta de descripción	NO
11) Palabra clave en etiqueta H1	SI
12) Palabra clave en etiqueta ALT	NO
13) Extensión del texto	2.476
14) Densidad de palabra clave en el texto principal	1,62%
15) Presencia de la palabra clave en la primera oración del texto	NO
16) Palabra clave presente en la URL	SI
17) Número de barras en la URL de la página web	3
18) Velocidad de carga de la página web (en segundos)	1,2
19) Número de enlaces internos en página web	141
20) Número de enlaces salientes desde la página web (enlaces externos)	6

Factores externos

21) Tasa de rebote	71,4%
22) Tiempo medio de duración de la visita al sitio web (en minutos y segundos)	0:50

Seleccionar Palabra Clave:
bolsos cochecito bebe
Página Web en primera posición en Google.es:
<https://www.elcorteingles.es/bebes/bolsos-y-neceseres/>
Factores estructurales

1) Edad del sitio web (años)	25
2) Palabra clave coincide exactamente con el nombre del dominio	NO
3) Terminación del dominio	.es
4) Número de páginas indexadas en todo el sitio web	2.190.000
5) Autoridad del dominio (sobre 100)	92
6) Número de enlaces entrantes a todo el sitio web (backlinks)	43.532.744
7) Número de dominios de referencia del sitio web (referring domains)	49.929
8) Número de "Me gusta" en Facebook	2.095.461

Factores internos

9) Palabra clave presente en etiqueta título	NO
10) Palabra clave presente en etiqueta de descripción	NO
11) Palabra clave en etiqueta H1	NO
12) Palabra clave en etiqueta ALT	NO
13) Extensión del texto	8.827
14) Densidad de palabra clave en el texto principal	0,19%
15) Presencia de la palabra clave en la primera oración del texto	NO
16) Palabra clave presente en la URL	NO
17) Número de barras en la URL de la página web	3
18) Velocidad de carga de la página web (en segundos)	2,7
19) Número de enlaces internos en página web	3.608
20) Número de enlaces salientes desde la página web (enlaces externos)	56

Factores externos

21) Tasa de rebote	44,3%
22) Tiempo medio de duración de la visita al sitio web (en minutos y segundos)	3:39

Seleccionar Palabra Clave:
cunas y camas para bebes
Página Web en primera posición en Google.es:
<https://www.amazon.es/cama-cuna-convertible/s?k=cama+cuna+convertible>
Factores estructurales

1) Edad del sitio web (años)	22
2) Palabra clave coincide exactamente con el nombre del dominio	NO
3) Terminación del dominio	.es
4) Número de páginas indexadas en todo el sitio web	41.600.000
5) Autoridad del dominio (sobre 100)	93
6) Número de enlaces entrantes a todo el sitio web (backlinks)	497.278.898
7) Número de dominios de referencia del sitio web (referring domains)	162.395
8) Número de "Me gusta" en Facebook	2.070.956

Factores internos

9) Palabra clave presente en etiqueta título	NO
10) Palabra clave presente en etiqueta de descripción	NO
11) Palabra clave en etiqueta H1	NO
12) Palabra clave en etiqueta ALT	NO
13) Extensión del texto	3.695
14) Densidad de palabra clave en el texto principal	0,39%
15) Presencia de la palabra clave en la primera oración del texto	NO
16) Palabra clave presente en la URL	NO
17) Número de barras en la URL de la página web	2
18) Velocidad de carga de la página web (en segundos)	0,7
19) Número de enlaces internos en página web	415
20) Número de enlaces salientes desde la página web (enlaces externos)	66

Factores externos

21) Tasa de rebote	39,0%
22) Tiempo medio de duración de la visita al sitio web (en minutos y segundos)	6:06

Seleccionar Palabra Clave:
cestas de regalo para bebes
Página Web en primera posición en Google.es:
<https://www.elcorteingles.es/bebes/packs-de-regalo/>
Factores estructurales

1) Edad del sitio web (años)	25
2) Palabra clave coincide exactamente con el nombre del dominio	NO
3) Terminación del dominio	.es
4) Número de páginas indexadas en todo el sitio web	2.190.000
5) Autoridad del dominio (sobre 100)	92
6) Número de enlaces entrantes a todo el sitio web (backlinks)	43.532.744
7) Número de dominios de referencia del sitio web (referring domains)	49.929
8) Número de "Me gusta" en Facebook	2.095.461

Factores internos

9) Palabra clave presente en etiqueta título	NO
10) Palabra clave presente en etiqueta de descripción	NO
11) Palabra clave en etiqueta H1	NO
12) Palabra clave en etiqueta ALT	NO
13) Extensión del texto	9.343
14) Densidad de palabra clave en el texto principal	0,33%
15) Presencia de la palabra clave en la primera oración del texto	NO
16) Palabra clave presente en la URL	NO
17) Número de barras en la URL de la página web	3
18) Velocidad de carga de la página web (en segundos)	2,6
19) Número de enlaces internos en página web	3.607
20) Número de enlaces salientes desde la página web (enlaces externos)	56

Factores externos

21) Tasa de rebote	44,3%
22) Tiempo medio de duración de la visita al sitio web (en minutos y segundos)	3:39

Seleccionar Palabra Clave:
bañera con cambiador para bebe
Página Web en primera posición en Google.es:
<https://www.elcorteingles.es/bebes/baneras-de-bebe/>
Factores estructurales

1) Edad del sitio web (años)	25
2) Palabra clave coincide exactamente con el nombre del dominio	NO
3) Terminación del dominio	.es
4) Número de páginas indexadas en todo el sitio web	2.190.000
5) Autoridad del dominio (sobre 100)	92
6) Número de enlaces entrantes a todo el sitio web (backlinks)	43.532.744
7) Número de dominios de referencia del sitio web (referring domains)	49.929
8) Número de "Me gusta" en Facebook	2.095.461

Factores internos

9) Palabra clave presente en etiqueta título	NO
10) Palabra clave presente en etiqueta de descripción	NO
11) Palabra clave en etiqueta H1	NO
12) Palabra clave en etiqueta ALT	NO
13) Extensión del texto	9.194
14) Densidad de palabra clave en el texto principal	0,43%
15) Presencia de la palabra clave en la primera oración del texto	NO
16) Palabra clave presente en la URL	NO
17) Número de barras en la URL de la página web	3
18) Velocidad de carga de la página web (en segundos)	2,5
19) Número de enlaces internos en página web	3.608
20) Número de enlaces salientes desde la página web (enlaces externos)	56

Factores externos

21) Tasa de rebote	44,3%
22) Tiempo medio de duración de la visita al sitio web (en minutos y segundos)	3:39

Seleccionar Palabra Clave:	manta de actividades bebe
<i>Página Web en primera posición en Google.es:</i>	https://www.amazon.es/manta-actividades-bebe/s?k=manta+actividades+bebe&af=%7B%22quartzVehicle%22%3A%2284-1094%22%2C%22replacementKeywords%22%3A%22actividades+bebe%22%7D
Factores estructurales	
1) Edad del sitio web (años)	22
2) Palabra clave coincide exactamente con el nombre del dominio	NO
3) Terminación del dominio	.es
4) Número de páginas indexadas en todo el sitio web	41.600.000
5) Autoridad del dominio (sobre 100)	93
6) Número de enlaces entrantes a todo el sitio web (backlinks)	497.278.898
7) Número de dominios de referencia del sitio web (referring domains)	162.395
8) Número de "Me gusta" en Facebook	2.070.956
Factores internos	
9) Palabra clave presente en etiqueta título	SI
10) Palabra clave presente en etiqueta de descripción	NO
11) Palabra clave en etiqueta H1	SI
12) Palabra clave en etiqueta ALT	SI
13) Extensión del texto	4.018
14) Densidad de palabra clave en el texto principal	0,77%
15) Presencia de la palabra clave en la primera oración del texto	NO
16) Palabra clave presente en la URL	SI
17) Número de barras en la URL de la página web	2
18) Velocidad de carga de la página web (en segundos)	0,7
19) Número de enlaces internos en página web	439
20) Número de enlaces salientes desde la página web (enlaces externos)	51
Factores externos	
21) Tasa de rebote	39,0%
22) Tiempo medio de duración de la visita al sitio web (en minutos y segundos)	6:06

Seleccionar Palabra Clave:	comodas para bebes
<i>Página Web en primera posición en Google.es:</i>	https://www.elcorteingles.es/bebes/comodas/
Factores estructurales	
1) Edad del sitio web (años)	25
2) Palabra clave coincide exactamente con el nombre del dominio	NO
3) Terminación del dominio	.es
4) Número de páginas indexadas en todo el sitio web	2.190.000
5) Autoridad del dominio (sobre 100)	92
6) Número de enlaces entrantes a todo el sitio web (backlinks)	43.532.744
7) Número de dominios de referencia del sitio web (referring domains)	49.929
8) Número de "Me gusta" en Facebook	2.095.461
Factores internos	
9) Palabra clave presente en etiqueta título	SI
10) Palabra clave presente en etiqueta de descripción	NO
11) Palabra clave en etiqueta H1	SI
12) Palabra clave en etiqueta ALT	NO
13) Extensión del texto	8.823
14) Densidad de palabra clave en el texto principal	0,44%
15) Presencia de la palabra clave en la primera oración del texto	NO
16) Palabra clave presente en la URL	SI
17) Número de barras en la URL de la página web	3
18) Velocidad de carga de la página web (en segundos)	3,3
19) Número de enlaces internos en página web	3.578
20) Número de enlaces salientes desde la página web (enlaces externos)	56
Factores externos	
21) Tasa de rebote	44,3%
22) Tiempo medio de duración de la visita al sitio web (en minutos y segundos)	3:39

Seleccionar Palabra Clave:
chupetes para bebes
Página Web en primera posición en Google.es:
<https://www.suavinex.com/chupetes-y-accesorios/chupetes/c/0010>
Factores estructurales

1) Edad del sitio web (años)	21
2) Palabra clave coincide exactamente con el nombre del dominio	NO
3) Terminación del dominio	.com
4) Número de páginas indexadas en todo el sitio web	3.600
5) Autoridad del dominio (sobre 100)	52
6) Número de enlaces entrantes a todo el sitio web (backlinks)	65.482
7) Número de dominios de referencia del sitio web (referring domains)	1.248
8) Número de "Me gusta" en Facebook	443.992

Factores internos

9) Palabra clave presente en etiqueta título	SI
10) Palabra clave presente en etiqueta de descripción	SI
11) Palabra clave en etiqueta H1	NO
12) Palabra clave en etiqueta ALT	NO
13) Extensión del texto	939
14) Densidad de palabra clave en el texto principal	2,19%
15) Presencia de la palabra clave en la primera oración del texto	NO
16) Palabra clave presente en la URL	NO
17) Número de barras en la URL de la página web	4
18) Velocidad de carga de la página web (en segundos)	5,5
19) Número de enlaces internos en página web	158
20) Número de enlaces salientes desde la página web (enlaces externos)	12

Factores externos

21) Tasa de rebote	63,6%
22) Tiempo medio de duración de la visita al sitio web (en minutos y segundos)	2:30

Seleccionar Palabra Clave:
balancines para bebes
Página Web en primera posición en Google.es:
<https://www.amazon.es/balancin-bebe/s?k=balancin+bebe>
Factores estructurales

1) Edad del sitio web (años)	22
2) Palabra clave coincide exactamente con el nombre del dominio	NO
3) Terminación del dominio	.es
4) Número de páginas indexadas en todo el sitio web	41.600.000
5) Autoridad del dominio (sobre 100)	93
6) Número de enlaces entrantes a todo el sitio web (backlinks)	497.278.898
7) Número de dominios de referencia del sitio web (referring domains)	162.395
8) Número de "Me gusta" en Facebook	2.070.956

Factores internos

9) Palabra clave presente en etiqueta título	SI
10) Palabra clave presente en etiqueta de descripción	NO
11) Palabra clave en etiqueta H1	SI
12) Palabra clave en etiqueta ALT	SI
13) Extensión del texto	3.807
14) Densidad de palabra clave en el texto principal	0,44%
15) Presencia de la palabra clave en la primera oración del texto	SI
16) Palabra clave presente en la URL	SI
17) Número de barras en la URL de la página web	2
18) Velocidad de carga de la página web (en segundos)	0,7
19) Número de enlaces internos en página web	438
20) Número de enlaces salientes desde la página web (enlaces externos)	66

Factores externos

21) Tasa de rebote	39,0%
22) Tiempo medio de duración de la visita al sitio web (en minutos y segundos)	6:06

Seleccionar Palabra Clave:	biberones para bebe
-----------------------------------	----------------------------

Página Web en primera posición en Google.es:

https://www.elconfidencial.com/decompras/2020-07-03/biberones-bebe-recomendaciones-tipos-existentes_2662631/

Factores estructurales

1) Edad del sitio web (años)	21
2) Palabra clave coincide exactamente con el nombre del dominio	NO
3) Terminación del dominio	.com
4) Número de páginas indexadas en todo el sitio web	1.150.000
5) Autoridad del dominio (sobre 100)	91
6) Número de enlaces entrantes a todo el sitio web (backlinks)	5.885.839
7) Número de dominios de referencia del sitio web (referring domains)	64.985
8) Número de "Me gusta" en Facebook	1.074.662

Factores internos

9) Palabra clave presente en etiqueta título	SI
10) Palabra clave presente en etiqueta de descripción	NO
11) Palabra clave en etiqueta H1	SI
12) Palabra clave en etiqueta ALT	NO
13) Extensión del texto	4.805
14) Densidad de palabra clave en el texto principal	1,65%
15) Presencia de la palabra clave en la primera oración del texto	NO
16) Palabra clave presente en la URL	SI
17) Número de barras en la URL de la página web	4
18) Velocidad de carga de la página web (en segundos)	2,2
19) Número de enlaces internos en página web	133
20) Número de enlaces salientes desde la página web (enlaces externos)	46

Factores externos

21) Tasa de rebote	76,2%
22) Tiempo medio de duración de la visita al sitio web (en minutos y segundos)	2:29

Seleccionar Palabra Clave:	sillas de paseo para bebes
-----------------------------------	-----------------------------------

Página Web en primera posición en Google.es:

<https://www.elcorteingles.es/bebes/sillas-de-paseo/>

Factores estructurales

1) Edad del sitio web (años)	25
2) Palabra clave coincide exactamente con el nombre del dominio	NO
3) Terminación del dominio	.es
4) Número de páginas indexadas en todo el sitio web	2.190.000
5) Autoridad del dominio (sobre 100)	92
6) Número de enlaces entrantes a todo el sitio web (backlinks)	43.532.744
7) Número de dominios de referencia del sitio web (referring domains)	49.929
8) Número de "Me gusta" en Facebook	2.095.461

Factores internos

9) Palabra clave presente en etiqueta título	SI
10) Palabra clave presente en etiqueta de descripción	SI
11) Palabra clave en etiqueta H1	NO
12) Palabra clave en etiqueta ALT	NO
13) Extensión del texto	9.129
14) Densidad de palabra clave en el texto principal	0,38%
15) Presencia de la palabra clave en la primera oración del texto	NO
16) Palabra clave presente en la URL	SI
17) Número de barras en la URL de la página web	3
18) Velocidad de carga de la página web (en segundos)	2,9
19) Número de enlaces internos en página web	3.647
20) Número de enlaces salientes desde la página web (enlaces externos)	56

Factores externos

21) Tasa de rebote	44,3%
22) Tiempo medio de duración de la visita al sitio web (en minutos y segundos)	3:39

Seleccionar Palabra Clave:	bodys para bebes
-----------------------------------	-------------------------

Página Web en primera posición en Google.es:

<https://www.elcorteingles.es/moda/infantil/bebe-nino-0-36-meses/pijamas-y-bodys/>

Factores estructurales	
1) Edad del sitio web (años)	25
2) Palabra clave coincide exactamente con el nombre del dominio	NO
3) Terminación del dominio	.es
4) Número de páginas indexadas en todo el sitio web	2.190.000
5) Autoridad del dominio (sobre 100)	92
6) Número de enlaces entrantes a todo el sitio web (backlinks)	43.532.744
7) Número de dominios de referencia del sitio web (referring domains)	49.929
8) Número de "Me gusta" en Facebook	2.095.461
Factores internos	
9) Palabra clave presente en etiqueta título	SI
10) Palabra clave presente en etiqueta de descripción	SI
11) Palabra clave en etiqueta H1	SI
12) Palabra clave en etiqueta ALT	SI
13) Extensión del texto	9.553
14) Densidad de palabra clave en el texto principal	0,40%
15) Presencia de la palabra clave en la primera oración del texto	SI
16) Palabra clave presente en la URL	NO
17) Número de barras en la URL de la página web	5
18) Velocidad de carga de la página web (en segundos)	3,8
19) Número de enlaces internos en página web	3.900
20) Número de enlaces salientes desde la página web (enlaces externos)	56
Factores externos	
21) Tasa de rebote	44,3%
22) Tiempo medio de duración de la visita al sitio web (en minutos y segundos)	3:39

Seleccionar Palabra Clave:	bodies para bebe
-----------------------------------	-------------------------

Página Web en primera posición en Google.es:

<https://www.vertbaudet.es/bebe/bodies.htm>

Factores estructurales	
1) Edad del sitio web (años)	16
2) Palabra clave coincide exactamente con el nombre del dominio	NO
3) Terminación del dominio	.es
4) Número de páginas indexadas en todo el sitio web	17.300
5) Autoridad del dominio (sobre 100)	49
6) Número de enlaces entrantes a todo el sitio web (backlinks)	139.183
7) Número de dominios de referencia del sitio web (referring domains)	900
8) Número de "Me gusta" en Facebook	1.295.524
Factores internos	
9) Palabra clave presente en etiqueta título	SI
10) Palabra clave presente en etiqueta de descripción	NO
11) Palabra clave en etiqueta H1	NO
12) Palabra clave en etiqueta ALT	SI
13) Extensión del texto	4.243
14) Densidad de palabra clave en el texto principal	1,96%
15) Presencia de la palabra clave en la primera oración del texto	SI
16) Palabra clave presente en la URL	SI
17) Número de barras en la URL de la página web	2
18) Velocidad de carga de la página web (en segundos)	3,2
19) Número de enlaces internos en página web	159
20) Número de enlaces salientes desde la página web (enlaces externos)	2
Factores externos	
21) Tasa de rebote	NO INFO.
22) Tiempo medio de duración de la visita al sitio web (en minutos y segundos)	5:44

Seleccionar Palabra Clave:	colchones para bebe
-----------------------------------	----------------------------

Página Web en primera posición en Google.es:

<https://www.elcorteingles.es/bebes/colchones-y-almohadas/>

Factores estructurales

1) Edad del sitio web (años)	25
2) Palabra clave coincide exactamente con el nombre del dominio	NO
3) Terminación del dominio	.es
4) Número de páginas indexadas en todo el sitio web	2.190.000
5) Autoridad del dominio (sobre 100)	92
6) Número de enlaces entrantes a todo el sitio web (backlinks)	43.532.744
7) Número de dominios de referencia del sitio web (referring domains)	49.929
8) Número de "Me gusta" en Facebook	2.095.461

Factores internos

9) Palabra clave presente en etiqueta título	SI
10) Palabra clave presente en etiqueta de descripción	NO
11) Palabra clave en etiqueta H1	SI
12) Palabra clave en etiqueta ALT	NO
13) Extensión del texto	9.104
14) Densidad de palabra clave en el texto principal	0,55%
15) Presencia de la palabra clave en la primera oración del texto	NO
16) Palabra clave presente en la URL	SI
17) Número de barras en la URL de la página web	3
18) Velocidad de carga de la página web (en segundos)	2,8
19) Número de enlaces internos en página web	3.616
20) Número de enlaces salientes desde la página web (enlaces externos)	56

Factores externos

21) Tasa de rebote	44,3%
22) Tiempo medio de duración de la visita al sitio web (en minutos y segundos)	3:39

Seleccionar Palabra Clave:	productos para bebes
-----------------------------------	-----------------------------

Página Web en primera posición en Google.es:

<https://www.bebitus.com/>

Factores estructurales

1) Edad del sitio web (años)	10
2) Palabra clave coincide exactamente con el nombre del dominio	NO
3) Terminación del dominio	.com
4) Número de páginas indexadas en todo el sitio web	20.200
5) Autoridad del dominio (sobre 100)	49
6) Número de enlaces entrantes a todo el sitio web (backlinks)	75.223
7) Número de dominios de referencia del sitio web (referring domains)	1.007
8) Número de "Me gusta" en Facebook	96.386

Factores internos

9) Palabra clave presente en etiqueta título	NO
10) Palabra clave presente en etiqueta de descripción	SI
11) Palabra clave en etiqueta H1	NO
12) Palabra clave en etiqueta ALT	NO
13) Extensión del texto	1.670
14) Densidad de palabra clave en el texto principal	0,80%
15) Presencia de la palabra clave en la primera oración del texto	NO
16) Palabra clave presente en la URL	NO
17) Número de barras en la URL de la página web	1
18) Velocidad de carga de la página web (en segundos)	1,9
19) Número de enlaces internos en página web	403
20) Número de enlaces salientes desde la página web (enlaces externos)	8

Factores externos

21) Tasa de rebote	84,6%
22) Tiempo medio de duración de la visita al sitio web (en minutos y segundos)	1:44

Seleccionar Palabra Clave:
vajilla para bebe
Página Web en primera posición en Google.es:
<https://www.elcorteingles.es/bebes/menaje-infantil/platos-y-vajillas/>
Factores estructurales

1) Edad del sitio web (años)	25
2) Palabra clave coincide exactamente con el nombre del dominio	NO
3) Terminación del dominio	.es
4) Número de páginas indexadas en todo el sitio web	2.190.000
5) Autoridad del dominio (sobre 100)	92
6) Número de enlaces entrantes a todo el sitio web (backlinks)	43.532.744
7) Número de dominios de referencia del sitio web (referring domains)	49.929
8) Número de "Me gusta" en Facebook	2.095.461

Factores internos

9) Palabra clave presente en etiqueta título	SI
10) Palabra clave presente en etiqueta de descripción	SI
11) Palabra clave en etiqueta H1	NO
12) Palabra clave en etiqueta ALT	NO
13) Extensión del texto	9.200
14) Densidad de palabra clave en el texto principal	0,50%
15) Presencia de la palabra clave en la primera oración del texto	NO
16) Palabra clave presente en la URL	SI
17) Número de barras en la URL de la página web	4
18) Velocidad de carga de la página web (en segundos)	2,3
19) Número de enlaces internos en página web	3.597
20) Número de enlaces salientes desde la página web (enlaces externos)	56

Factores externos

21) Tasa de rebote	44,3%
22) Tiempo medio de duración de la visita al sitio web (en minutos y segundos)	3:39

Seleccionar Palabra Clave:
edredon para cuna
Página Web en primera posición en Google.es:
<https://www.amazon.es/edredon-cuna/s?k=edredon+cuna>
Factores estructurales

1) Edad del sitio web (años)	22
2) Palabra clave coincide exactamente con el nombre del dominio	NO
3) Terminación del dominio	.es
4) Número de páginas indexadas en todo el sitio web	41.600.000
5) Autoridad del dominio (sobre 100)	93
6) Número de enlaces entrantes a todo el sitio web (backlinks)	497.278.898
7) Número de dominios de referencia del sitio web (referring domains)	162.395
8) Número de "Me gusta" en Facebook	2.070.956

Factores internos

9) Palabra clave presente en etiqueta título	SI
10) Palabra clave presente en etiqueta de descripción	NO
11) Palabra clave en etiqueta H1	SI
12) Palabra clave en etiqueta ALT	SI
13) Extensión del texto	3.710
14) Densidad de palabra clave en el texto principal	1,52%
15) Presencia de la palabra clave en la primera oración del texto	SI
16) Palabra clave presente en la URL	SI
17) Número de barras en la URL de la página web	2
18) Velocidad de carga de la página web (en segundos)	0,7
19) Número de enlaces internos en página web	427
20) Número de enlaces salientes desde la página web (enlaces externos)	46

Factores externos

21) Tasa de rebote	39,0%
22) Tiempo medio de duración de la visita al sitio web (en minutos y segundos)	6:06

Seleccionar Palabra Clave:
baberos para bebes
Página Web en primera posición en Google.es:
<https://www.elcorteingles.es/bebes/baberos/>
Factores estructurales

1) Edad del sitio web (años)	25
2) Palabra clave coincide exactamente con el nombre del dominio	NO
3) Terminación del dominio	.es
4) Número de páginas indexadas en todo el sitio web	2.190.000
5) Autoridad del dominio (sobre 100)	92
6) Número de enlaces entrantes a todo el sitio web (backlinks)	43.532.744
7) Número de dominios de referencia del sitio web (referring domains)	49.929
8) Número de "Me gusta" en Facebook	2.095.461

Factores internos

9) Palabra clave presente en etiqueta título	SI
10) Palabra clave presente en etiqueta de descripción	NO
11) Palabra clave en etiqueta H1	SI
12) Palabra clave en etiqueta ALT	NO
13) Extensión del texto	9.310
14) Densidad de palabra clave en el texto principal	0,57%
15) Presencia de la palabra clave en la primera oración del texto	NO
16) Palabra clave presente en la URL	SI
17) Número de barras en la URL de la página web	3
18) Velocidad de carga de la página web (en segundos)	2,5
19) Número de enlaces internos en página web	3.601
20) Número de enlaces salientes desde la página web (enlaces externos)	56

Factores externos

21) Tasa de rebote	44,3%
22) Tiempo medio de duración de la visita al sitio web (en minutos y segundos)	3:39

Seleccionar Palabra Clave:
minicunas para bebes
Página Web en primera posición en Google.es:
<https://www.elcorteingles.es/bebes/minicunas-moisles/>
Factores estructurales

1) Edad del sitio web (años)	25
2) Palabra clave coincide exactamente con el nombre del dominio	NO
3) Terminación del dominio	.es
4) Número de páginas indexadas en todo el sitio web	2.190.000
5) Autoridad del dominio (sobre 100)	92
6) Número de enlaces entrantes a todo el sitio web (backlinks)	43.532.744
7) Número de dominios de referencia del sitio web (referring domains)	49.929
8) Número de "Me gusta" en Facebook	2.095.461

Factores internos

9) Palabra clave presente en etiqueta título	SI
10) Palabra clave presente en etiqueta de descripción	SI
11) Palabra clave en etiqueta H1	NO
12) Palabra clave en etiqueta ALT	NO
13) Extensión del texto	8.964
14) Densidad de palabra clave en el texto principal	0,44%
15) Presencia de la palabra clave en la primera oración del texto	NO
16) Palabra clave presente en la URL	SI
17) Número de barras en la URL de la página web	3
18) Velocidad de carga de la página web (en segundos)	2,7
19) Número de enlaces internos en página web	3.595
20) Número de enlaces salientes desde la página web (enlaces externos)	56

Factores externos

21) Tasa de rebote	44,3%
22) Tiempo medio de duración de la visita al sitio web (en minutos y segundos)	3:39

Seleccionar Palabra Clave:
dosificadores leche bebe
Página Web en primera posición en Google.es:
<https://www.amazon.es/dispensadores-leche-polvo/b?ie=UTF8&node=4081334031>
Factores estructurales

1) Edad del sitio web (años)	22
2) Palabra clave coincide exactamente con el nombre del dominio	NO
3) Terminación del dominio	.es
4) Número de páginas indexadas en todo el sitio web	41.600.000
5) Autoridad del dominio (sobre 100)	93
6) Número de enlaces entrantes a todo el sitio web (backlinks)	497.278.898
7) Número de dominios de referencia del sitio web (referring domains)	162.395
8) Número de "Me gusta" en Facebook	2.070.956

Factores internos

9) Palabra clave presente en etiqueta título	NO
10) Palabra clave presente en etiqueta de descripción	NO
11) Palabra clave en etiqueta H1	NO
12) Palabra clave en etiqueta ALT	NO
13) Extensión del texto	3.200
14) Densidad de palabra clave en el texto principal	1,86%
15) Presencia de la palabra clave en la primera oración del texto	NO
16) Palabra clave presente en la URL	NO
17) Número de barras en la URL de la página web	2
18) Velocidad de carga de la página web (en segundos)	0,7
19) Número de enlaces internos en página web	254
20) Número de enlaces salientes desde la página web (enlaces externos)	36

Factores externos

21) Tasa de rebote	39,0%
22) Tiempo medio de duración de la visita al sitio web (en minutos y segundos)	6:06

Seleccionar Palabra Clave:
pijamas para bebes
Página Web en primera posición en Google.es:
<https://www.carrefour.es/pijamas/cat10640062/c>
Factores estructurales

1) Edad del sitio web (años)	20
2) Palabra clave coincide exactamente con el nombre del dominio	NO
3) Terminación del dominio	.es
4) Número de páginas indexadas en todo el sitio web	1.850.000
5) Autoridad del dominio (sobre 100)	83
6) Número de enlaces entrantes a todo el sitio web (backlinks)	790.023
7) Número de dominios de referencia del sitio web (referring domains)	14.960
8) Número de "Me gusta" en Facebook	11.623.979

Factores internos

9) Palabra clave presente en etiqueta título	SI
10) Palabra clave presente en etiqueta de descripción	SI
11) Palabra clave en etiqueta H1	NO
12) Palabra clave en etiqueta ALT	SI
13) Extensión del texto	772
14) Densidad de palabra clave en el texto principal	1,16%
15) Presencia de la palabra clave en la primera oración del texto	NO
16) Palabra clave presente en la URL	NO
17) Número de barras en la URL de la página web	3
18) Velocidad de carga de la página web (en segundos)	2,3
19) Número de enlaces internos en página web	168
20) Número de enlaces salientes desde la página web (enlaces externos)	14

Factores externos

21) Tasa de rebote	49,2%
22) Tiempo medio de duración de la visita al sitio web (en minutos y segundos)	2:54

Seleccionar Palabra Clave:	extractores de leche
-----------------------------------	-----------------------------

Página Web en primera posición en Google.es:

<https://www.amazon.es/extractor-leche-electrico/s?k=extractor+de+leche+electrico>

Factores estructurales

1) Edad del sitio web (años)	22
2) Palabra clave coincide exactamente con el nombre del dominio	NO
3) Terminación del dominio	.es
4) Número de páginas indexadas en todo el sitio web	41.600.000
5) Autoridad del dominio (sobre 100)	93
6) Número de enlaces entrantes a todo el sitio web (backlinks)	497.278.898
7) Número de dominios de referencia del sitio web (referring domains)	162.395
8) Número de "Me gusta" en Facebook	2.070.956

Factores internos

9) Palabra clave presente en etiqueta título	SI
10) Palabra clave presente en etiqueta de descripción	NO
11) Palabra clave en etiqueta H1	SI
12) Palabra clave en etiqueta ALT	SI
13) Extensión del texto	3.972
14) Densidad de palabra clave en el texto principal	0,73%
15) Presencia de la palabra clave en la primera oración del texto	SI
16) Palabra clave presente en la URL	SI
17) Número de barras en la URL de la página web	2
18) Velocidad de carga de la página web (en segundos)	0,7
19) Número de enlaces internos en página web	404
20) Número de enlaces salientes desde la página web (enlaces externos)	66

Factores externos

21) Tasa de rebote	39,0%
22) Tiempo medio de duración de la visita al sitio web (en minutos y segundos)	6:06

Seleccionar Palabra Clave:	saltadores para bebes
-----------------------------------	------------------------------

Página Web en primera posición en Google.es:

<https://www.amazon.es/saltador-bebe/s?k=saltador+bebe>

Factores estructurales

1) Edad del sitio web (años)	22
2) Palabra clave coincide exactamente con el nombre del dominio	NO
3) Terminación del dominio	.es
4) Número de páginas indexadas en todo el sitio web	41.600.000
5) Autoridad del dominio (sobre 100)	93
6) Número de enlaces entrantes a todo el sitio web (backlinks)	497.278.898
7) Número de dominios de referencia del sitio web (referring domains)	162.395
8) Número de "Me gusta" en Facebook	2.070.956

Factores internos

9) Palabra clave presente en etiqueta título	SI
10) Palabra clave presente en etiqueta de descripción	NO
11) Palabra clave en etiqueta H1	SI
12) Palabra clave en etiqueta ALT	SI
13) Extensión del texto	4.039
14) Densidad de palabra clave en el texto principal	0,87%
15) Presencia de la palabra clave en la primera oración del texto	NO
16) Palabra clave presente en la URL	SI
17) Número de barras en la URL de la página web	2
18) Velocidad de carga de la página web (en segundos)	0,7
19) Número de enlaces internos en página web	453
20) Número de enlaces salientes desde la página web (enlaces externos)	61

Factores externos

21) Tasa de rebote	39,0%
22) Tiempo medio de duración de la visita al sitio web (en minutos y segundos)	6:06

Seleccionar Palabra Clave:
sonajeros para bebes
Página Web en primera posición en Google.es:
<https://www.elcorteingles.es/bebes/juguetes/sonajeros-y-mordedores/>
Factores estructurales

1) Edad del sitio web (años)	25
2) Palabra clave coincide exactamente con el nombre del dominio	NO
3) Terminación del dominio	.es
4) Número de páginas indexadas en todo el sitio web	2.190.000
5) Autoridad del dominio (sobre 100)	92
6) Número de enlaces entrantes a todo el sitio web (backlinks)	43.532.744
7) Número de dominios de referencia del sitio web (referring domains)	49.929
8) Número de "Me gusta" en Facebook	2.095.461

Factores internos

9) Palabra clave presente en etiqueta título	SI
10) Palabra clave presente en etiqueta de descripción	SI
11) Palabra clave en etiqueta H1	NO
12) Palabra clave en etiqueta ALT	NO
13) Extensión del texto	9.245
14) Densidad de palabra clave en el texto principal	0,45%
15) Presencia de la palabra clave en la primera oración del texto	NO
16) Palabra clave presente en la URL	SI
17) Número de barras en la URL de la página web	4
18) Velocidad de carga de la página web (en segundos)	2,6
19) Número de enlaces internos en página web	3.603
20) Número de enlaces salientes desde la página web (enlaces externos)	56

Factores externos

21) Tasa de rebote	44,3%
22) Tiempo medio de duración de la visita al sitio web (en minutos y segundos)	3:39

Seleccionar Palabra Clave:
sabanas para cuna de bebe
Página Web en primera posición en Google.es:
<https://www.amazon.es/sabanas-cuna/s?k=sabanas+cuna>
Factores estructurales

1) Edad del sitio web (años)	22
2) Palabra clave coincide exactamente con el nombre del dominio	NO
3) Terminación del dominio	.es
4) Número de páginas indexadas en todo el sitio web	41.600.000
5) Autoridad del dominio (sobre 100)	93
6) Número de enlaces entrantes a todo el sitio web (backlinks)	497.278.898
7) Número de dominios de referencia del sitio web (referring domains)	162.395
8) Número de "Me gusta" en Facebook	2.070.956

Factores internos

9) Palabra clave presente en etiqueta título	NO
10) Palabra clave presente en etiqueta de descripción	NO
11) Palabra clave en etiqueta H1	NO
12) Palabra clave en etiqueta ALT	NO
13) Extensión del texto	3.822
14) Densidad de palabra clave en el texto principal	0,88%
15) Presencia de la palabra clave en la primera oración del texto	NO
16) Palabra clave presente en la URL	NO
17) Número de barras en la URL de la página web	2
18) Velocidad de carga de la página web (en segundos)	0,7
19) Número de enlaces internos en página web	441
20) Número de enlaces salientes desde la página web (enlaces externos)	43

Factores externos

21) Tasa de rebote	39,0%
22) Tiempo medio de duración de la visita al sitio web (en minutos y segundos)	6:06

Seleccionar Palabra Clave:
pañales para bebés
Página Web en primera posición en Google.es:
<https://www.amazon.es/Panales-Bebes/b?ie=UTF8&node=9594577031>
Factores estructurales

1) Edad del sitio web (años)	22
2) Palabra clave coincide exactamente con el nombre del dominio	NO
3) Terminación del dominio	.es
4) Número de páginas indexadas en todo el sitio web	41.600.000
5) Autoridad del dominio (sobre 100)	93
6) Número de enlaces entrantes a todo el sitio web (backlinks)	497.278.898
7) Número de dominios de referencia del sitio web (referring domains)	162.395
8) Número de "Me gusta" en Facebook	2.070.956

Factores internos

9) Palabra clave presente en etiqueta título	SI
10) Palabra clave presente en etiqueta de descripción	SI
11) Palabra clave en etiqueta H1	SI
12) Palabra clave en etiqueta ALT	SI
13) Extensión del texto	4.128
14) Densidad de palabra clave en el texto principal	1,79%
15) Presencia de la palabra clave en la primera oración del texto	SI
16) Palabra clave presente en la URL	SI
17) Número de barras en la URL de la página web	2
18) Velocidad de carga de la página web (en segundos)	0,8
19) Número de enlaces internos en página web	268
20) Número de enlaces salientes desde la página web (enlaces externos)	36

Factores externos

21) Tasa de rebote	39,0%
22) Tiempo medio de duración de la visita al sitio web (en minutos y segundos)	6:06

Seleccionar Palabra Clave:
luz quitamiedos bebe
Página Web en primera posición en Google.es:
<https://www.amazon.es/luz-quitamiedos-bebe/s?k=luz+quitamiedos+bebe>
Factores estructurales

1) Edad del sitio web (años)	22
2) Palabra clave coincide exactamente con el nombre del dominio	NO
3) Terminación del dominio	.es
4) Número de páginas indexadas en todo el sitio web	41.600.000
5) Autoridad del dominio (sobre 100)	93
6) Número de enlaces entrantes a todo el sitio web (backlinks)	497.278.898
7) Número de dominios de referencia del sitio web (referring domains)	162.395
8) Número de "Me gusta" en Facebook	2.070.956

Factores internos

9) Palabra clave presente en etiqueta título	SI
10) Palabra clave presente en etiqueta de descripción	NO
11) Palabra clave en etiqueta H1	SI
12) Palabra clave en etiqueta ALT	SI
13) Extensión del texto	4.740
14) Densidad de palabra clave en el texto principal	1,64%
15) Presencia de la palabra clave en la primera oración del texto	NO
16) Palabra clave presente en la URL	SI
17) Número de barras en la URL de la página web	2
18) Velocidad de carga de la página web (en segundos)	0,7
19) Número de enlaces internos en página web	437
20) Número de enlaces salientes desde la página web (enlaces externos)	67

Factores externos

21) Tasa de rebote	39,0%
22) Tiempo medio de duración de la visita al sitio web (en minutos y segundos)	6:06

Seleccionar Palabra Clave:
protectores de cuna para bebes
Página Web en primera posición en Google.es:
<https://www.vertbaudet.es/textil-hogar-y-decoracion/ropa-de-cuna/protectores-de-cuna.htm>
Factores estructurales

1) Edad del sitio web (años)	16
2) Palabra clave coincide exactamente con el nombre del dominio	NO
3) Terminación del dominio	.es
4) Número de páginas indexadas en todo el sitio web	17.300
5) Autoridad del dominio (sobre 100)	49
6) Número de enlaces entrantes a todo el sitio web (backlinks)	139.183
7) Número de dominios de referencia del sitio web (referring domains)	900
8) Número de "Me gusta" en Facebook	1.295.524

Factores internos

9) Palabra clave presente en etiqueta título	SI
10) Palabra clave presente en etiqueta de descripción	NO
11) Palabra clave en etiqueta H1	SI
12) Palabra clave en etiqueta ALT	NO
13) Extensión del texto	2.284
14) Densidad de palabra clave en el texto principal	0,68%
15) Presencia de la palabra clave en la primera oración del texto	NO
16) Palabra clave presente en la URL	NO
17) Número de barras en la URL de la página web	3
18) Velocidad de carga de la página web (en segundos)	2,7
19) Número de enlaces internos en página web	108
20) Número de enlaces salientes desde la página web (enlaces externos)	1

Factores externos

21) Tasa de rebote	NO INFO.
22) Tiempo medio de duración de la visita al sitio web (en minutos y segundos)	5:44

Seleccionar Palabra Clave:
mosquitera carro bebe
Página Web en primera posición en Google.es:
<https://www.amazon.es/mosquiteras-carritos/b?ie=UTF8&node=1909641031>
Factores estructurales

1) Edad del sitio web (años)	22
2) Palabra clave coincide exactamente con el nombre del dominio	NO
3) Terminación del dominio	.es
4) Número de páginas indexadas en todo el sitio web	41.600.000
5) Autoridad del dominio (sobre 100)	93
6) Número de enlaces entrantes a todo el sitio web (backlinks)	497.278.898
7) Número de dominios de referencia del sitio web (referring domains)	162.395
8) Número de "Me gusta" en Facebook	2.070.956

Factores internos

9) Palabra clave presente en etiqueta título	NO
10) Palabra clave presente en etiqueta de descripción	NO
11) Palabra clave en etiqueta H1	NO
12) Palabra clave en etiqueta ALT	SI
13) Extensión del texto	2.854
14) Densidad de palabra clave en el texto principal	1,13%
15) Presencia de la palabra clave en la primera oración del texto	NO
16) Palabra clave presente en la URL	NO
17) Número de barras en la URL de la página web	2
18) Velocidad de carga de la página web (en segundos)	1,1
19) Número de enlaces internos en página web	329
20) Número de enlaces salientes desde la página web (enlaces externos)	36

Factores externos

21) Tasa de rebote	39,0%
22) Tiempo medio de duración de la visita al sitio web (en minutos y segundos)	6:06

Seleccionar Palabra Clave:
correpasillos para bebe
Página Web en primera posición en Google.es:
<https://www.amazon.es/correpasillos-bebe/s?k=correpasillos+bebe>
Factores estructurales

1) Edad del sitio web (años)	22
2) Palabra clave coincide exactamente con el nombre del dominio	NO
3) Terminación del dominio	.es
4) Número de páginas indexadas en todo el sitio web	41.600.000
5) Autoridad del dominio (sobre 100)	93
6) Número de enlaces entrantes a todo el sitio web (backlinks)	497.278.898
7) Número de dominios de referencia del sitio web (referring domains)	162.395
8) Número de "Me gusta" en Facebook	2.070.956

Factores internos

9) Palabra clave presente en etiqueta título	SI
10) Palabra clave presente en etiqueta de descripción	NO
11) Palabra clave en etiqueta H1	SI
12) Palabra clave en etiqueta ALT	SI
13) Extensión del texto	4.235
14) Densidad de palabra clave en el texto principal	0,96%
15) Presencia de la palabra clave en la primera oración del texto	NO
16) Palabra clave presente en la URL	SI
17) Número de barras en la URL de la página web	2
18) Velocidad de carga de la página web (en segundos)	0,7
19) Número de enlaces internos en página web	450
20) Número de enlaces salientes desde la página web (enlaces externos)	66

Factores externos

21) Tasa de rebote	39,0%
22) Tiempo medio de duración de la visita al sitio web (en minutos y segundos)	6:06

Seleccionar Palabra Clave:
mordedores para bebe
Página Web en primera posición en Google.es:
<https://www.elcorteingles.es/bebes/mordedores/>
Factores estructurales

1) Edad del sitio web (años)	25
2) Palabra clave coincide exactamente con el nombre del dominio	NO
3) Terminación del dominio	.es
4) Número de páginas indexadas en todo el sitio web	2.190.000
5) Autoridad del dominio (sobre 100)	92
6) Número de enlaces entrantes a todo el sitio web (backlinks)	43.532.744
7) Número de dominios de referencia del sitio web (referring domains)	49.929
8) Número de "Me gusta" en Facebook	2.095.461

Factores internos

9) Palabra clave presente en etiqueta título	SI
10) Palabra clave presente en etiqueta de descripción	NO
11) Palabra clave en etiqueta H1	NO
12) Palabra clave en etiqueta ALT	NO
13) Extensión del texto	8.993
14) Densidad de palabra clave en el texto principal	0,43%
15) Presencia de la palabra clave en la primera oración del texto	NO
16) Palabra clave presente en la URL	SI
17) Número de barras en la URL de la página web	3
18) Velocidad de carga de la página web (en segundos)	2,5
19) Número de enlaces internos en página web	3.580
20) Número de enlaces salientes desde la página web (enlaces externos)	56

Factores externos

21) Tasa de rebote	44,3%
22) Tiempo medio de duración de la visita al sitio web (en minutos y segundos)	3:39

Seleccionar Palabra Clave:	neceser para bebe
-----------------------------------	--------------------------

Página Web en primera posición en Google.es:

<https://www.amazon.es/neceser-bebe/s?k=neceser+bebe>

Factores estructurales

1) Edad del sitio web (años)	22
2) Palabra clave coincide exactamente con el nombre del dominio	NO
3) Terminación del dominio	.es
4) Número de páginas indexadas en todo el sitio web	41.600.000
5) Autoridad del dominio (sobre 100)	93
6) Número de enlaces entrantes a todo el sitio web (backlinks)	497.278.898
7) Número de dominios de referencia del sitio web (referring domains)	162.395
8) Número de "Me gusta" en Facebook	2.070.956

Factores internos

9) Palabra clave presente en etiqueta título	SI
10) Palabra clave presente en etiqueta de descripción	NO
11) Palabra clave en etiqueta H1	SI
12) Palabra clave en etiqueta ALT	SI
13) Extensión del texto	4.403
14) Densidad de palabra clave en el texto principal	1,23%
15) Presencia de la palabra clave en la primera oración del texto	NO
16) Palabra clave presente en la URL	SI
17) Número de barras en la URL de la página web	2
18) Velocidad de carga de la página web (en segundos)	0,7
19) Número de enlaces internos en página web	525
20) Número de enlaces salientes desde la página web (enlaces externos)	65

Factores externos

21) Tasa de rebote	39,0%
22) Tiempo medio de duración de la visita al sitio web (en minutos y segundos)	6:06

Seleccionar Palabra Clave:	comprar cunas bebe
-----------------------------------	---------------------------

Página Web en primera posición en Google.es:

<https://www.elcorteingles.es/bebes/cunas/>

Factores estructurales

1) Edad del sitio web (años)	25
2) Palabra clave coincide exactamente con el nombre del dominio	NO
3) Terminación del dominio	.es
4) Número de páginas indexadas en todo el sitio web	2.190.000
5) Autoridad del dominio (sobre 100)	92
6) Número de enlaces entrantes a todo el sitio web (backlinks)	43.532.744
7) Número de dominios de referencia del sitio web (referring domains)	49.929
8) Número de "Me gusta" en Facebook	2.095.461

Factores internos

9) Palabra clave presente en etiqueta título	NO
10) Palabra clave presente en etiqueta de descripción	NO
11) Palabra clave en etiqueta H1	NO
12) Palabra clave en etiqueta ALT	NO
13) Extensión del texto	9.527
14) Densidad de palabra clave en el texto principal	0,16%
15) Presencia de la palabra clave en la primera oración del texto	NO
16) Palabra clave presente en la URL	NO
17) Número de barras en la URL de la página web	3
18) Velocidad de carga de la página web (en segundos)	2,6
19) Número de enlaces internos en página web	3.586
20) Número de enlaces salientes desde la página web (enlaces externos)	56

Factores externos

21) Tasa de rebote	44,3%
22) Tiempo medio de duración de la visita al sitio web (en minutos y segundos)	3:39

Seleccionar Palabra Clave:	manta de actividades para bebes
<i>Página Web en primera posición en Google.es:</i>	https://www.amazon.es/manta-actividades-bebe/s?k=manta+actividades+bebe&af=%7B%22quartzVehicle%22%3A%22284-1094%22%2C%22replacementKeywords%22%3A%22actividades+bebe%22%7D
Factores estructurales	
1) Edad del sitio web (años)	22
2) Palabra clave coincide exactamente con el nombre del dominio	NO
3) Terminación del dominio	.es
4) Número de páginas indexadas en todo el sitio web	41.600.000
5) Autoridad del dominio (sobre 100)	93
6) Número de enlaces entrantes a todo el sitio web (backlinks)	497.278.898
7) Número de dominios de referencia del sitio web (referring domains)	162.395
8) Número de "Me gusta" en Facebook	2.070.956
Factores internos	
9) Palabra clave presente en etiqueta título	SI
10) Palabra clave presente en etiqueta de descripción	NO
11) Palabra clave en etiqueta H1	SI
12) Palabra clave en etiqueta ALT	SI
13) Extensión del texto	4.018
14) Densidad de palabra clave en el texto principal	0,95%
15) Presencia de la palabra clave en la primera oración del texto	NO
16) Palabra clave presente en la URL	SI
17) Número de barras en la URL de la página web	2
18) Velocidad de carga de la página web (en segundos)	0,7
19) Número de enlaces internos en página web	439
20) Número de enlaces salientes desde la página web (enlaces externos)	51
Factores externos	
21) Tasa de rebote	39,0%
22) Tiempo medio de duración de la visita al sitio web (en minutos y segundos)	6:06

Seleccionar Palabra Clave:	comprar carritos bebe
<i>Página Web en primera posición en Google.es:</i>	https://www.elcorteingles.es/bebes/carros-de-bebe/
Factores estructurales	
1) Edad del sitio web (años)	25
2) Palabra clave coincide exactamente con el nombre del dominio	NO
3) Terminación del dominio	.es
4) Número de páginas indexadas en todo el sitio web	2.190.000
5) Autoridad del dominio (sobre 100)	92
6) Número de enlaces entrantes a todo el sitio web (backlinks)	43.532.744
7) Número de dominios de referencia del sitio web (referring domains)	49.929
8) Número de "Me gusta" en Facebook	2.095.461
Factores internos	
9) Palabra clave presente en etiqueta título	NO
10) Palabra clave presente en etiqueta de descripción	NO
11) Palabra clave en etiqueta H1	NO
12) Palabra clave en etiqueta ALT	NO
13) Extensión del texto	9.229
14) Densidad de palabra clave en el texto principal	0,12%
15) Presencia de la palabra clave en la primera oración del texto	NO
16) Palabra clave presente en la URL	NO
17) Número de barras en la URL de la página web	3
18) Velocidad de carga de la página web (en segundos)	2,7
19) Número de enlaces internos en página web	3.644
20) Número de enlaces salientes desde la página web (enlaces externos)	56
Factores externos	
21) Tasa de rebote	44,3%
22) Tiempo medio de duración de la visita al sitio web (en minutos y segundos)	3:39

Seleccionar Palabra Clave:	termos para biberones
-----------------------------------	------------------------------

Página Web en primera posición en Google.es:

<https://www.amazon.es/termo-biberones/s?k=termo+para+biberones>

Factores estructurales	
1) Edad del sitio web (años)	22
2) Palabra clave coincide exactamente con el nombre del dominio	NO
3) Terminación del dominio	.es
4) Número de páginas indexadas en todo el sitio web	41.600.000
5) Autoridad del dominio (sobre 100)	93
6) Número de enlaces entrantes a todo el sitio web (backlinks)	497.278.898
7) Número de dominios de referencia del sitio web (referring domains)	162.395
8) Número de "Me gusta" en Facebook	2.070.956
Factores internos	
9) Palabra clave presente en etiqueta título	SI
10) Palabra clave presente en etiqueta de descripción	NO
11) Palabra clave en etiqueta H1	SI
12) Palabra clave en etiqueta ALT	NO
13) Extensión del texto	4.185
14) Densidad de palabra clave en el texto principal	0,94%
15) Presencia de la palabra clave en la primera oración del texto	NO
16) Palabra clave presente en la URL	SI
17) Número de barras en la URL de la página web	2
18) Velocidad de carga de la página web (en segundos)	0,7
19) Número de enlaces internos en página web	438
20) Número de enlaces salientes desde la página web (enlaces externos)	66
Factores externos	
21) Tasa de rebote	39,0%
22) Tiempo medio de duración de la visita al sitio web (en minutos y segundos)	6:06

Seleccionar Palabra Clave:	cubiertos para bebe
-----------------------------------	----------------------------

Página Web en primera posición en Google.es:

<https://www.amazon.es/cubiertos-para-bebes/b?ie=UTF8&node=1909620031>

Factores estructurales	
1) Edad del sitio web (años)	22
2) Palabra clave coincide exactamente con el nombre del dominio	NO
3) Terminación del dominio	.es
4) Número de páginas indexadas en todo el sitio web	41.600.000
5) Autoridad del dominio (sobre 100)	93
6) Número de enlaces entrantes a todo el sitio web (backlinks)	497.278.898
7) Número de dominios de referencia del sitio web (referring domains)	162.395
8) Número de "Me gusta" en Facebook	2.070.956
Factores internos	
9) Palabra clave presente en etiqueta título	SI
10) Palabra clave presente en etiqueta de descripción	NO
11) Palabra clave en etiqueta H1	NO
12) Palabra clave en etiqueta ALT	NO
13) Extensión del texto	2.621
14) Densidad de palabra clave en el texto principal	1,78%
15) Presencia de la palabra clave en la primera oración del texto	NO
16) Palabra clave presente en la URL	SI
17) Número de barras en la URL de la página web	2
18) Velocidad de carga de la página web (en segundos)	0,8
19) Número de enlaces internos en página web	292
20) Número de enlaces salientes desde la página web (enlaces externos)	36
Factores externos	
21) Tasa de rebote	39,0%
22) Tiempo medio de duración de la visita al sitio web (en minutos y segundos)	6:06

Seleccionar Palabra Clave:	calcetines de bebe
-----------------------------------	---------------------------

Página Web en primera posición en Google.es:

<https://www.condor.es/tienda/es/calcetines>

Factores estructurales

1) Edad del sitio web (años)	16
2) Palabra clave coincide exactamente con el nombre del dominio	NO
3) Terminación del dominio	.es
4) Número de páginas indexadas en todo el sitio web	17.500
5) Autoridad del dominio (sobre 100)	45
6) Número de enlaces entrantes a todo el sitio web (backlinks)	116.844
7) Número de dominios de referencia del sitio web (referring domains)	632
8) Número de "Me gusta" en Facebook	31.079

Factores internos

9) Palabra clave presente en etiqueta título	SI
10) Palabra clave presente en etiqueta de descripción	NO
11) Palabra clave en etiqueta H1	NO
12) Palabra clave en etiqueta ALT	NO
13) Extensión del texto	4.616
14) Densidad de palabra clave en el texto principal	1,34%
15) Presencia de la palabra clave en la primera oración del texto	NO
16) Palabra clave presente en la URL	NO
17) Número de barras en la URL de la página web	3
18) Velocidad de carga de la página web (en segundos)	4
19) Número de enlaces internos en página web	548
20) Número de enlaces salientes desde la página web (enlaces externos)	7

Factores externos

21) Tasa de rebote	NO INFO.
22) Tiempo medio de duración de la visita al sitio web (en minutos y segundos)	NO INFO.

Seleccionar Palabra Clave:	leche en polvo para bebe
-----------------------------------	---------------------------------

Página Web en primera posición en Google.es:

<https://www.bebitus.com/alimentacion/leches-en-polvo/>

Factores estructurales

1) Edad del sitio web (años)	10
2) Palabra clave coincide exactamente con el nombre del dominio	NO
3) Terminación del dominio	.com
4) Número de páginas indexadas en todo el sitio web	20.200
5) Autoridad del dominio (sobre 100)	49
6) Número de enlaces entrantes a todo el sitio web (backlinks)	75.223
7) Número de dominios de referencia del sitio web (referring domains)	1.007
8) Número de "Me gusta" en Facebook	96.386

Factores internos

9) Palabra clave presente en etiqueta título	SI
10) Palabra clave presente en etiqueta de descripción	SI
11) Palabra clave en etiqueta H1	NO
12) Palabra clave en etiqueta ALT	NO
13) Extensión del texto	3.205
14) Densidad de palabra clave en el texto principal	0,94%
15) Presencia de la palabra clave en la primera oración del texto	NO
16) Palabra clave presente en la URL	NO
17) Número de barras en la URL de la página web	3
18) Velocidad de carga de la página web (en segundos)	2
19) Número de enlaces internos en página web	487
20) Número de enlaces salientes desde la página web (enlaces externos)	7

Factores externos

21) Tasa de rebote	84,6%
22) Tiempo medio de duración de la visita al sitio web (en minutos y segundos)	1:44

Seleccionar Palabra Clave:

capazos para bebes

Página Web en primera posición en Google.es:

<https://www.amazon.es/capazos-bebe/b?ie=UTF8&node=1909562031>

Factores estructurales

1) Edad del sitio web (años)	22
2) Palabra clave coincide exactamente con el nombre del dominio	NO
3) Terminación del dominio	.es
4) Número de páginas indexadas en todo el sitio web	41.600.000
5) Autoridad del dominio (sobre 100)	93
6) Número de enlaces entrantes a todo el sitio web (backlinks)	497.278.898
7) Número de dominios de referencia del sitio web (referring domains)	162.395
8) Número de "Me gusta" en Facebook	2.070.956

Factores internos

9) Palabra clave presente en etiqueta título	SI
10) Palabra clave presente en etiqueta de descripción	SI
11) Palabra clave en etiqueta H1	SI
12) Palabra clave en etiqueta ALT	NO
13) Extensión del texto	1.969
14) Densidad de palabra clave en el texto principal	0,62%
15) Presencia de la palabra clave en la primera oración del texto	NO
16) Palabra clave presente en la URL	SI
17) Número de barras en la URL de la página web	2
18) Velocidad de carga de la página web (en segundos)	0,7
19) Número de enlaces internos en página web	240
20) Número de enlaces salientes desde la página web (enlaces externos)	36

Factores externos

21) Tasa de rebote	39,0%
22) Tiempo medio de duración de la visita al sitio web (en minutos y segundos)	6:06

Seleccionar Palabra Clave:

porta toallitas bebe

Página Web en primera posición en Google.es:

<https://www.amazon.es/porta-toallitas-bebe/s?k=porta+toallitas+bebe>

Factores estructurales

1) Edad del sitio web (años)	22
2) Palabra clave coincide exactamente con el nombre del dominio	NO
3) Terminación del dominio	.es
4) Número de páginas indexadas en todo el sitio web	41.600.000
5) Autoridad del dominio (sobre 100)	93
6) Número de enlaces entrantes a todo el sitio web (backlinks)	497.278.898
7) Número de dominios de referencia del sitio web (referring domains)	162.395
8) Número de "Me gusta" en Facebook	2.070.956

Factores internos

9) Palabra clave presente en etiqueta título	SI
10) Palabra clave presente en etiqueta de descripción	NO
11) Palabra clave en etiqueta H1	SI
12) Palabra clave en etiqueta ALT	SI
13) Extensión del texto	4.081
14) Densidad de palabra clave en el texto principal	1,52%
15) Presencia de la palabra clave en la primera oración del texto	SI
16) Palabra clave presente en la URL	SI
17) Número de barras en la URL de la página web	2
18) Velocidad de carga de la página web (en segundos)	0,7
19) Número de enlaces internos en página web	416
20) Número de enlaces salientes desde la página web (enlaces externos)	66

Factores externos

21) Tasa de rebote	39,0%
22) Tiempo medio de duración de la visita al sitio web (en minutos y segundos)	6:06

Seleccionar Palabra Clave:
lamparas quitamiedos bebe
Página Web en primera posición en Google.es:
<https://www.amazon.es/luz-quitamiedos-bebe/s?k=luz+quitamiedos+bebe>
Factores estructurales

1) Edad del sitio web (años)	22
2) Palabra clave coincide exactamente con el nombre del dominio	NO
3) Terminación del dominio	.es
4) Número de páginas indexadas en todo el sitio web	41.600.000
5) Autoridad del dominio (sobre 100)	93
6) Número de enlaces entrantes a todo el sitio web (backlinks)	497.278.898
7) Número de dominios de referencia del sitio web (referring domains)	162.395
8) Número de "Me gusta" en Facebook	2.070.956

Factores internos

9) Palabra clave presente en etiqueta título	NO
10) Palabra clave presente en etiqueta de descripción	NO
11) Palabra clave en etiqueta H1	NO
12) Palabra clave en etiqueta ALT	NO
13) Extensión del texto	4.740
14) Densidad de palabra clave en el texto principal	0,67%
15) Presencia de la palabra clave en la primera oración del texto	NO
16) Palabra clave presente en la URL	NO
17) Número de barras en la URL de la página web	2
18) Velocidad de carga de la página web (en segundos)	0,7
19) Número de enlaces internos en página web	437
20) Número de enlaces salientes desde la página web (enlaces externos)	67

Factores externos

21) Tasa de rebote	39,0%
22) Tiempo medio de duración de la visita al sitio web (en minutos y segundos)	6:06

Seleccionar Palabra Clave:
comprar ropa de bebe
Página Web en primera posición en Google.es:
<https://www.gocco.es/bebe>
Factores estructurales

1) Edad del sitio web (años)	21
2) Palabra clave coincide exactamente con el nombre del dominio	NO
3) Terminación del dominio	.es
4) Número de páginas indexadas en todo el sitio web	4.870
5) Autoridad del dominio (sobre 100)	46
6) Número de enlaces entrantes a todo el sitio web (backlinks)	6.222
7) Número de dominios de referencia del sitio web (referring domains)	656
8) Número de "Me gusta" en Facebook	171.333

Factores internos

9) Palabra clave presente en etiqueta título	NO
10) Palabra clave presente en etiqueta de descripción	NO
11) Palabra clave en etiqueta H1	NO
12) Palabra clave en etiqueta ALT	NO
13) Extensión del texto	1.428
14) Densidad de palabra clave en el texto principal	0,71%
15) Presencia de la palabra clave en la primera oración del texto	NO
16) Palabra clave presente en la URL	NO
17) Número de barras en la URL de la página web	1
18) Velocidad de carga de la página web (en segundos)	4,8
19) Número de enlaces internos en página web	254
20) Número de enlaces salientes desde la página web (enlaces externos)	6

Factores externos

21) Tasa de rebote	NO INFO.
22) Tiempo medio de duración de la visita al sitio web (en minutos y segundos)	5:06

Seleccionar Palabra Clave:
tiendas online de bebes baratas
Página Web en primera posición en Google.es:
<https://www.bebitus.com/>
Factores estructurales

1) Edad del sitio web (años)	10
2) Palabra clave coincide exactamente con el nombre del dominio	NO
3) Terminación del dominio	.com
4) Número de páginas indexadas en todo el sitio web	20.200
5) Autoridad del dominio (sobre 100)	49
6) Número de enlaces entrantes a todo el sitio web (backlinks)	75.223
7) Número de dominios de referencia del sitio web (referring domains)	1.007
8) Número de "Me gusta" en Facebook	96.386

Factores internos

9) Palabra clave presente en etiqueta título	NO
10) Palabra clave presente en etiqueta de descripción	NO
11) Palabra clave en etiqueta H1	NO
12) Palabra clave en etiqueta ALT	NO
13) Extensión del texto	1.670
14) Densidad de palabra clave en el texto principal	0,13%
15) Presencia de la palabra clave en la primera oración del texto	NO
16) Palabra clave presente en la URL	NO
17) Número de barras en la URL de la página web	1
18) Velocidad de carga de la página web (en segundos)	1,9
19) Número de enlaces internos en página web	403
20) Número de enlaces salientes desde la página web (enlaces externos)	8

Factores externos

21) Tasa de rebote	84,6%
22) Tiempo medio de duración de la visita al sitio web (en minutos y segundos)	1:44

Seleccionar Palabra Clave:
cremas para bebes recién nacidos
Página Web en primera posición en Google.es:
<https://www.amazon.es/crema-bebe-recien-nacido/s?k=crema+bebe+recien+nacido>
Factores estructurales

1) Edad del sitio web (años)	22
2) Palabra clave coincide exactamente con el nombre del dominio	NO
3) Terminación del dominio	.es
4) Número de páginas indexadas en todo el sitio web	41.600.000
5) Autoridad del dominio (sobre 100)	93
6) Número de enlaces entrantes a todo el sitio web (backlinks)	497.278.898
7) Número de dominios de referencia del sitio web (referring domains)	162.395
8) Número de "Me gusta" en Facebook	2.070.956

Factores internos

9) Palabra clave presente en etiqueta título	SI
10) Palabra clave presente en etiqueta de descripción	NO
11) Palabra clave en etiqueta H1	SI
12) Palabra clave en etiqueta ALT	NO
13) Extensión del texto	4.271
14) Densidad de palabra clave en el texto principal	0,52%
15) Presencia de la palabra clave en la primera oración del texto	NO
16) Palabra clave presente en la URL	SI
17) Número de barras en la URL de la página web	2
18) Velocidad de carga de la página web (en segundos)	0,7
19) Número de enlaces internos en página web	439
20) Número de enlaces salientes desde la página web (enlaces externos)	66

Factores externos

21) Tasa de rebote	39,0%
22) Tiempo medio de duración de la visita al sitio web (en minutos y segundos)	6:06

Seleccionar Palabra Clave:	peine para bebe
<i>Página Web en primera posición en Google.es:</i>	https://www.amazon.es/cepillo-peine-bebe/s?k=cepillo+y+peine+bebe&af=%7B%22quartzVehicle%22%3A%2264-792%22%2C%22replacementKeywords%22%3A%22cepillo+peine+bebe%22%7D
Factores estructurales	
1) Edad del sitio web (años)	22
2) Palabra clave coincide exactamente con el nombre del dominio	NO
3) Terminación del dominio	.es
4) Número de páginas indexadas en todo el sitio web	41.600.000
5) Autoridad del dominio (sobre 100)	93
6) Número de enlaces entrantes a todo el sitio web (backlinks)	497.278.898
7) Número de dominios de referencia del sitio web (referring domains)	162.395
8) Número de "Me gusta" en Facebook	2.070.956
Factores internos	
9) Palabra clave presente en etiqueta título	SI
10) Palabra clave presente en etiqueta de descripción	NO
11) Palabra clave en etiqueta H1	SI
12) Palabra clave en etiqueta ALT	SI
13) Extensión del texto	3.945
14) Densidad de palabra clave en el texto principal	1,44%
15) Presencia de la palabra clave en la primera oración del texto	SI
16) Palabra clave presente en la URL	SI
17) Número de barras en la URL de la página web	2
18) Velocidad de carga de la página web (en segundos)	0,7
19) Número de enlaces internos en página web	421
20) Número de enlaces salientes desde la página web (enlaces externos)	50
Factores externos	
21) Tasa de rebote	39,0%
22) Tiempo medio de duración de la visita al sitio web (en minutos y segundos)	6:06

Seleccionar Palabra Clave:	cunas de viaje para bebes
<i>Página Web en primera posición en Google.es:</i>	https://www.elcorteingles.es/bebes/cunas-de-viaje/
Factores estructurales	
1) Edad del sitio web (años)	25
2) Palabra clave coincide exactamente con el nombre del dominio	NO
3) Terminación del dominio	.es
4) Número de páginas indexadas en todo el sitio web	2.190.000
5) Autoridad del dominio (sobre 100)	92
6) Número de enlaces entrantes a todo el sitio web (backlinks)	43.532.744
7) Número de dominios de referencia del sitio web (referring domains)	49.929
8) Número de "Me gusta" en Facebook	2.095.461
Factores internos	
9) Palabra clave presente en etiqueta título	SI
10) Palabra clave presente en etiqueta de descripción	SI
11) Palabra clave en etiqueta H1	NO
12) Palabra clave en etiqueta ALT	NO
13) Extensión del texto	8.893
14) Densidad de palabra clave en el texto principal	0,37%
15) Presencia de la palabra clave en la primera oración del texto	NO
16) Palabra clave presente en la URL	SI
17) Número de barras en la URL de la página web	3
18) Velocidad de carga de la página web (en segundos)	2,7
19) Número de enlaces internos en página web	3.593
20) Número de enlaces salientes desde la página web (enlaces externos)	56
Factores externos	
21) Tasa de rebote	44,3%
22) Tiempo medio de duración de la visita al sitio web (en minutos y segundos)	3:39

Seleccionar Palabra Clave:	orinal para bebe
-----------------------------------	-------------------------

Página Web en primera posición en Google.es:

<https://www.amazon.es/orinales/b?ie=UTF8&node=1909627031>

Factores estructurales

1) Edad del sitio web (años)	22
2) Palabra clave coincide exactamente con el nombre del dominio	NO
3) Terminación del dominio	.es
4) Número de páginas indexadas en todo el sitio web	41.600.000
5) Autoridad del dominio (sobre 100)	93
6) Número de enlaces entrantes a todo el sitio web (backlinks)	497.278.898
7) Número de dominios de referencia del sitio web (referring domains)	162.395
8) Número de "Me gusta" en Facebook	2.070.956

Factores internos

9) Palabra clave presente en etiqueta título	NO
10) Palabra clave presente en etiqueta de descripción	NO
11) Palabra clave en etiqueta H1	NO
12) Palabra clave en etiqueta ALT	SI
13) Extensión del texto	2.761
14) Densidad de palabra clave en el texto principal	2,22%
15) Presencia de la palabra clave en la primera oración del texto	NO
16) Palabra clave presente en la URL	NO
17) Número de barras en la URL de la página web	2
18) Velocidad de carga de la página web (en segundos)	0,8
19) Número de enlaces internos en página web	300
20) Número de enlaces salientes desde la página web (enlaces externos)	36

Factores externos

21) Tasa de rebote	39,0%
22) Tiempo medio de duración de la visita al sitio web (en minutos y segundos)	6:06

Seleccionar Palabra Clave:	movil musical para cuna
-----------------------------------	--------------------------------

Página Web en primera posición en Google.es:

<https://www.amazon.es/moviles-bebe/b?ie=UTF8&node=1909594031>

Factores estructurales

1) Edad del sitio web (años)	22
2) Palabra clave coincide exactamente con el nombre del dominio	NO
3) Terminación del dominio	.es
4) Número de páginas indexadas en todo el sitio web	41.600.000
5) Autoridad del dominio (sobre 100)	93
6) Número de enlaces entrantes a todo el sitio web (backlinks)	497.278.898
7) Número de dominios de referencia del sitio web (referring domains)	162.395
8) Número de "Me gusta" en Facebook	2.070.956

Factores internos

9) Palabra clave presente en etiqueta título	NO
10) Palabra clave presente en etiqueta de descripción	NO
11) Palabra clave en etiqueta H1	NO
12) Palabra clave en etiqueta ALT	SI
13) Extensión del texto	3.282
14) Densidad de palabra clave en el texto principal	2,33%
15) Presencia de la palabra clave en la primera oración del texto	NO
16) Palabra clave presente en la URL	NO
17) Número de barras en la URL de la página web	2
18) Velocidad de carga de la página web (en segundos)	0,7
19) Número de enlaces internos en página web	309
20) Número de enlaces salientes desde la página web (enlaces externos)	36

Factores externos

21) Tasa de rebote	39,0%
22) Tiempo medio de duración de la visita al sitio web (en minutos y segundos)	6:06

Seleccionar Palabra Clave:

ropa de cuna para bebe

Página Web en primera posición en Google.es:

<https://www.vertbaudet.es/textil-hogar-y-decoracion/ropa-de-cuna.htm>

Factores estructurales

1) Edad del sitio web (años)	16
2) Palabra clave coincide exactamente con el nombre del dominio	NO
3) Terminación del dominio	.es
4) Número de páginas indexadas en todo el sitio web	17.300
5) Autoridad del dominio (sobre 100)	49
6) Número de enlaces entrantes a todo el sitio web (backlinks)	139.183
7) Número de dominios de referencia del sitio web (referring domains)	900
8) Número de "Me gusta" en Facebook	1.295.524

Factores internos

9) Palabra clave presente en etiqueta título	NO
10) Palabra clave presente en etiqueta de descripción	NO
11) Palabra clave en etiqueta H1	NO
12) Palabra clave en etiqueta ALT	NO
13) Extensión del texto	3.050
14) Densidad de palabra clave en el texto principal	0,96%
15) Presencia de la palabra clave en la primera oración del texto	NO
16) Palabra clave presente en la URL	NO
17) Número de barras en la URL de la página web	2
18) Velocidad de carga de la página web (en segundos)	3,2
19) Número de enlaces internos en página web	164
20) Número de enlaces salientes desde la página web (enlaces externos)	1

Factores externos

21) Tasa de rebote	NO INFO.
22) Tiempo medio de duración de la visita al sitio web (en minutos y segundos)	5:44

Seleccionar Palabra Clave:

tienda online para bebes

Página Web en primera posición en Google.es:

<https://www.bebitus.com/>

Factores estructurales

1) Edad del sitio web (años)	10
2) Palabra clave coincide exactamente con el nombre del dominio	NO
3) Terminación del dominio	.com
4) Número de páginas indexadas en todo el sitio web	20.200
5) Autoridad del dominio (sobre 100)	49
6) Número de enlaces entrantes a todo el sitio web (backlinks)	75.223
7) Número de dominios de referencia del sitio web (referring domains)	1.007
8) Número de "Me gusta" en Facebook	96.386

Factores internos

9) Palabra clave presente en etiqueta título	SI
10) Palabra clave presente en etiqueta de descripción	SI
11) Palabra clave en etiqueta H1	NO
12) Palabra clave en etiqueta ALT	NO
13) Extensión del texto	1.670
14) Densidad de palabra clave en el texto principal	0,67%
15) Presencia de la palabra clave en la primera oración del texto	NO
16) Palabra clave presente en la URL	NO
17) Número de barras en la URL de la página web	1
18) Velocidad de carga de la página web (en segundos)	1,9
19) Número de enlaces internos en página web	403
20) Número de enlaces salientes desde la página web (enlaces externos)	8

Factores externos

21) Tasa de rebote	84,6%
22) Tiempo medio de duración de la visita al sitio web (en minutos y segundos)	1:44

Seleccionar Palabra Clave:	tienda online puericultura
-----------------------------------	-----------------------------------

Página Web en primera posición en Google.es:

<https://www.bblandia.es/>

Factores estructurales

1) Edad del sitio web (años)	13
2) Palabra clave coincide exactamente con el nombre del dominio	NO
3) Terminación del dominio	.es
4) Número de páginas indexadas en todo el sitio web	13.500
5) Autoridad del dominio (sobre 100)	33
6) Número de enlaces entrantes a todo el sitio web (backlinks)	1.518
7) Número de dominios de referencia del sitio web (referring domains)	342
8) Número de "Me gusta" en Facebook	35.557

Factores internos

9) Palabra clave presente en etiqueta título	NO
10) Palabra clave presente en etiqueta de descripción	SI
11) Palabra clave en etiqueta H1	NO
12) Palabra clave en etiqueta ALT	NO
13) Extensión del texto	1.156
14) Densidad de palabra clave en el texto principal	0,28%
15) Presencia de la palabra clave en la primera oración del texto	NO
16) Palabra clave presente en la URL	NO
17) Número de barras en la URL de la página web	1
18) Velocidad de carga de la página web (en segundos)	3,1
19) Número de enlaces internos en página web	282
20) Número de enlaces salientes desde la página web (enlaces externos)	10

Factores externos

21) Tasa de rebote	NO INFO.
22) Tiempo medio de duración de la visita al sitio web (en minutos y segundos)	NO INFO.

Seleccionar Palabra Clave:	comprar tronas bebe
-----------------------------------	----------------------------

Página Web en primera posición en Google.es:

<https://www.elcorteingles.es/bebes/tronas/>

Factores estructurales

1) Edad del sitio web (años)	25
2) Palabra clave coincide exactamente con el nombre del dominio	NO
3) Terminación del dominio	.es
4) Número de páginas indexadas en todo el sitio web	2.190.000
5) Autoridad del dominio (sobre 100)	92
6) Número de enlaces entrantes a todo el sitio web (backlinks)	43.532.744
7) Número de dominios de referencia del sitio web (referring domains)	49.929
8) Número de "Me gusta" en Facebook	2.095.461

Factores internos

9) Palabra clave presente en etiqueta título	NO
10) Palabra clave presente en etiqueta de descripción	NO
11) Palabra clave en etiqueta H1	NO
12) Palabra clave en etiqueta ALT	NO
13) Extensión del texto	8.841
14) Densidad de palabra clave en el texto principal	0,13%
15) Presencia de la palabra clave en la primera oración del texto	NO
16) Palabra clave presente en la URL	NO
17) Número de barras en la URL de la página web	3
18) Velocidad de carga de la página web (en segundos)	3,2
19) Número de enlaces internos en página web	3.591
20) Número de enlaces salientes desde la página web (enlaces externos)	56

Factores externos

21) Tasa de rebote	44,3%
22) Tiempo medio de duración de la visita al sitio web (en minutos y segundos)	3:39

Seleccionar Palabra Clave:	comprar chupetes
-----------------------------------	-------------------------

Página Web en primera posición en Google.es:

<https://www.dosfarma.com/bebe-y-mama/accesorios-bebe/chupetes/>

Factores estructurales	
1) Edad del sitio web (años)	8
2) Palabra clave coincide exactamente con el nombre del dominio	NO
3) Terminación del dominio	.com
4) Número de páginas indexadas en todo el sitio web	37.200
5) Autoridad del dominio (sobre 100)	53
6) Número de enlaces entrantes a todo el sitio web (backlinks)	27.734
7) Número de dominios de referencia del sitio web (referring domains)	2.055
8) Número de "Me gusta" en Facebook	45.171
Factores internos	
9) Palabra clave presente en etiqueta título	NO
10) Palabra clave presente en etiqueta de descripción	NO
11) Palabra clave en etiqueta H1	NO
12) Palabra clave en etiqueta ALT	NO
13) Extensión del texto	3.433
14) Densidad de palabra clave en el texto principal	0,25%
15) Presencia de la palabra clave en la primera oración del texto	NO
16) Palabra clave presente en la URL	NO
17) Número de barras en la URL de la página web	4
18) Velocidad de carga de la página web (en segundos)	4,4
19) Número de enlaces internos en página web	497
20) Número de enlaces salientes desde la página web (enlaces externos)	24
Factores externos	
21) Tasa de rebote	70,0%
22) Tiempo medio de duración de la visita al sitio web (en minutos y segundos)	2:19

Seleccionar Palabra Clave:	comprar ropa bebes online
-----------------------------------	----------------------------------

Página Web en primera posición en Google.es:

<https://www.losan.com/ropa-bebe>

Factores estructurales	
1) Edad del sitio web (años)	24
2) Palabra clave coincide exactamente con el nombre del dominio	NO
3) Terminación del dominio	.com
4) Número de páginas indexadas en todo el sitio web	36.700
5) Autoridad del dominio (sobre 100)	40
6) Número de enlaces entrantes a todo el sitio web (backlinks)	19.421
7) Número de dominios de referencia del sitio web (referring domains)	729
8) Número de "Me gusta" en Facebook	109.645
Factores internos	
9) Palabra clave presente en etiqueta título	NO
10) Palabra clave presente en etiqueta de descripción	NO
11) Palabra clave en etiqueta H1	NO
12) Palabra clave en etiqueta ALT	NO
13) Extensión del texto	1.329
14) Densidad de palabra clave en el texto principal	2,12%
15) Presencia de la palabra clave en la primera oración del texto	NO
16) Palabra clave presente en la URL	NO
17) Número de barras en la URL de la página web	1
18) Velocidad de carga de la página web (en segundos)	2,6
19) Número de enlaces internos en página web	287
20) Número de enlaces salientes desde la página web (enlaces externos)	21
Factores externos	
21) Tasa de rebote	42,9%
22) Tiempo medio de duración de la visita al sitio web (en minutos y segundos)	2:14

Seleccionar Palabra Clave:
albornoces para bebes
Página Web en primera posición en Google.es:
<https://www.amazon.es/albornoz-bebe/s?k=albornoz+bebe>
Factores estructurales

1) Edad del sitio web (años)	22
2) Palabra clave coincide exactamente con el nombre del dominio	NO
3) Terminación del dominio	.es
4) Número de páginas indexadas en todo el sitio web	41.600.000
5) Autoridad del dominio (sobre 100)	93
6) Número de enlaces entrantes a todo el sitio web (backlinks)	497.278.898
7) Número de dominios de referencia del sitio web (referring domains)	162.395
8) Número de "Me gusta" en Facebook	2.070.956

Factores internos

9) Palabra clave presente en etiqueta título	SI
10) Palabra clave presente en etiqueta de descripción	NO
11) Palabra clave en etiqueta H1	SI
12) Palabra clave en etiqueta ALT	SI
13) Extensión del texto	3.966
14) Densidad de palabra clave en el texto principal	0,60%
15) Presencia de la palabra clave en la primera oración del texto	NO
16) Palabra clave presente en la URL	SI
17) Número de barras en la URL de la página web	2
18) Velocidad de carga de la página web (en segundos)	0,7
19) Número de enlaces internos en página web	461
20) Número de enlaces salientes desde la página web (enlaces externos)	62

Factores externos

21) Tasa de rebote	39,0%
22) Tiempo medio de duración de la visita al sitio web (en minutos y segundos)	6:06

Seleccionar Palabra Clave:
comprar bodys bebe
Página Web en primera posición en Google.es:
<https://www.hipercor.es/moda-y-accesorios/moda-infantil/pijamas-e-interiores-bebe-0-36-meses/bodys-bebe/>
Factores estructurales

1) Edad del sitio web (años)	23
2) Palabra clave coincide exactamente con el nombre del dominio	NO
3) Terminación del dominio	.es
4) Número de páginas indexadas en todo el sitio web	351.000
5) Autoridad del dominio (sobre 100)	59
6) Número de enlaces entrantes a todo el sitio web (backlinks)	7.808.515
7) Número de dominios de referencia del sitio web (referring domains)	1.582
8) Número de "Me gusta" en Facebook	415.913

Factores internos

9) Palabra clave presente en etiqueta título	SI
10) Palabra clave presente en etiqueta de descripción	NO
11) Palabra clave en etiqueta H1	SI
12) Palabra clave en etiqueta ALT	NO
13) Extensión del texto	2.932
14) Densidad de palabra clave en el texto principal	0,57%
15) Presencia de la palabra clave en la primera oración del texto	NO
16) Palabra clave presente en la URL	NO
17) Número de barras en la URL de la página web	5
18) Velocidad de carga de la página web (en segundos)	3,5
19) Número de enlaces internos en página web	810
20) Número de enlaces salientes desde la página web (enlaces externos)	50

Factores externos

21) Tasa de rebote	72,2%
22) Tiempo medio de duración de la visita al sitio web (en minutos y segundos)	3:23

Seleccionar Palabra Clave:
comprar cunas de viaje
Página Web en primera posición en Google.es:
<https://www.elcorteingles.es/bebes/cunas-de-viaje/>
Factores estructurales

1) Edad del sitio web (años)	25
2) Palabra clave coincide exactamente con el nombre del dominio	NO
3) Terminación del dominio	.es
4) Número de páginas indexadas en todo el sitio web	2.190.000
5) Autoridad del dominio (sobre 100)	92
6) Número de enlaces entrantes a todo el sitio web (backlinks)	43.532.744
7) Número de dominios de referencia del sitio web (referring domains)	49.929
8) Número de "Me gusta" en Facebook	2.095.461

Factores internos

9) Palabra clave presente en etiqueta título	NO
10) Palabra clave presente en etiqueta de descripción	NO
11) Palabra clave en etiqueta H1	NO
12) Palabra clave en etiqueta ALT	NO
13) Extensión del texto	8.893
14) Densidad de palabra clave en el texto principal	0,17%
15) Presencia de la palabra clave en la primera oración del texto	NO
16) Palabra clave presente en la URL	NO
17) Número de barras en la URL de la página web	3
18) Velocidad de carga de la página web (en segundos)	2,7
19) Número de enlaces internos en página web	3.593
20) Número de enlaces salientes desde la página web (enlaces externos)	56

Factores externos

21) Tasa de rebote	44,3%
22) Tiempo medio de duración de la visita al sitio web (en minutos y segundos)	3:39

Seleccionar Palabra Clave:
ropa de baño bebe
Página Web en primera posición en Google.es:
<https://www.elcorteingles.es/moda/infantil/bebe-nina-0-36-meses/bano-y-playa/>
Factores estructurales

1) Edad del sitio web (años)	25
2) Palabra clave coincide exactamente con el nombre del dominio	NO
3) Terminación del dominio	.es
4) Número de páginas indexadas en todo el sitio web	2.190.000
5) Autoridad del dominio (sobre 100)	92
6) Número de enlaces entrantes a todo el sitio web (backlinks)	43.532.744
7) Número de dominios de referencia del sitio web (referring domains)	49.929
8) Número de "Me gusta" en Facebook	2.095.461

Factores internos

9) Palabra clave presente en etiqueta título	NO
10) Palabra clave presente en etiqueta de descripción	NO
11) Palabra clave en etiqueta H1	NO
12) Palabra clave en etiqueta ALT	NO
13) Extensión del texto	9.520
14) Densidad de palabra clave en el texto principal	0,52%
15) Presencia de la palabra clave en la primera oración del texto	NO
16) Palabra clave presente en la URL	NO
17) Número de barras en la URL de la página web	5
18) Velocidad de carga de la página web (en segundos)	4,6
19) Número de enlaces internos en página web	3.889
20) Número de enlaces salientes desde la página web (enlaces externos)	56

Factores externos

21) Tasa de rebote	44,3%
22) Tiempo medio de duración de la visita al sitio web (en minutos y segundos)	3:39

Seleccionar Palabra Clave:	comprar bañeras bebe
-----------------------------------	-----------------------------

Página Web en primera posición en Google.es:

<https://www.hiperbebe.net/baneras-bebe>

Factores estructurales

1) Edad del sitio web (años)	7
2) Palabra clave coincide exactamente con el nombre del dominio	NO
3) Terminación del dominio	.net
4) Número de páginas indexadas en todo el sitio web	5.110
5) Autoridad del dominio (sobre 100)	24
6) Número de enlaces entrantes a todo el sitio web (backlinks)	6.136
7) Número de dominios de referencia del sitio web (referring domains)	132
8) Número de "Me gusta" en Facebook	64.123

Factores internos

9) Palabra clave presente en etiqueta título	SI
10) Palabra clave presente en etiqueta de descripción	NO
11) Palabra clave en etiqueta H1	NO
12) Palabra clave en etiqueta ALT	NO
13) Extensión del texto	3.901
14) Densidad de palabra clave en el texto principal	0,79%
15) Presencia de la palabra clave en la primera oración del texto	NO
16) Palabra clave presente en la URL	NO
17) Número de barras en la URL de la página web	1
18) Velocidad de carga de la página web (en segundos)	2,2
19) Número de enlaces internos en página web	396
20) Número de enlaces salientes desde la página web (enlaces externos)	4

Factores externos

21) Tasa de rebote	NO INFO.
22) Tiempo medio de duración de la visita al sitio web (en minutos y segundos)	NO INFO.

Seleccionar Palabra Clave:	comprar ropa bebe barata
-----------------------------------	---------------------------------

Página Web en primera posición en Google.es:

https://www.kiabi.es/todo-hasta-10euros-bebe_249280

Factores estructurales

1) Edad del sitio web (años)	16
2) Palabra clave coincide exactamente con el nombre del dominio	NO
3) Terminación del dominio	.es
4) Número de páginas indexadas en todo el sitio web	108.000
5) Autoridad del dominio (sobre 100)	63
6) Número de enlaces entrantes a todo el sitio web (backlinks)	567.009
7) Número de dominios de referencia del sitio web (referring domains)	2.960
8) Número de "Me gusta" en Facebook	6.018.513

Factores internos

9) Palabra clave presente en etiqueta título	NO
10) Palabra clave presente en etiqueta de descripción	NO
11) Palabra clave en etiqueta H1	NO
12) Palabra clave en etiqueta ALT	NO
13) Extensión del texto	2.063
14) Densidad de palabra clave en el texto principal	0,48%
15) Presencia de la palabra clave en la primera oración del texto	NO
16) Palabra clave presente en la URL	NO
17) Número de barras en la URL de la página web	1
18) Velocidad de carga de la página web (en segundos)	2
19) Número de enlaces internos en página web	151
20) Número de enlaces salientes desde la página web (enlaces externos)	47

Factores externos

21) Tasa de rebote	39,1%
22) Tiempo medio de duración de la visita al sitio web (en minutos y segundos)	2:49

Seleccionar Palabra Clave:

comprar cambiador bebe

Página Web en primera posición en Google.es:

<https://www.carrefour.es/baneras-y-cambiadores/cat8520008/c>

Factores estructurales

1) Edad del sitio web (años)	20
2) Palabra clave coincide exactamente con el nombre del dominio	NO
3) Terminación del dominio	.es
4) Número de páginas indexadas en todo el sitio web	1.850.000
5) Autoridad del dominio (sobre 100)	83
6) Número de enlaces entrantes a todo el sitio web (backlinks)	790.023
7) Número de dominios de referencia del sitio web (referring domains)	14.960
8) Número de "Me gusta" en Facebook	11.623.979

Factores internos

9) Palabra clave presente en etiqueta título	NO
10) Palabra clave presente en etiqueta de descripción	SI
11) Palabra clave en etiqueta H1	NO
12) Palabra clave en etiqueta ALT	NO
13) Extensión del texto	841
14) Densidad de palabra clave en el texto principal	0,30%
15) Presencia de la palabra clave en la primera oración del texto	NO
16) Palabra clave presente en la URL	NO
17) Número de barras en la URL de la página web	3
18) Velocidad de carga de la página web (en segundos)	2,2
19) Número de enlaces internos en página web	191
20) Número de enlaces salientes desde la página web (enlaces externos)	13

Factores externos

21) Tasa de rebote	49,2%
22) Tiempo medio de duración de la visita al sitio web (en minutos y segundos)	2:54

Seleccionar Palabra Clave:

comprar caliente biberones

Página Web en primera posición en Google.es:

<https://www.amazon.es/caliente-biberones/b?ie=UTF8&node=1909604031>

Factores estructurales

1) Edad del sitio web (años)	22
2) Palabra clave coincide exactamente con el nombre del dominio	NO
3) Terminación del dominio	.es
4) Número de páginas indexadas en todo el sitio web	41.600.000
5) Autoridad del dominio (sobre 100)	93
6) Número de enlaces entrantes a todo el sitio web (backlinks)	497.278.898
7) Número de dominios de referencia del sitio web (referring domains)	162.395
8) Número de "Me gusta" en Facebook	2.070.956

Factores internos

9) Palabra clave presente en etiqueta título	NO
10) Palabra clave presente en etiqueta de descripción	NO
11) Palabra clave en etiqueta H1	NO
12) Palabra clave en etiqueta ALT	NO
13) Extensión del texto	2.900
14) Densidad de palabra clave en el texto principal	1,51%
15) Presencia de la palabra clave en la primera oración del texto	NO
16) Palabra clave presente en la URL	NO
17) Número de barras en la URL de la página web	2
18) Velocidad de carga de la página web (en segundos)	0,7
19) Número de enlaces internos en página web	290
20) Número de enlaces salientes desde la página web (enlaces externos)	36

Factores externos

21) Tasa de rebote	39,0%
22) Tiempo medio de duración de la visita al sitio web (en minutos y segundos)	6:06

Seleccionar Palabra Clave:
sillas de coche para bebes isofix
Página Web en primera posición en Google.es:
<https://www.carrefour.es/sillas-de-coche-para-bebe-si/N-1qa8vzjZnuo3i9/c>
Factores estructurales

1) Edad del sitio web (años)	20
2) Palabra clave coincide exactamente con el nombre del dominio	NO
3) Terminación del dominio	.es
4) Número de páginas indexadas en todo el sitio web	1.850.000
5) Autoridad del dominio (sobre 100)	83
6) Número de enlaces entrantes a todo el sitio web (backlinks)	790.023
7) Número de dominios de referencia del sitio web (referring domains)	14.960
8) Número de "Me gusta" en Facebook	11.623.979

Factores internos

9) Palabra clave presente en etiqueta título	SI
10) Palabra clave presente en etiqueta de descripción	SI
11) Palabra clave en etiqueta H1	SI
12) Palabra clave en etiqueta ALT	NO
13) Extensión del texto	1.053
14) Densidad de palabra clave en el texto principal	0,87%
15) Presencia de la palabra clave en la primera oración del texto	NO
16) Palabra clave presente en la URL	NO
17) Número de barras en la URL de la página web	3
18) Velocidad de carga de la página web (en segundos)	2,2
19) Número de enlaces internos en página web	158
20) Número de enlaces salientes desde la página web (enlaces externos)	13

Factores externos

21) Tasa de rebote	49,2%
22) Tiempo medio de duración de la visita al sitio web (en minutos y segundos)	2:54

Seleccionar Palabra Clave:
comprar canastillas bebe
Página Web en primera posición en Google.es:
<https://www.catalinahunares.com/7-canastillas-de-bebe>
Factores estructurales

1) Edad del sitio web (años)	9
2) Palabra clave coincide exactamente con el nombre del dominio	NO
3) Terminación del dominio	.com
4) Número de páginas indexadas en todo el sitio web	779
5) Autoridad del dominio (sobre 100)	24
6) Número de enlaces entrantes a todo el sitio web (backlinks)	15.460
7) Número de dominios de referencia del sitio web (referring domains)	134
8) Número de "Me gusta" en Facebook	2.568

Factores internos

9) Palabra clave presente en etiqueta título	NO
10) Palabra clave presente en etiqueta de descripción	NO
11) Palabra clave en etiqueta H1	NO
12) Palabra clave en etiqueta ALT	NO
13) Extensión del texto	1.613
14) Densidad de palabra clave en el texto principal	1,44%
15) Presencia de la palabra clave en la primera oración del texto	NO
16) Palabra clave presente en la URL	NO
17) Número de barras en la URL de la página web	1
18) Velocidad de carga de la página web (en segundos)	1
19) Número de enlaces internos en página web	175
20) Número de enlaces salientes desde la página web (enlaces externos)	7

Factores externos

21) Tasa de rebote	NO INFO.
22) Tiempo medio de duración de la visita al sitio web (en minutos y segundos)	NO INFO.

11.3 Resultados del estudio empírico en Excel

En un pen drive se entrega el archivo Excel con las 100 tablas (una tabla por palabra clave y página web en primera posición), los gráficos de las hipótesis y la tabla agregada con todos los datos de la auditoría.