

GUÍA DE EJEMPLOS DE EVIDENCIAS

PRESENCIA AVANZADA EN INTERNET

Ayudas concedidas al amparo de la Orden ETD/1498/2021, de 29 de diciembre, por la que se aprueban las bases reguladoras de la concesión de ayudas para la digitalización de pequeñas empresas, microempresas y personas en situación de autoempleo, en el marco de la Agenda España Digital 2025, el Plan de Digitalización PYMEs 2021-2025 y el Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia de España -Financiado por la Unión Europea- Next Generation EU (Programa Kit Digital) y modificaciones posteriores, así como las convocatorias derivadas de la misma.

AVISO: La presente guía tiene un carácter informativo y no legal. Cualquier duda relacionada con la misma será interpretada según lo dispuesto en la Orden ETD/1498/2021, de 29 de diciembre, por la que se aprueban las bases reguladoras de la concesión de ayudas para la digitalización de pequeñas empresas, microempresas y personas en situación de autoempleo, en el marco de la Agenda España Digital 2025, el Plan de Digitalización PYMEs 2021-2025 y el Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia de España -Financiado por la Unión Europea- *Next Generation EU* (Programa Kit Digital) y modificaciones posteriores; Resoluciones de la Entidad Pública Empresarial Red.es. por las que se publican las correspondientes convocatorias en el marco del Programa Kit Digital, así como la Ley 38/2003, de 17 de noviembre, General de Subvenciones, sus disposiciones de desarrollo; la Ley 39/2015, de 1 de octubre, del Procedimiento Administrativo Común de las Administraciones Públicas, así como la Ley 40/2015, de 1 de octubre, de Régimen Jurídico del Sector Público, y el Real Decreto 203/2021, de 30 de marzo, por el que se aprueba el Reglamento de actuación y funcionamiento del sector público por medios electrónicos; la normativa del Mecanismo de Recuperación, Transformación y Resiliencia, en su defecto, por las restantes normas de Derecho Administrativo y, en último término, por las normas de Derecho Privado, conforme a lo dispuesto en el artículo 5.1 de la citada Ley 38/2003.

ÍNDICE

1. POSICIONAMIENTO BÁSICO EN INTERNET	4
2. INFORME DE ANÁLISIS DE COMPETENCIA	10
3. HARDWARE (No aplica a Convocatoria C005/22-SI).	19

PRESENCIA AVANZADA EN INTERNET

El presente documento tiene por objeto recopilar una serie de ejemplos de evidencias que puedan servir de orientación y recomendación para justificar la implantación y el funcionamiento de la solución de digitalización. Su contenido es de **CARÁCTER INFORMATIVO y NO VINCULANTE**, ante cualquier duda la guía deberá ser interpretada a tenor de lo dispuesto en las Bases Reguladoras y la Convocatoria que resulte de aplicación.

En ningún caso la guía de ejemplos de evidencias sustituye ni amplía los requisitos exigidos en el Anexo IV de las Bases Reguladoras y la Convocatoria.

A continuación, se especifica el tipo de captura para cada apartado, que puede ser:

- **Personalizada:** en este tipo de captura se requiere que aparezca información identificativa del Beneficiario, por ejemplo, nombre de la empresa, CIF, emails cuyodominio sea el dominio web del Beneficiario, etc.
- **Genérica:** no es necesario incluir información específica del Beneficiario, pero sí evidenciar que la captura o información de la hoja de producto aportadas, corresponden a la herramienta implantada en el Beneficiario, bien porque se visualiza el nombre de la herramienta y coincide con el indicado en la memoria técnica, o bien porque las capturas de pantalla tienen el mismo interfaz que las “personalizadas” aportadas en este mismo documento.

1. POSICIONAMIENTO BÁSICO EN INTERNET

Información que aportar	<i>Adjuntar, a continuación, capturas de pantalla de la información de la empresa mostrada en los sites o directorios, en los que se haya incluido información del negocio, y en las que se evidencien los datos recogidos.</i>
Tipo de evidencia esperada	Personalizada
Observaciones	<i>No son válidos los buscadores (Google, Bing, etc.) Google My Business sí es válido.</i>

CORRECTA

Ejemplo 1

The screenshot shows a web application interface. At the top, there is a navigation bar with 'Herramienta' on the left, a search bar with 'Buscar...' and a location dropdown 'en esta área...' with a 'BUSCAR' button, and user options 'Añadir su empresa', 'Entrar', and a flag icon. Below the navigation bar, there is a breadcrumb trail 'Home > Unknown >' and a back arrow labeled 'Espalda'. The main content area features a large image of a coastal town with buildings and a bay. Overlaid on this image are two white boxes with red text: 'Empresa Beneficiaria' on the left and 'Datos empresa Beneficiaria' on the right. Below the image, there is a section titled 'Empresa Beneficiaria' with a list of contact fields: 'datos de contacto clave para el', 'Teléfono', 'Móvil', 'Email', 'Sitio', and 'Dirección'. A large white box with red text 'Datos empresa Beneficiaria' is positioned over the 'Teléfono' field. To the right of this section, there are links for 'enlaces rápidos' and '> Contactos clave'.

Herramienta INICIO AÑADIR EMPRESA NOVEDADES CONTACTO MI CUENTA

Beneficiario

Deportes, Educación y formación

☆☆☆☆ 0 Comentarios [Escribe un Comentario](#)

Datos empresa Beneficiaria

Código Postal:

Descripción

...te ofrece la posibilidad de conocer y entrar en el sistema universitario norteamericano con una beca académica o beca deportiva en USA.

Una experiencia extraordinaria y única que te ayudará a crecer como persona y deportista permitiéndote realizar tu carrera universitaria al mismo tiempo que disfrutas de tu deporte favorito en el mejor entorno, las mejores condiciones y con los profesionales más preparados.

Ejemplo 2

URL

Beneficiario

Web

Categoría Actividades

¿Dónde estamos?

Contacto Mail

Compartir [Twitter](#)

Información adicional Descripción

Subir archivo.

... es una empresa cántabra que se dedica al diseño, ejecución y mantenimiento de proyectos de climatización e instalaciones térmicas en los sectores industrial y de servicios. Su sede está en el polígono industrial de ..., y su teléfono es el ... Su correo electrónico es ... su web es ... Su actividad se clasifica dentro del CNAE 4322 - Fontanería, instalaciones de sistemas de calefacción y aire acondicionado. Su cifra de ventas en 2020 fue de entre 0,6 y 1,5 millones de euros y su número de empleados fue de 5. Su objeto social es la instalación de aire acondicionado. Es un instalador autorizado de la marca ... y ofrece soluciones personalizadas para hogares y empresas.

Si tienes algún problema no dudes en contactarnos.

The screenshot shows a web browser interface with a dark theme. At the top, there is a navigation bar with a 'Beneficiario' tab highlighted in red. Below this is a 'Herramienta' section with a search bar containing 'Hoteles, Restaurantes...' and a location dropdown set to 'Valencia, Madrid...'. The breadcrumb trail reads 'Vulka > Empresas > Cantabria > Ingefrio, S.L.'. The main content area is titled 'Beneficiario' and contains the following text:

Informacion sobre

es una empresa cántabra que se dedica al diseño, ejecución y mantenimiento de proyectos de climatización e instalaciones térmicas en los sectores industrial y de servicios.

es una empresa cántabra que se dedica al diseño, ejecución y mantenimiento de proyectos de climatización e instalaciones térmicas en los sectores industrial y de servicios. Su sede está en el polígono industrial de ... y su teléfono es el ... correo electrónico es ... web es ... Su actividad se clasifica dentro del CNAE 4322 - Fontanería, instalaciones de sistemas de calefacción y aire acondicionado. Su cifra de ventas en 2020 fue de entre 0,6 y 1,5 millones de euros y su número de empleados fue de 5. Su objeto social es la instalación de aire acondicionado. Es un instalador autorizado de la marca Hitachi y ofrece soluciones personalizadas para hogares y empresas.

Si tienes algún problema no dudes en contactarnos.











At the bottom, there are two buttons: 'Teléfono beneficiario' (with a phone icon) and 'Enlace página web beneficiario' (with a link icon).

INCORRECTA

Ejemplo: No se aporta evidencia del alta de información del Beneficiario en los directorios de empresa y, además, se incluyen buscadores que no son válidos (Bing).

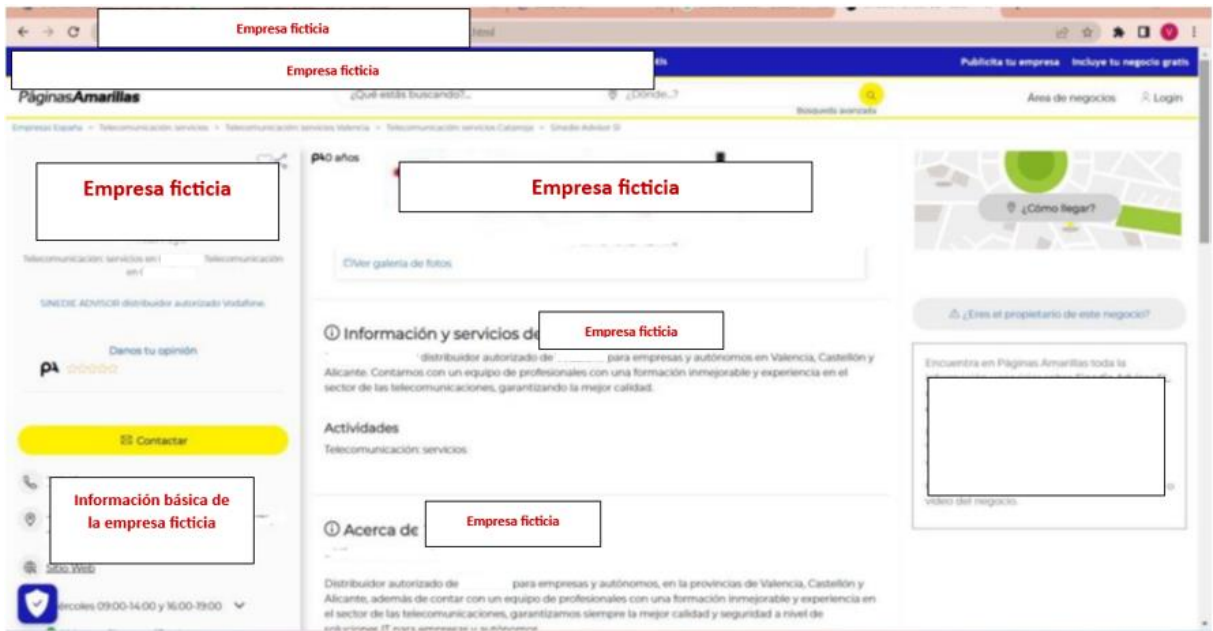
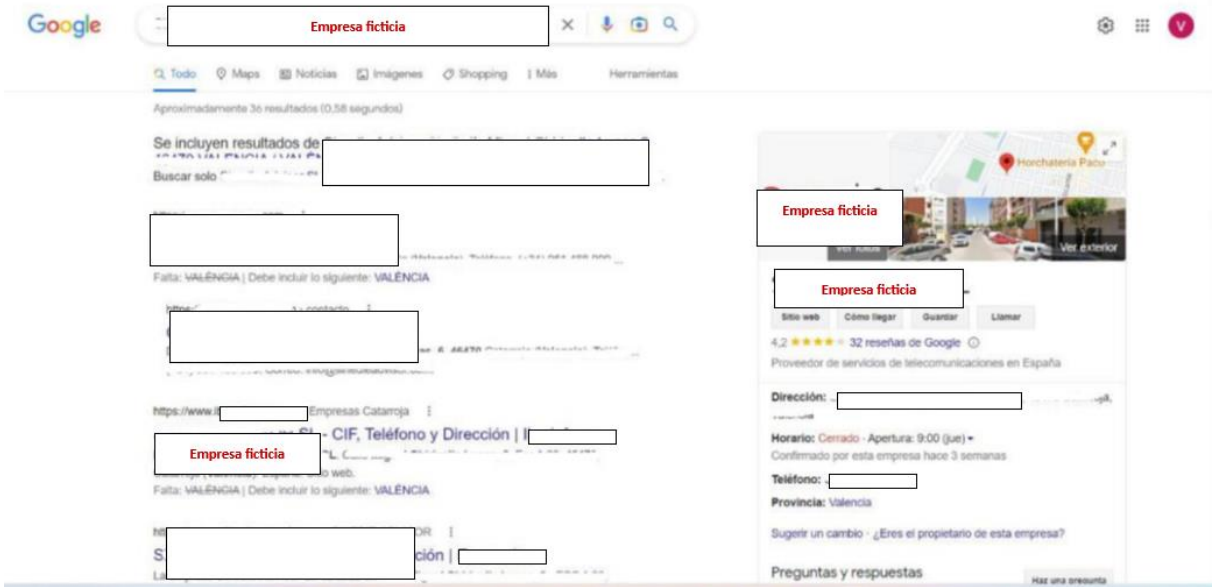
Lista de resultados

Resultados del análisis online de la empresa

Directorio	Información	Horarios	Fotos
 Google Search	Listado no encontrado		
 Google Maps	Listado no encontrado		
 Bing	Nombre del Beneficiario y datos básicos	✓	✗
 Facebook	Listado no encontrado		
 Instagram	Listado no encontrado		
 Naumi	Nombre del Beneficiario y datos básicos	✓	✓
 OpenD	Nombre del Beneficiario y datos básicos	✓	✓
 Yelbo	Nombre del Beneficiario y datos básicos	✓	✓
 Infobel	Nombre del Beneficiario y datos básicos	✓	✓
 Yáñez		/	/

	Nombre del Beneficiario y datos básicos	/	/
Tupelo		✓	✓
	Listado no encontrado		
	Nombre del Beneficiario y datos básicos	/	/
Hotfrog		✓	/
Where to?		✓	✓
	Listado no encontrado		
	Nombre del Beneficiario y datos básicos	✗	✗
Guafelocal		✓	✓
jetoo		✓	✓
IGlobal		✓	✓
Cyber		✓	✓
HERE		*También creamos y optimizamos el listado de la ubicación en este directorio	
TamTam	*También creamos y optimizamos el listado de la ubicación en este directorio		

Ejemplo 2: Las evidencias aportadas no son válidas debido a que se debe dar de alta a la empresa en directorios de empresas y los buscadores no son válidos.



2. INFORME DE ANÁLISIS DE COMPETENCIA

Información que aportar	<i>El informe de análisis de la competencia realizado a favor de la parte beneficiaria, mediante el cual se le informa de sus competidores, deberá recoger, obligatoria u opcionalmente lo siguiente:</i>	
	APARTADOS DEL INFORME DE COMPETENCIA	CONTENIDO MÍNIMO
	Fecha de documento	Obligatorio
	Descripción Beneficiario	
	Datos básicos (al menos nombre)	Obligatorio
	Sector	Opcional
	Productos o descripción de actividad	Opcional
	Investigación de <u>presencia en internet</u> de la <u>competencia</u>	
	2 competidores mínimo	Obligatorio*
	3 competidores mínimo	Opcional
	Posición del Beneficiario frente a estos	Obligatorio
	* En caso de tener menos de 2 competidores se dará por válido el informe, siempre que sea debidamente justificado	
Posición global de la competencia		
Varios competidores	Opcional	

	Además, el informe podrá recoger los gráficos que se estimen oportunos, así como otros análisis complementarios nomencionados anteriormente.
Tipo de evidencia esperada	Personalizada
Observaciones	<p>Justificación de la Fase 1: se deberá aportar un informe de análisis inicial de competencia realizado a favor del Beneficiario, como parte de la implantación de la Solución.</p> <p>Justificación de la Fase 2: se deberá aportar los informes mensuales correspondientes a los últimos tres (3) meses del período de prestación, conforme a lo dispuesto en las Bases Reguladoras.</p>

CORRECTA

Los ejemplos expuestos a continuación son de **carácter informativo**, la estructura del informe de competencia se podrá definir libremente.

Ejemplo 1:

INFORME COMPETENCIA

Empresa beneficiaria

FECHA: 30/07/2023

Logo empresa beneficiaria

ADA

Datos empresa beneficiaria

proporcionar una visión integral de la presencia en línea, centrándose en diversas métricas y parámetros clave que son fundamentales para evaluar la posición y desempeño en el ámbito digital de sus competidores más directos.

1. Posicionamiento en Internet:

Se evaluarán factores como la visibilidad en motores de búsqueda, la autoridad de dominio y la relevancia de palabras clave. Este análisis permitirá comprender dónde se encuentran sus competidores en términos de visibilidad y reconocimiento en línea.

2. Métricas de Tráfico:

Una parte esencial del informe se enfoca en el tráfico web. Se proporcionará información detallada sobre el número de visitantes que reciben los sitios web de sus competidores, así como el origen de dicho tráfico (tráfico orgánico, de referencia, directo, etc.). Lo que le permitirá entender cómo se sitúa en términos de popularidad y alcance en línea.

A través de las capturas de pantalla adjuntas, se podrán observar datos relevantes, como las búsquedas orgánicas, el tráfico generado por palabras clave orgánicas, el tráfico total del sitio web, el número de backlinks y los dominios de referencia, entre otros.

Análisis de métricas clave:

Las capturas de pantalla proporcionarán una visión clara de las diferentes métricas utilizadas para evaluar el rendimiento web. Entre ellas, se incluyen las siguientes:

- **Búsquedas orgánicas:** Estas capturas mostrarán el número de búsquedas orgánicas que se han generado a través de motores de búsqueda como Google. Estas búsquedas son vitales para medir la visibilidad de un sitio web y su capacidad para atraer tráfico orgánico.
- **Tráfico de palabras clave orgánicas:** Esta métrica revelará la cantidad de tráfico que proviene de las palabras clave orgánicas identificadas durante el análisis de palabras clave. Esto permite evaluar qué tan efectivas son estas palabras clave para generar tráfico relevante.
- **Tráfico del sitio web:** Las capturas de pantalla también mostrarán el tráfico total del sitio web, lo cual es esencial para comprender el alcance y la popularidad general de la página.

ADA

<p>- Competidor 1: Nombre competidor 1</p> <p>Búsqueda orgánica: Resumen Búsqueda de pago: Resumen</p> <div style="border: 1px solid red; padding: 10px; text-align: center;"> <p>Gráficos resultados competidor 1</p> </div> <p>Tráfico: Orgánico vs. de pago</p> <div style="border: 1px solid red; padding: 10px; text-align: center;"> <p>Gráficos resultados competidor 1</p> </div> <div style="border: 1px solid red; padding: 5px; text-align: center; margin-top: 10px;"> <p>ADA</p> </div>	<p>- Competidor 2: Nombre competidor</p> <p>Búsqueda orgánica: Resumen Búsqueda de pago: Resumen</p> <div style="border: 1px solid red; padding: 10px; text-align: center;"> <p>Gráficos resultados competidor 2</p> </div> <p>Tráfico: Orgánico vs. de pago</p> <div style="border: 1px solid red; padding: 10px; text-align: center;"> <p>Gráficos resultados competidor 2</p> </div> <div style="border: 1px solid red; padding: 5px; text-align: center; margin-top: 10px;"> <p>ADA</p> </div>
---	---

Ejemplo 2:

<div style="text-align: right; margin-bottom: 10px;"> <div style="border: 1px solid red; padding: 2px 10px;">Logo empresa beneficiaria</div> </div> <h1 style="text-align: center;">ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA</h1> <h2 style="text-align: center;">PRESENCIA AVANZADA EN INTERNET</h2> <p style="text-align: center;">DESARROLLADO PARA:</p> <div style="border: 1px solid red; padding: 2px 10px; text-align: center; margin: 5px auto; width: 80%;"> <p>Empresa beneficiaria</p> </div> <div style="text-align: center; margin: 10px 0;"> </div> <p>Realizado por:</p> <div style="border: 1px solid red; padding: 2px 10px; text-align: center; margin: 5px auto; width: 80%;"> <p>ADA</p> </div> <p style="font-size: 8px; margin-top: 20px;">«Financiado por la Unión Europea – Next Generation EU. Sin embargo, las opiniones de vista y las opiniones expresadas son únicamente las del autor o autores y no reflejan necesariamente las de la Unión Europea o la Comisión Europea. Ni la Unión Europea ni la Comisión Europea pueden ser consideradas responsables de las mismas»</p>	<div style="text-align: right; margin-bottom: 10px;"> <div style="border: 1px solid red; padding: 2px 10px;">ADA</div> </div> <p style="text-align: center; font-size: 10px;">te ayudamos a digitalizar tu negocio</p> <h3 style="text-align: center;">ÍNDICE</h3> <table style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td>1. Estado actual de la empresa.....</td> <td style="text-align: right;">3</td> </tr> <tr> <td>2. Objetivos.....</td> <td style="text-align: right;">3</td> </tr> <tr> <td>3. Procedimiento y metodología para determinar la estrategia.....</td> <td style="text-align: right;">3</td> </tr> <tr> <td style="padding-left: 20px;">3.1. Análisis de los resultados de búsqueda en</td> <td style="text-align: right;">4-9</td> </tr> <tr> <td style="padding-left: 20px;">3.2. Competidores.....</td> <td style="text-align: right;">10-12</td> </tr> <tr> <td>4. Conclusión.....</td> <td style="text-align: right;">13</td> </tr> <tr> <td>5. SE Ranking.....</td> <td style="text-align: right;">14</td> </tr> <tr> <td style="padding-left: 20px;">5.1 Informe previo.....</td> <td style="text-align: right;">15-17</td> </tr> <tr> <td style="padding-left: 20px;">5.2 Informe mensuales.....</td> <td style="text-align: right;">18-26</td> </tr> </table> <p style="font-size: 8px; margin-top: 20px;">«Financiado por la Unión Europea – Next Generation EU. Sin embargo, las opiniones de vista y las opiniones expresadas son únicamente las del autor o autores y no reflejan necesariamente las de la Unión Europea o la Comisión Europea. Ni la Unión Europea ni la Comisión Europea pueden ser consideradas responsables de las mismas»</p>	1. Estado actual de la empresa.....	3	2. Objetivos.....	3	3. Procedimiento y metodología para determinar la estrategia.....	3	3.1. Análisis de los resultados de búsqueda en	4-9	3.2. Competidores.....	10-12	4. Conclusión.....	13	5. SE Ranking.....	14	5.1 Informe previo.....	15-17	5.2 Informe mensuales.....	18-26
1. Estado actual de la empresa.....	3																		
2. Objetivos.....	3																		
3. Procedimiento y metodología para determinar la estrategia.....	3																		
3.1. Análisis de los resultados de búsqueda en	4-9																		
3.2. Competidores.....	10-12																		
4. Conclusión.....	13																		
5. SE Ranking.....	14																		
5.1 Informe previo.....	15-17																		
5.2 Informe mensuales.....	18-26																		

ADA

3

Cliente: **Empresa beneficiaria**
Fecha: 11/12/2023

1. Estado actual de la empresa

Beneficiario es una empresa dedicada a la ingeniería del frío y calor, ubicada en Cantabria y que presta sus servicios en esa zona.

Como elemento diferenciador de su negocio, destacan la gran variedad de soluciones en climatización e ingeniería de frío y calor que ofrecen al sector industrial y grandes colectividades. Con más de 20 años de experiencia dentro del sector, cuentan con la cualificación y medios técnicos necesarios para avalar servicios de calidad, profesionales y de máxima garantía.

Su capacidad técnica les permite abordar todo tipo de instalaciones pensadas para el confort humano (oficinas, hoteles, centros comerciales...), así como diversos tipos de montajes e instalaciones industriales de recuperación de calor, ventilación... (salas especiales, laboratorios, piscinas...).

Su carteta de cliente se encuentra repartida por toda la comunidad de Cantabria. El público objetivo de la empresa se divide en profesionales de la industria y grandes colectividades (hoteles, colegios, centro de mayores, oficinas...).

2. Objetivos

Durante la entrevista de inicio del proyecto, nos traslada la evolución de su empresa a lo largo de estos años.

Nos indica que, aunque en sus comienzos desarrollaban algún trabajo enfocado a particulares, mediante la instalación de aire acondicionado o sistemas de calefacción para los hogares o residencias; en la actualidad, la empresa se ha ido posicionando cada vez más dentro del sector industrial, y, por tanto, desean dar a conocer los servicios más punteros o con mayor solicitud de demanda por parte de dicho mercado.

Las necesidades que demanda la industrial, debido a los grandes avances de esta, han hecho que los sistemas de climatización, refrigeración y ventilación también necesitarán mantenerse a la vanguardia. La adecuación de estos sistemas a las nuevas normativas, en cuanto a seguridad laboral, así como medioambiental; son la causa de que INGEFRÍO sea todo un referente en la prestación de soluciones para garantizar el rendimiento, el confort y la eficiencia energética que hoy exigen los nuevos tiempos.

Por ello, Javier, nos informa que los servicios que más desarrolla son: la instalación de bombas de calor, los sistemas de climatización para salas especiales, control de humedad y, como no, los servicios de mantenimiento.

*Financiado por la Unión Europea - Next Generation EU. Sin embargo, los puntos de vista y las opiniones expresados son únicamente los del autor o autores y no reflejan necesariamente los de la Unión Europea o la Comisión Europea. Ni la Unión Europea ni la Comisión Europea pueden ser consideradas responsables de los mismos

ADA

4

3. Procedimiento y metodología para determinar la estrategia

Basándonos en la petición del cliente, realizamos todas las acciones que en las próximas páginas se detallan para evaluar la dificultad de posicionamiento, encontrar una intención de búsqueda que satisfaga la demanda de nuestro cliente, con el objetivo de aparecer en los primeros resultados y determinar a los competidores.

3.1. Análisis de los resultados de búsqueda en

Previo a establecer los competidores para el proyecto, analizamos los resultados que muestra Google para las cuatro búsquedas mencionadas anteriormente, en todas las búsquedas aparecen anuncios de Google menos en la búsqueda "Mantenimientos de climatización, refrigeración y ventilación en ...".

Haciendo scroll en las búsquedas "Climatización y ventilación industrial para salas especiales en ..." y "Mantenimientos de climatización, refrigeración y ventilación en Cantabria" encontramos el mapa de ... y si hacemos más scroll en todas las búsquedas acaba apareciendo un carrusel de imágenes.

La mayoría de los resultados son empresas privadas y rara vez aparecen resultados de directorios y páginas de prensa.

Posterior a esta explicación, continúa el documento con cuatro hojas seguidas en horizontal, en las que se muestran los 20 primeros resultados que aparecen en ... de forma orgánica para cada una de las palabras clave que vamos a trabajar al cliente.

Todos los datos que se muestran son obtenidos a fecha 11/12/2023 de la herramienta ...

Con fondo amarillo se marca uno de los adversarios elegidos para hacer la comparativa con el cliente en los informes mensuales de Seranking, que se incluirán en el apartado cinco de este documento.

En el próximo apartado del presente documento: "Competidores" se explica con detalle los criterios para establecer dichos rivales y se especifica el dominio (URL) de cada uno de ellos.

*Financiado por la Unión Europea - Next Generation EU. Sin embargo, los puntos de vista y las opiniones expresados son únicamente los del autor o autores y no reflejan necesariamente los de la Unión Europea o la Comisión Europea. Ni la Unión Europea ni la Comisión Europea pueden ser consideradas responsables de los mismos

ADA

5

Procedemos a explicar las abreviaturas que se verán en las próximas cuatro hojas:

- o POG: Posición orgánica en
- o AS: Autoridad del dominio indicado,
- o AU: Autoridad de la URL posicionada,
- o DRU: Dominios que enlazan a la URL posicionada,
- o EAU: Enlaces entrantes a la URL,
- o TEMU: Tráfico estimado mensual a la URL

*Financiado por la Unión Europea - Next Generation EU. Sin embargo, los puntos de vista y las opiniones expresados son únicamente los del autor o autores y no reflejan necesariamente los de la Unión Europea o la Comisión Europea. Ni la Unión Europea ni la Comisión Europea pueden ser consideradas responsables de los mismos

ADA

10

3.2 Competidores

Posterior al análisis mostrado en las cuatro páginas anteriores, elegimos los competidores que se van a analizar, debido al siguiente criterio:

- Competidores seleccionados por los primeros resultados que Google muestra en su hoja de resultados.

Competidores

En este sentido, seleccionamos las primeras empresas privadas que ofrecen o comercializan con los mismos o similares productos que nuestro cliente. Están marcadas con fondo amarillo en las páginas anteriores.

Tras esta selección de competidores, indicamos los datos que se van a analizar:

En la "Tabla 1" de la siguiente página, se va a hacer un análisis numérico con los datos que se obtienen tras examinar el dominio de los competidores estudiados. Para este análisis vamos a utilizar la herramienta Semrush y a anotar los datos, explicados a continuación:

- Tráfico orgánico: Se refiere al número total de visitas que recibe el sitio web de forma espontánea, es decir, sin anuncios.
- Palabras clave: Número de palabras clave que atrae a los usuarios el dominio analizado. Se tienen en cuenta los 100 primeros resultados de búsquedas orgánicas de Google.
- Backlinks: Este dato nos proporciona información de enlaces que dicho dominio recibe de otros sitios webs.
- Dominios de Referencia: En este apartado se muestran el número de sitios web únicos que vinculan al dominio analizado.
- K: Mil veces mayor que el número sin la "K". Por ejemplo, 5K significa 5.000.

Por otro lado, a través de la extensión SEO META 1 Click, procederemos a analizar en las dos próximas hojas los encabezados de la página principal (Tabla 1) y una URL de los servicios (Tabla 2) de cada competidor que hemos escogido.

En este aspecto, tendremos en cuenta que la URL cumpla con la jerarquía de encabezados (H1-H6). De tal forma, en los cuadros se mostrará:

- Con un tic en color VERDE, si la jerarquía de encabezados se establece de forma correcta según las directrices de ...
- Con una cruz en color ROJO, si la jerarquía de encabezados no se establece de forma correcta según las directrices de ...

*Financiado por la Unión Europea - Next Generation EU. Sin embargo, los puntos de vista y las opiniones expresados son únicamente los del autor o autores y no reflejan necesariamente los de la Unión Europea o la Comisión Europea. Ni la Unión Europea ni la Comisión Europea pueden ser consideradas responsables de los mismos

11


ADA

Tabla 1					
Competidores & Métricas	Tráfico Orgánico	Palabras Clave	Backlinks	Dominios Referencia	H's
COMPETIDORES					
Nombres Competidores	1.5K	2.6K	106.5K	1.7K	✓
	144	172	184	100	✗
	631	1.8K	1.9K	296	✓
	10	102	7	6	✗

Empresa beneficiaria

©Preservada por la Unión Europea - Next Generation EU. Sin embargo, los puntos de vista o las opiniones expresadas aquí únicamente son del autor o autores y no reflejan necesariamente los de la Unión Europea o la Comisión Europea. Ni la Unión Europea ni la Comisión Europea pueden ser considerados responsables de su contenido.

Empresa beneficiaria



SE Ranking

URL empresa beneficiaria

SEP-18 2023 - OCT-20 2023

Generado el Ene-04 2024

©Preservada por la Unión Europea - Next Generation EU. Sin embargo, los puntos de vista o las opiniones expresadas aquí únicamente son del autor o autores y no reflejan necesariamente los de la Unión Europea o la Comisión Europea. Ni la Unión Europea ni la Comisión Europea pueden ser considerados responsables de su contenido.

15

ADA

16

Buenos días , este es tu informe con las estadísticas de tu sitio web.

En este documento te explicamos las métricas que te ayudarán a comprender el rendimiento que ha tenido tu sitio web en cuanto a palabras clave y posicionamiento.

¡Vamos!

Rankings para el primer y último período de fechas

Empresa beneficiaria

La herramienta nos facilita los datos todos los jueves, por tanto, los datos que se muestran son del primer al último jueves comprendido en cada período.

En el listado que aparece a continuación, se enumeran las palabras clave que se han decidido trabajar para la solución de Presencia Avanzada en Internet (PAI). Además, se incluye el seguimiento a las palabras elegidas en otras soluciones del KIT Digital.

Palabras trabajadas en tu sitio web por solución:

PAI (Solución Presencia Avanzada en Internet)

WA (Solución Sitio Web y Presencia en Internet)

Ventilación y refrigeración de armarios eléctricos en
Ventilación de recuperadores de calor industrial en c

Es habitual que tanto en las palabras clave trabajadas experimenten un movimiento de posiciones, ya que Google hace actualizaciones todos los días de su algoritmo y esto repercute en la hoja de resultados (SERP).

Ahora pasamos a explicarte el gráfico: A la izquierda podemos ver las palabras clave que estamos siguiendo, y a la derecha, vemos cual ha sido la evolución de la posición de esa palabra en Google. Por ejemplo:

- Si pone un "5", significa que está en quinta posición, es decir, en primera página (pasados los anuncios si hay y el mapa) de la hoja de resultados.
- Si pone un "22" significa que estás en el segundo resultado de tercera página de Google para esa palabra clave.
- En el caso que la tabla muestre "?", significa que la página web no aparece para dicha búsqueda en los primeros 100 resultados que ofrece Google.
- Por último, si en la tabla se muestra "N/A", significa que aún no existen datos para ese término de búsqueda.

A veces aparece un icono de localización con una posición a su lado, eso significa que para esa búsqueda aparece tu ficha de Google Business Profile en las tres primeras posiciones. Se conoce como "Pack Local", y no muestra el pack local en todas las búsquedas, si no, cuando te considera necesario.

Sep-18 2023 - Oct-20 2023

• Ingresaron al TOP 10 • Salleron del TOP 10 • En el Top 10 • Entraron en el Top 100

Palabra clave	Sep-18	Oct-20
	N/A	N/A
	N/A	N/A
	N/A	N/A

©Preservada por la Unión Europea - Next Generation EU. Sin embargo, los puntos de vista o las opiniones expresadas aquí únicamente son del autor o autores y no reflejan necesariamente los de la Unión Europea o la Comisión Europea. Ni la Unión Europea ni la Comisión Europea pueden ser considerados responsables de su contenido.

INCORRECTA

2- URL COMPETENCIA 2

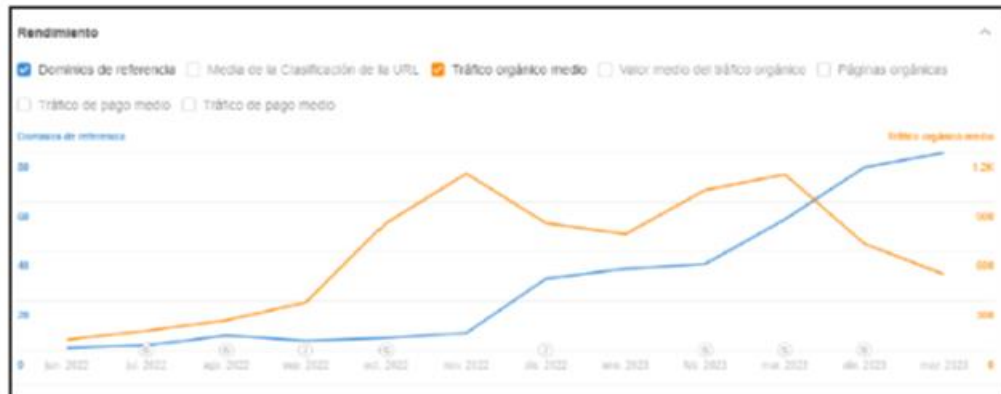
Palabra clave	Dificultad	Vol. de búsqueda	Posición	Posición anterior	Competencia	CPC	URL
[Empty table content]							

Ejemplo 2: El informe de competencia no describe la situación de la presencia en internet del Beneficiario frente a otros competidores. Este documento recoge las acciones SEO realizadas para el Beneficiario.



Gracias a la implementación de diversas estrategias de SEO, tanto On Page como Off Page, estamos empezando a obtener resultados en la página de BENEFICIARIO en los resultados de búsqueda de Google, así como su visibilidad y reputación en Google My Business. A continuación, detallamos las acciones realizadas para lograr este objetivo.

Estado actual del proyecto



Captura de pantalla de Ahrefs. Evolución del tráfico orgánico y los dominios de referencia del cliente durante 365

Análisis de palabras clave

Utilizando la [redacted] se identificaron las palabras clave más importantes para el negocio de [redacted] **BENEFICIARIO** [redacted]. Se consideraron la cantidad de búsquedas mensuales y la competencia de cada palabra clave para realizar este análisis. Obviamente, se ha tenido en cuenta que estos términos tengan relación con los productos ofrecidos.

Estas palabras clave se utilizaron para mejorar el contenido del sitio web, incluyendo las metaetiquetas (título SEO y metadescripción) y el contenido de la página.

Keyword	Volumen de Búsqueda	URL a Posicionar
ropa original	300	[redacted]
tienda de ropa original	90	
ropa casual mujer	1400	
ropa mujer casual	200	
ropa de fiesta mujer	3000	
ropa de fiesta para mujer	90	
zapatos mujer	52000	
zapatos de vestir mujer	3400	
accesorios mujer	600	
accesorios de mujer	150	
accesorios y complementos mujer	150	

3. HARDWARE (No aplica a Convocatoria C005/22-SI).

<p>Información que aportar</p>	<p><i>Adjuntar las fotografías que evidencie el número de dispositivos suministrados conforme a lo indicado en el formulario de justificación. Estas fotografías deben mostrar todos los elementos suministrados.</i></p> <p><i>En el formulario de justificación dentro del apartado dispuesto: "Indique, a continuación, el motivo por el que ha sido necesario el suministro de los dispositivos mencionados para la implantación de la solución", se debe describir una justificación suficiente del motivo del suministro de los dispositivos.</i></p>
<p>Tipo de evidencia esperada</p>	<p>Personalizada</p>
<p>Observaciones</p>	<p><i>Únicamente serán subvencionables como parte de la solución de digitalización, dispositivos hardware específicos si:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - <i>Se requieren expresamente para su uso y si la solución se comercializa con ese hardware.</i> - <i>Su suministro es imprescindible para la prestación de la solución contratada, sin que puedan ser utilizados para otros fines distintos que los de prestar esta solución.</i> <p><i>No se admitirán como gastos subvencionables los ordenadores de sobremesa, los portátiles y smartphones. Dentro de esta gama las tablets sí serán subvencionables. Se ha de tener en cuenta que los dispositivos como la Tablet, deben estar configurados para permitir sólo el uso de la solución implantada.</i></p> <p><i>En las fotografías que se aporten se debe visualizar los siguientes datos:</i></p> <ol style="list-style-type: none"> <i>1. El producto,</i> <i>2. La publicidad</i> <p><i>Es obligatorio que se muestre en las fotografías la evidencia de la publicidad de la cofinanciación de la ayuda con el uso de una etiqueta adherida. Esta etiqueta debe ir en un lugar visible del producto.</i></p> <p><i>Todas las medidas de información y publicidad deberán incluir los elementos siguientes:</i></p>

	<ul style="list-style-type: none"> - El emblema de la Unión Europea, de conformidad con las normas gráficas establecidas, disponible en el link https://planderecuperacion.gob.es/identidad-visual. - La declaración de financiación adecuada que indique «financiado por la Unión Europea - NextGenerationEU». - El logo del Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia, disponible en el link: https://planderecuperacion.gob.es/identidad-visual <p>Los dispositivos podrán ser objeto de comprobación material, para verificar que se destinan al uso exclusivo de la solución implantada y que cumplen con los requisitos previamente señalados además de la marca, el modelo y el número de serie del elemento, señalados en el formulario de justificación.</p>
--	--

CORRECTA

Ejemplo 1: Producto: procesador





Ejemplo 2: Producto: Dispositivo de localización Lot



Ejemplo 3: Producto: PTR



Ejemplo 4: Producto: Ipad



INCORRECTA

Ejemplo 1: En las fotografías aportadas no se evidencia la etiqueta adherida de la publicidad de la cofinanciación de la ayuda.

