CREACIÓN DE UN MODELO DE UNA LINK WHEEL PARA ELABORACIÓN DE SEO EN CAMPAÑAS DE MARKETING DIGITAL

JULIAN DAVID ALZATE CUERVO

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE MANIZALES

FACULTAD DE INGENIERÍA Y ARQUITECTURA

PROGRAMA DE INGENIERÍA TELEMÁTICA

MANIZALES

2015

CREACIÓN DE UN MODELO DE UNA LINK WHEEL PARA ELABORACIÓN DE SEO EN CAMPAÑAS DE MARKETING DIGITAL

JULIAN DAVID ALZATE CUERVO

Informe final de trabajo de grado con el cumplimiento de requisito de materia para optar por el título de Ingeniero Telemático

ASESOR UCM:

Cristian Andrés de la Cruz Londoño

Docente UCM

ASESOR SYS:

Carlos Alberto García Osorio

Análisis de Software

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE MANIZALES

FACULTAD DE INGENIERÍA Y ARQUITECTURA

PROGRAMA DE INGENIERÍA TELEMÁTICA

MANIZALES

2015

Tabla de contenido

Planteamiento del problema _____ 4

Antecedentes_____ 6

Justificación_____ 8

Objetivos_____ 9

Metodología_____ 10

Conclusiones_____ 29

Trabajos futuros _____ 30

Cronograma_____ 31

Bibliografía _____ 32

Anexos _____ 33

Planteamiento del problema

El presente trabajo busca aportar una alternativa para trabajar la gestión de enlaces de SEO mediante un aplicativo mediante una LINK WHEEL, con el propósito de posicionar un sitio web en los primeros lugares de Google con distintos factores que favorecen la práctica de posicionamiento apoyado de herramientas web gratuitas de SEO y herramientas propias del aplicativo. La metodología pretende mostrar el impacto que tiene la práctica de LINK WHEEL en el ranking de Google, el cual da valor a la página de acuerdo a un algoritmo que constantemente se actualiza por un tiempo determinado.

Las personas que se dedican a hacer campañas de posicionamiento web se enfrentan cada vez a penalizaciones más severas por parte de Google, si infringen las reglas que establecen ellos, mediante un algoritmo que detecta cualquier práctica de SEO que infrinja sus políticas de trabajo.

Hay que ser precavidos y realizar un buen posicionamiento, que cumpla con todas las normas de google y no hacer prácticas que se conocen como Black Hat SEO. Uno de estos casos es comprar enlaces, esto está mal visto por google y causa el efecto de bajar posiciones en la búsqueda de google y otros efectos negativos para la página, lo cual puede afectar una campaña totalmente y la reputación de los que hacen posicionamiento web con sanciones por parte de Google.

Existen además muchas personas que ofrecen SEO, pero no todos pueden hacerlo de verdad, porque para realizar una campaña de posicionamiento web, no se debe conformar con aparecer entre los primeros, sino ser lo mejor de acuerdo a los requerimientos del cliente; estos resultados causan un impacto positivo para futuros clientes que podrán visualizar resultados reales de casos exitosos de las campañas realizadas. Para realizar posicionamiento web hay que tener en cuenta que se debe ser abierto ante temáticas muy diferentes, requiriendo unos temas

mas analisis que otros; teniendo en cuenta su mercado potencial o nivel de búsqueda en internet.

La práctica de SEO es muy eficaz y agradable para ayudar empresas que quieren consolidarse y darse a conocer, haciendo un trabajo más profundo para aparecer en Google para lograr visitas, en cambio pagar a páginas de búsqueda como esta no es tan recomendable o pagar por enlaces comp practica seo es un error que puede llevar a ser penalizado.

Internet es el mejor medio para promocionar un producto hoy en dia y haciendo uso del SEO se puede lograr de manera mas rapida que haciendo una página web, esperando que los clientes lleguen o repartiendo tarjetas y publicidad en papel para que visiten y compren lo que se encuentra allí. Lo que se logra en estos casos es que algunos no les interesa y resultan ignorando la publicidad botando esta o simplemente guardandola sin prestarle mayor atención, por eso es muy eficaz el internet; ya que el mercado es más segmentado y los clientes buscan lo que les interesan, consiguiendo que ellos lleguen a la página sin tener que buscarlos.

Antecedentes

De acuerdo a investigaciones sobre literatura sobre SEO y Link Building muestra el planteamiento de problema de la metodología a realizar. Las personas que realizan campañas de posicionamiento están cada vez con más competencia, pero hay que tener en cuenta que no todos ofrecen SEO como debe ser y simplemente posicionan por un tiempo determinado por el cliente y luego esta página empieza a bajar posiciones; debe ser una actividad constante.

En el 2001 nace la era del Link Building, en esta época era común ver la compra y venta de enlaces externos, pero cada tiempo determinado cambia sus políticas y su algoritmo que nadie sabe exactamente cómo es, al año siguiente esta práctica de SEO se vuelve masiva y toma una gran importancia apoyándose de plataformas de blogging. En la actualidad si se quieren comprar enlaces, podría ser penalizado por google y bajar posiciones en google por violar las políticas [1].

Un caso exitoso de SEO fue hecho para el Hotel Sterling de Madrid por parte de la empresa Mirai, que requería de mayor tráfico en el sitio y se propuso como un objetivo aparecer en la primera página cuando se digitara en el buscador palabras relacionadas con hotel que estuvieran ligados a Madrid. Con una estrategia definida luego del estudio de su página web y el hotel, se propusieron palabras clave con un blog creado para crear contenido, facilitando al robot su búsqueda mejorada. Además se realizó una estrategia de Link Building creando un manual de enlaces de calidad.

El proceso para ver resultados fue de cinco a seis meses en los que se pudo posicionar en la primera página la búsqueda de varias palabras clave y algunas palabras que no estaban ideadas para la estrategia. Contratando este servicio valió la pena para conseguir los propósitos que la empresa se había planteado, la cual fue recibida y se le dio buen compás de espera para ver resultados que a la final fueron efectivos. En abril del 2012 el algoritmo de google llamado Penguin afectó

la práctica de link wheel, y esto por el bajo contenido de muchos enlaces y spam masivo, haciendo instantáneamente que el page rank de muchas paginas bajaran a cero. En la actualidad hacer este tipo de SEO no es tan sencillo por este motivo y debe ser enlaces que sean de alto valor, original o de lo contrario será penalizado [2].

Hoy en día existen millones de usuarios frecuentes en internet y allí es donde provienen muchos compradores de distintos artículos, dependiendo su necesidad. En el 2009 comienza el apogeo de empresas trabajando marketing en internet, con el objetivo de reducir costos enfocándose en un tipo de cliente en específico y para llegar a clientes de forma eficaz se dan cuenta de que deben aparecer en los primeros puestos de los motores de búsqueda. La mayoría de usuarios que hacen búsquedas en internet lo hacen a través de buscadores y por esto se comienza a implementar el SEO gracias a que tiene un costo menor para estas empresas que la publicidad en internet [3].

En el 2007 Google cambia su algoritmo para mantener una búsqueda más equilibrada y en el 2010 realiza más de 500 algoritmos con un promedio de 1.5 por día. En el 2008 el gasto de publicidad paga es $11.91 mil millones, mientras que con servicio SEO el gasto es de $1.42 mil millones (en dólares) y está comprobado que los usuarios prefieren hacer click a páginas que no son de publicidad paga a las que a las que sí lo son con una diferencia de 70% de visitas; de allí la importancia que empieza a tener el posicionamiento por parte de las empresas. Otro aspecto a atener en cuenta es que las palabras clave cada vez fueron aumentando de costo como en el 2004 que tuvo un incremento de 19% dado a su importancia para el posicionamiento web [4].

Justificación

La presente metodología pretende realizar un desarrollo de campañas de posicionamiento web, con el fin de simplificar trabajo en futuras campañas, con un procedimiento claro para aplicarlo a la página que requiera de servicio SEO. Es una gran ventaja tener un método para realizar estas campañas que se pueda gestionar los datos con una interfaz que permite editar, eliminar y buscar enlaces de una manera muy práctica. Las empresas cada vez están requiriendo mayor posicionamiento en internet, conociendo que el SEO es una herramienta muy útil para una estrategia de mercadeo con metas claras.

Tener una interfaz, la cual facilite la gestión de muchos enlaces, es una gran ventaja a comparación de otras personas que realizan SEO que no tienen un sistema práctico para manejar y simplificar tiempo, en el caso de buscar un enlace en específico entre muchos similares. Aunque existen herramientas pagar para gestionar enlaces, se realizó una para brindar una alternativa y con herramientas diferentes como la de visualizar número de visitas de acuerdo a una fecha en específico para una campaña.

Realizar SEO a nivel regional como nacional es fundamental para mejorar las campañas que se realizan por parte de las empresas con la necesidad de ofrecer productos de calidad , ya que el cliente tiene muchas opciones y escoge lo mejor. Al adquirir el producto el cliente puede recomendarlo, por esto los productos deben ser buenos para que el SEO sea eficaz no solo a corto sino a largo plazo.

Cuando se usa la estrategia de posicionamiento conocida como Link Wheel, se puede escalar posiciones en el buscador y aumentar el tráfico en el sitio web que se desea posicionar, enlazando de varias páginas o blogs hacia la url principal que se establece previamente haciendo un análisis de que se desea posicionar en específico.

Objetivos

Objetivo General:

Esta metodología pretende mostrar un modelo de gestión completo, para poder ser aplicado en diferentes campañas SEO que se presenten en el mercado. Esto permite que la persona que desee empezar la aplicación de esta pueda tener una guía para facilitar su implementación en futuras campañas.

Objetivos Específicos:

- Desarrollar un aplicativo web que permita gestionar y registrar las actividades de creación de enlaces de los participantes en una campaña (tanto de contenido propio como enlaces en sitios de terceros).
- Desarrollar la plantilla de un proyecto de LINK BUILDING con tiempos y actividades asociada a una campaña, donde se tengan las actividades fechas, entregas, responsables, e hitos y sirva como plantilla para futuras campañas.
- Desarrollar una metodología para la creación de una LINK WHEEL teniendo en cuenta los dos anteriores compromisos.

Metodología

Para realizar plantilla para LINK BUILDING, es importante hacer un análisis a las necesidades del cliente que entregan estos de acuerdo a un tiempo establecido de ejecución. Como herramienta SEO se debe tener en cuenta muchos aspectos a la hora de una campaña, como lo son la definición de palabras clave, definiéndose esta entre el cliente y la persona que realiza el SEO, A su vez la Link Wheel trabaja similar con el cliente, determinando que url se pretende posicionar.

Aplicativo web

El aplicativo realizado es para gestionar campañas de SEO en la empresa SYS, para esto se desarrolló una interfaz gráfica amigable para el que se va a loguear con su nombre de cédula y clave. Dependiendo el tipo de usuario a ingresar, puede acceder a distintos contenidos, como el caso del administrador que puede editar consultar añadir y eliminar (véase Imagen 1).

Imagen 1. Interfaz principal del aplicativo

Después de haber ingresado con la cédula y la contraseña, accedemos a otra parte del aplicativo fundamentan en la que en la parte central hay una breve descripción

sobre el trabajo de SEO que se realiza en la empresa y a su lado un esquema de cómo trabaja el posicionamiento web en general. Debajo de la descripción hay tres enlaces que son: actividades SEO, Glosario y preguntas comunes. La primera es una presentación en slideshare y con un video explicando las actividades SEO de la empresa, la segunda es para ver la explicacion de terminos conocidos de la práctica de SEO y la última son preguntas frecuentes la cual está en desarrollo. En la parte izquierda se encuentra el menú principal que contiene inicio, campanas, afiliados, tareas, reporte tareas, registro posicion, websites, categorias websites, clientes, actividades SEO,categorias actividades SEO, estadísticas, informes, salir y un recuadro llamado Contact info que tiene tres opciones: ayuda, actividades SEOSYS Colombia y glosario. La primera direcciona al inicio en donde se encuentra la descripción general de lo que se realiza en la empresa, el segundo direcciona a la presentación de slideshare y el último direcciona a las palabras relacionadas con SEO con sus definiciones respectivas (véase Imagen 2).

Imagen 2. Interfaz principal del aplicativo

En el menú de la parte izquierda contiene varias opciones, la primera es inicio que sirve para regresar a la página principal en donde sale la breve descripción de lo que realiza la empresa con el título de bienvenida (véase Imagen 3).

Imagen 3. Inicio del menú principal.

La opción campañas en en la que se realizan actividades para posicionar una página web, mejorando el nivel de tráfico del sitio posicionando las palabras claves. Contiene tres opciones que son: consultar campañas, editar campañas y crear campañas. La primera opción sirve para consultar campañas existentes, la segunda opción es para editar campañas existentes y como último está crear campaña en la que se ingresan los respectivos datos, teniendo en cuenta a cual cliente pertenece, cuales afiliados pertenecen a la campaña y que numero de palabras clave se van a usar, desplegando un formulario para llenar sobre cada una (véase Imagen 4).

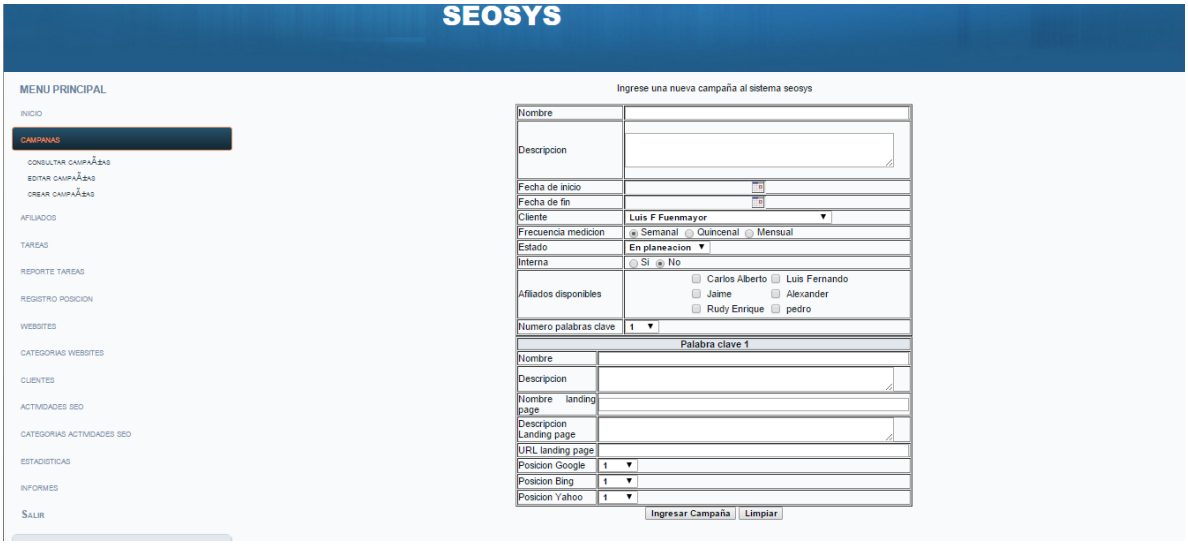

Imagen 4. Crear campaña.

La opción afiliados son los que se dedican a actividades de tareas y estos pueden pertenecer a una o varias campañas. Contiene cuatro opciones que son: consultar

afiliados, eliminar afiliados, editar afiliados, crear afiliados. El primero es para ver cada uno de los afiliados con su información, el segundo para seleccionar un afiliado para borrarlo, el tercero para modificar o añadir algún dato y el último es un formulario para añadir un afiliado nuevo con sus datos personales con su clave, estado activo o inactivo, opción para ver si es afiliado interno o externo y perfil en el que se selecciona gerente, afiliado o admin (véase Imagen 5).

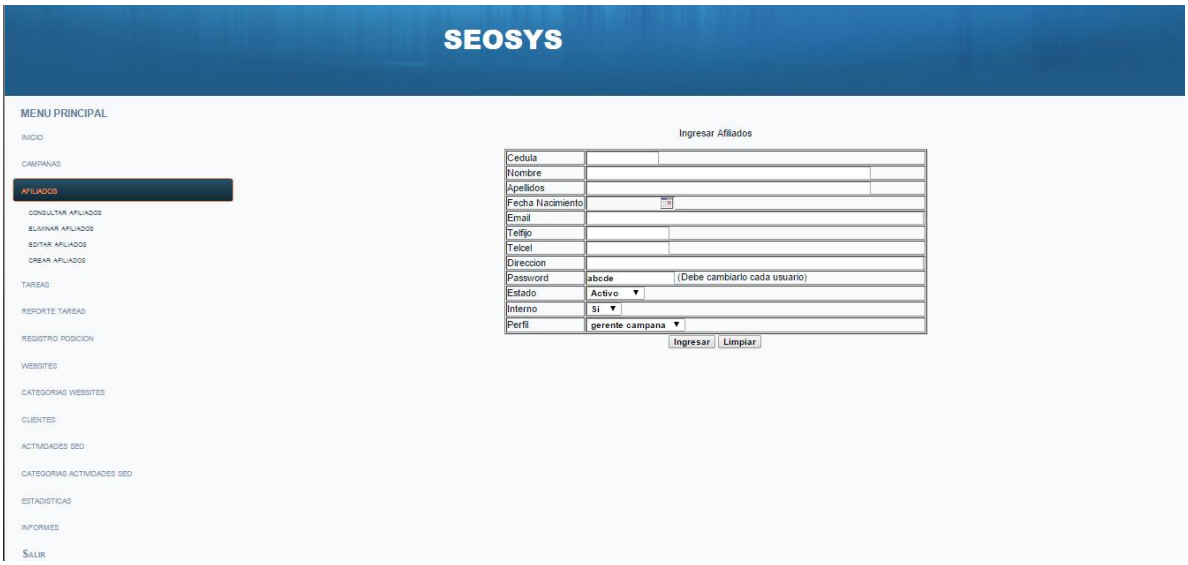

Imagen 5. Crear afiliado

La opción tareas puede tener una actividad o muchas y una tarea puede estar asignada a uno o a varios afiliados. Tiene tres opciones que son: crear tareas, editar tareas y consultar tareas. La primera se selecciona una campaña a la cual se le va a adicionar una tarea, de ahí se desprende un formulario para introducir datos generales, teniendo en cuenta a quien se le asigna la tarea, que palabra clave va a usar y que actividades va a realizar (véase imagen 6); en la segunda opción se selecciona la campaña para hacer cambios si es necesario y la ultima es para visualizar las tareas de la campaña seleccionada.

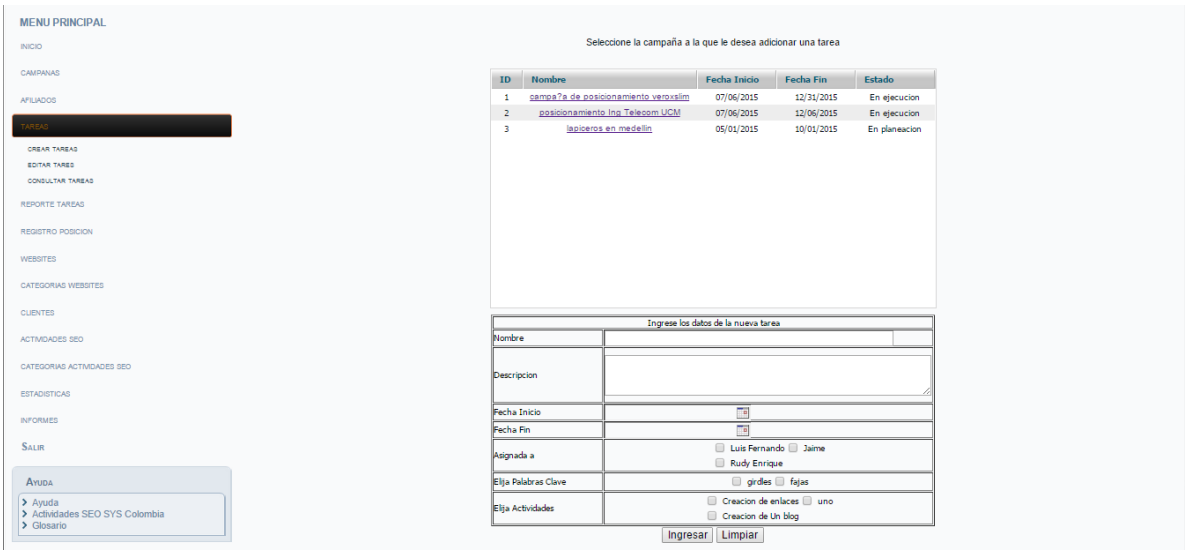

Imagen 6. Crear tareas.

La opción reportar tareas consta de dos opciones que son: Reportar tareas terminadas y reportar actividades terminadas. Las dos funcionan de manera similar, visualizando las tareas o actividades planteadas para reportarlas (véase Imagen 7).

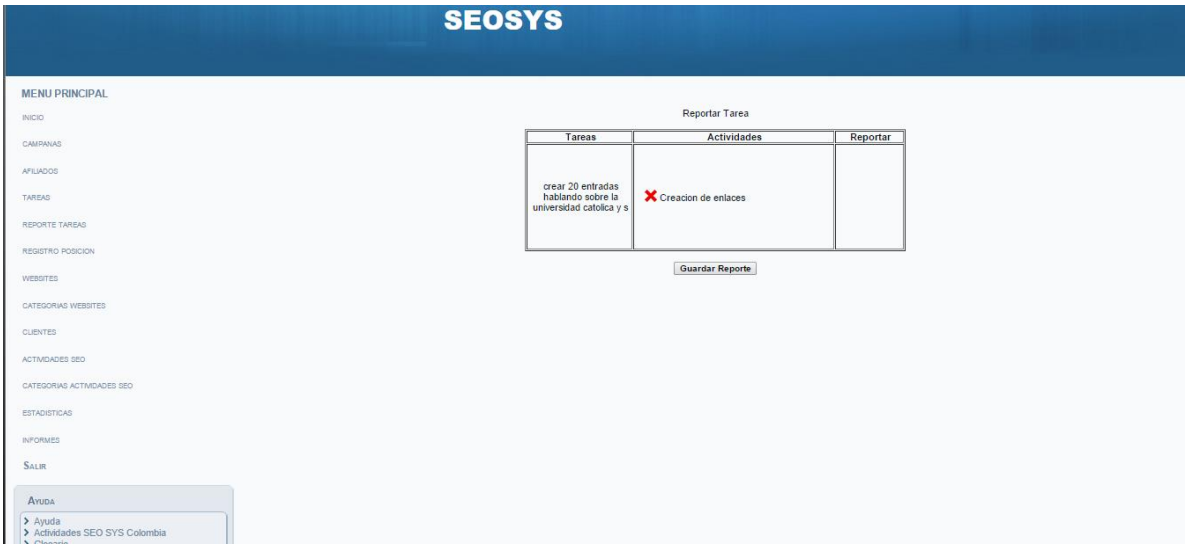

Imagen 7. Reportar tareas terminadas.

La opción registro posición es para llevar un control de la palabra clave y en qué posición se encuentra en el momento, en negro sale cuando está pendiente el

registro, azul para recordar que esta en la fecha actual y rojo para recordar que el registro tiene la fecha vencida (véase Imagen 8).

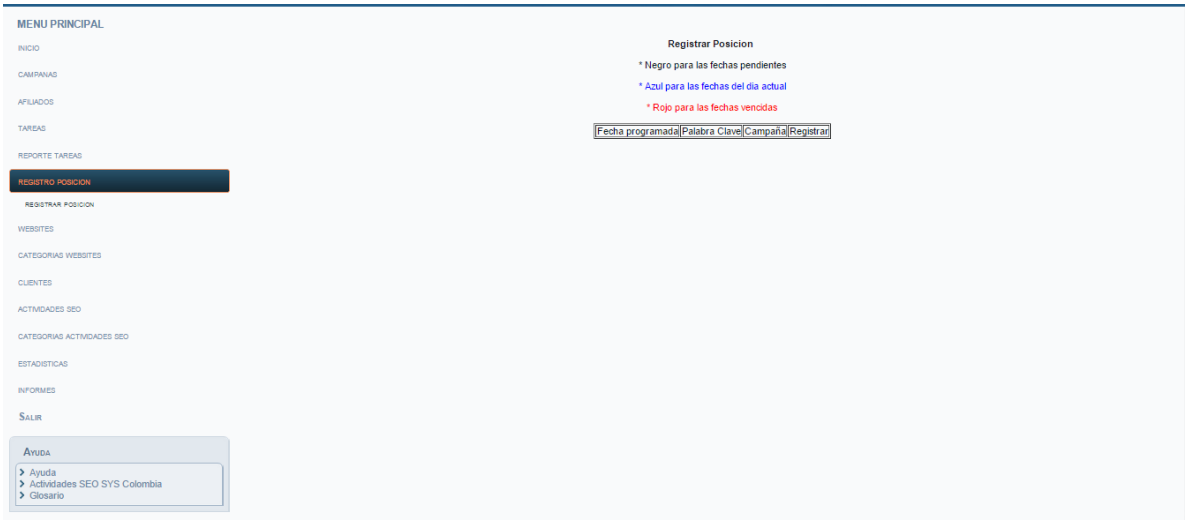

Imagen 8. Registrar posición

La opción websites es para gestionar páginas que hay guardadas en la aplicación. En las opciones a escoger estan: crear websites, editar websites, consultar websites y eliminar websites. La primera son datos sobre la página como el page rank, alexa traffic rank, fecha creación y vencimiento, si es o no sitio de un cliente y categorías padre (véase Imagen 9)

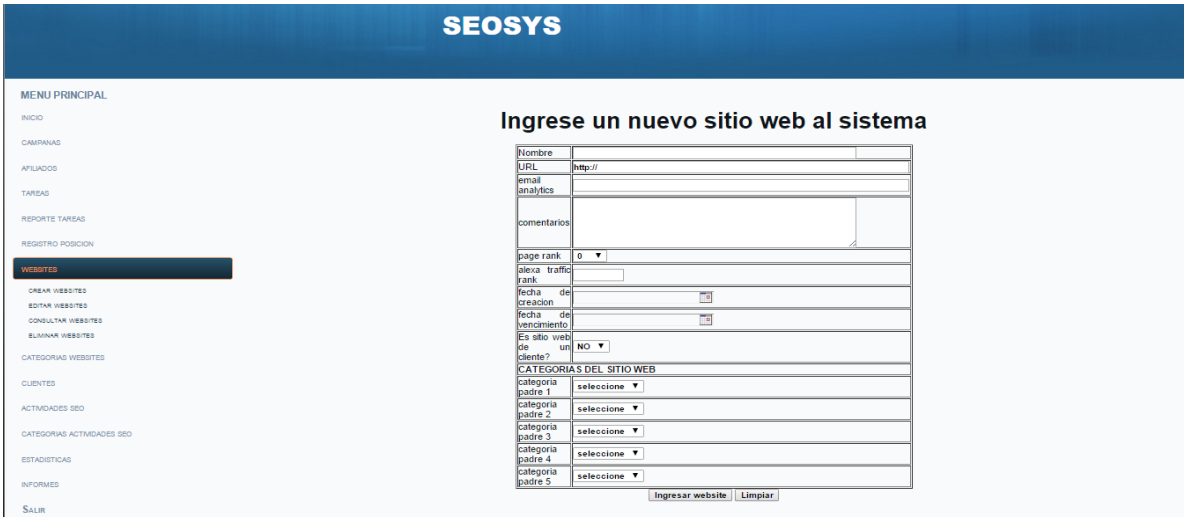

Imagen 9. Crear websites

La opción categorías websites contiene cuatro opciones: crear categorías websites, eliminar categorías websites, consultar categorías websites, editar categorías websites. El primero es un formulario para ingresar una campaña con su nombre,

descripción,dirección de la imagen y categorías padre (véase Imagen 10); las opciones restantes son para borrar, visualizar y modificar información de categorías de websites.

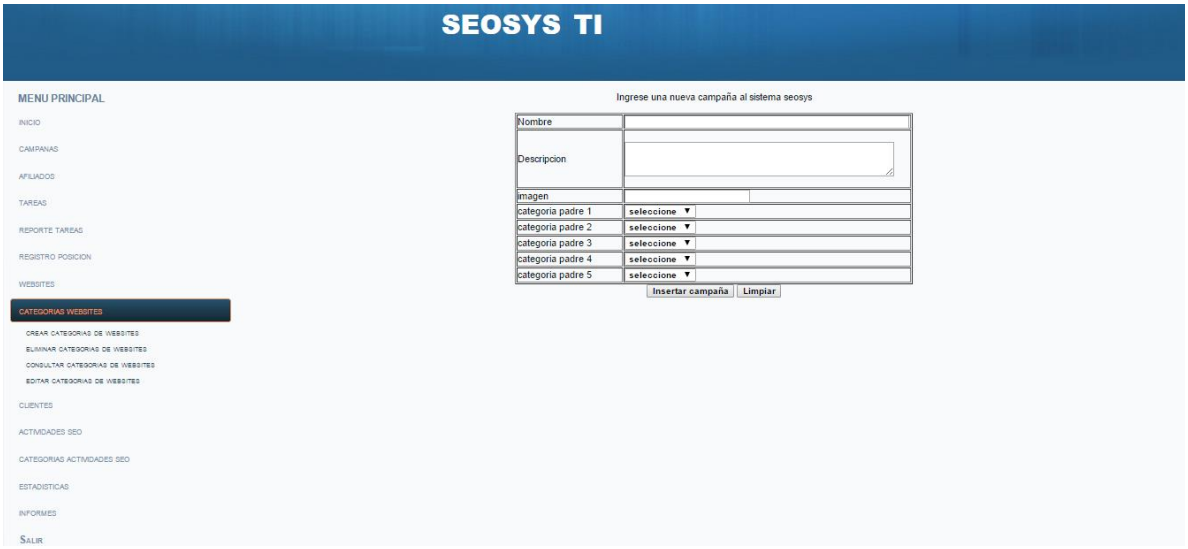

Imagen 10. Ingresar campaña al sistema.

La opción clientes contiene las siguientes opciones: eliminar clientes, editar clientes, consultar clientes, crear clientes. La primera contiene una tabla completa con los clientes existentes con la opción de eliminar el que desee, la segunda permite modificar datos del cliente, el tercero permite seleccionar un cliente y ver sus datos y el último es un formulario con datos que se requieren para ingresar un nuevo cliente (véase Imagen 11).

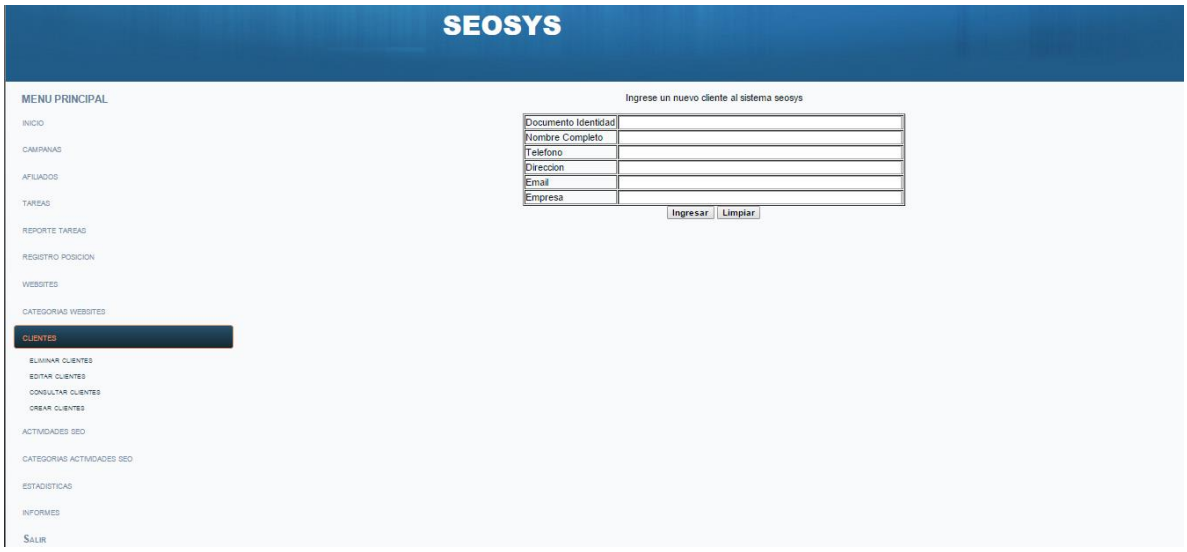

Imagen 11. Ingresar un nuevo cliente.

La opción actividades SEO son desarrolladas por un afiliado a la empresa y contiene cuatro opciones: crear actividades, editar actividades, consultar actividades, eliminar actividades. La primera opción se crea una actividad con nombre, descripción y escogiendo a qué categorías pertenecen (véase Imagen 12), la segunda para modificar información de las actividades, la tercera para observar la descripción y categorías, como última opción se borra la actividad que se selecciona.

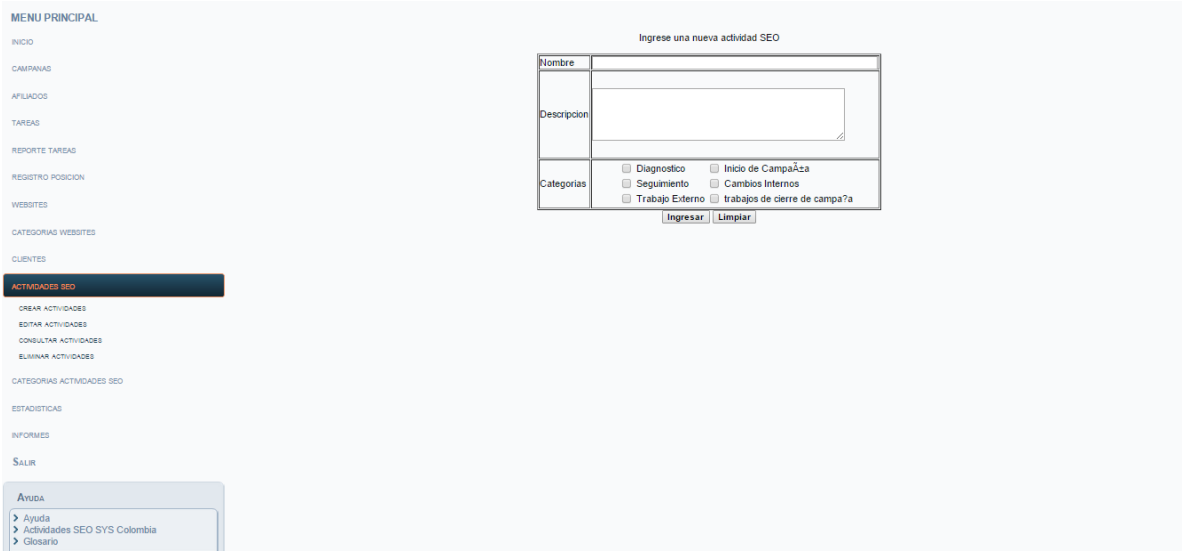

Imagen 12. Crear actividades.

La opción categoría actividades SEO contiene cuatro opciones: crear categoría de actividades, editar categoría de actividades, consultar categoría de actividades, eliminar categoría de actividades. La primera es un formulario para ingresar el nombre y descripción (véase Imagen 13), la segunda es para editar una categoría, la tercera para conocer la descripción de cada categoría y el último para eliminar una categoría de una actividad de SEO.

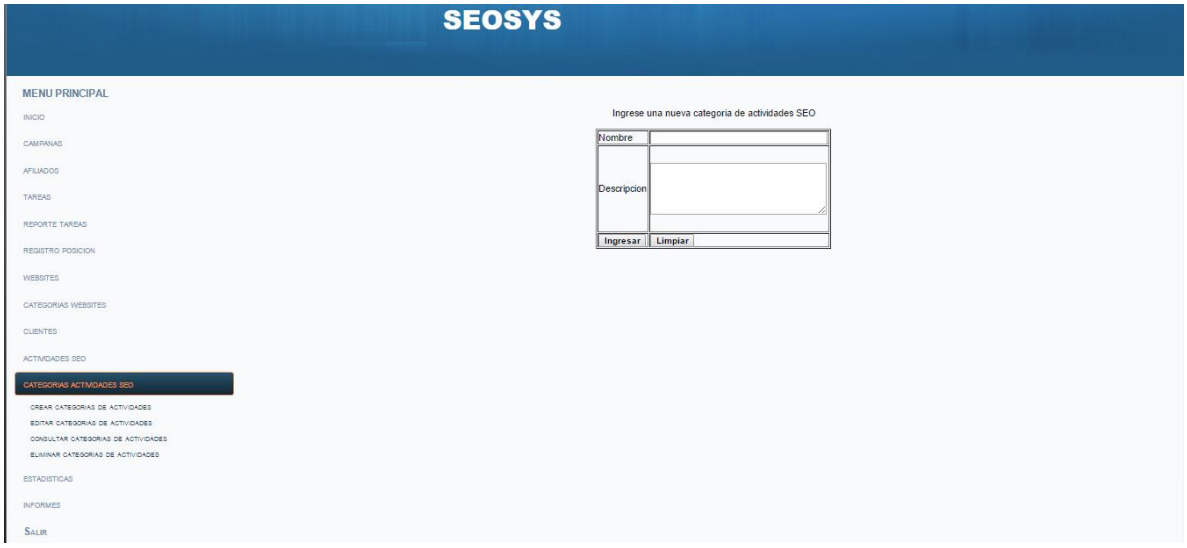

Imagen 13. Crear categoría de actividades SEO

Las opciones estadísticas e informes no hacen parte del trabajo de grado de acuerdo a los objetivos, pero esta la última opción del menú principal que es salir en la que al presionar, enviar un aviso de que ha salido exitosamente (véase Imagen 14) y automáticamente redirecciona a la página de Soluciones y Software.

Imagen 14. Salir del sistema.

Se crea además un sistema de gestión de enlaces para Link Building en donde se ingresan todas las url que son usadas para hacer comentarios en blogs. Cada enlace está creado por una persona que está en el campo creador, es decir, un creador puede hacer muchos enlaces. La url de esta tabla se encuentra también en anunciosycom en el campo landing. En la página aparecen 3 opciones: inicio, nuevo enlace y buscar enlace. El primero sirve para mostrar toda la tabla con los enlaces, el segundo para añadir un enlace con sus respectivos datos y por último buscar enlace que contiene un campo de texto programado por Ajax para encontrar fácilmente un enlace en específico, teniendo un título, la url, la dirección url para ser ingresada en los comentarios de blogs y aparte un cuadro de todos los

enlaces en un bloque. El creador se encuentra en la tabla Gestion sitiosexternos en el campo llamado ingresadopor y en la tabla Gestion anunciosycom con el nombre de creador (véase Imagen 15).

Sistema de Gestion de enlaces para Link Building

inicio Nuevo enlace Buscar enlace

Id	Titulo	Url	Comentarios	Creador	Fechaing	Campana	ciudad	activo
1	que es una Historia ClÃnica Consulta General (consulta externa)	http://solucionesysoftware.com/web/2015/01/26/historia-clinica-consulta-general-consulta-externa	descripcion de consulta general y sus diferentes ordenes y procedimientos	4	2015-02-16	0	0	1
2	que es una Historia ClÃnica OdontolÃ³gica	http://solucionesysoftware.com/web/2015/01/26/historia-clinica-odontologica	presentacion de caracteristicas del modulo historia clinica odontologica	4	2015-02-16	0	0	1
3	que es una Historia ClÃnica de Urgencias	http://solucionesysoftware.com/web/2015/01/26/historia-clinica-de-urgencias	explicacion del contenido de modulo Historia clinica de urgencias	4	2015-02-16	0	0	1
4	que es una Historia ClÃnica Materno Claps	http://solucionesysoftware.com/web/2015/01/26/historia-clinica-materno-claps	descripsion de Historia clinica materno claps	4	2015-02-16	0	0	1
5	que componentes tiene la Historia ClÃ-nica AIEPI 0meses a 2meses	http://solucionesysoftware.com/web/2015/01/26/historia-clinica-aiepi-0meses-a-2meses	componentes a tener en cuenta en la historia clinica AIEPI 0ma2m Meses	4	2015-02-16	0	0	1
6	que componenetes tiene la Historia ClÃ-nica AIEPI 2meses a 5aÃ±os	http://solucionesysoftware.com/web/2015/01/26/historia-clinica-aiepi-2mese-a-5anos	componentes a tener en cuenta en la Historia ClÃnica AIEPI 2meses a 5aÃ±os	4	2015-02-16	0	0	1
7	que es una Historia ClÃnica Crecimiento y desarrollo	http://solucionesysoftware.com/web/2015/01/26/historia-clinica-crecimiento-y-desarrollo	explicacion del modulo de Historia ClÃnica Crecimiento y desarrollo	4	2015-02-16	0	0	1
8	que debe tener una Historia ClÃnica 10 a 13 AÃ±os	http://solucionesysoftware.com/web/2015/01/26/historia-clinica-10-a-13-anos	explicacion de modulos que debe tener una Historia ClÃnica 10 a 13 AÃ±os	4	2015-02-16	0	0	1
9	que debe tener una Historia ClÃnica 14 a 29 AÃ±os	http://solucionesysoftware.com/web/2015/01/26/historia-clinica-14-a-29-anos	explicacion de modulos que debe tener una Historia ClÃnica 14 a 29 AÃ±os	4	2015-02-16	0	0	1
10	que es una Historia ClÃnica Adulto Mayor	http://solucionesysoftware.com/web/2015/01/26/historia-clinica-adulto-mayor	descripsion de lo que es una Historia ClÃnica Adulto Mayor	4	2015-02-16	0	0	1
11	que es una Historia ClÃnica Agudeza Visual	http://solucionesysoftware.com/web/2015/01/26/historia-clinica-agudeza-visual	explicacion del contenido del modulo de Historia ClÃnica Agudeza Visual	4	2015-02-16	0	0	1
12	que componentes debe tener el modulo de Historia ClÃnica CÃncer de Seno	http://solucionesysoftware.com/web/2015/01/26/historia-clinica-cancer-de-seno	los componentes del contenido de Historia ClÃnica CÃncer de Seno	4	2015-02-16	0	0	1
13	que es una Historia ClÃnica Planificacion Familiar	http://solucionesysoftware.com/web/2015/01/26/historia-clinica-planificacion-familiar	descripsion de Historia ClÃnica Planificacion Familiar	4	2015-02-16	0	0	1
14	que es una Historia Clinica AtenciÃ³n Parto	http://solucionesysoftware.com/web/2015/01/26/historia-clnica-atencion-parto	explicacion del modulo de Historia Clinica AtenciÃ³n Parto	4	2015-02-16	0	0	1

Imagen 15 . Gestión de enlaces Link Building

Para tener un control de todos los enlaces en los que se va a realizar la link Wheel, se crea un aplicativo web para gestionar y registrar las actividades de creación de enlaces, por parte de los participantes en una campaña. El aplicativo cuenta con dos tablas llamadas Gestión sitiosexternos y Gestión anunciosycom, cada una de estas tiene su respectiva base de datos en el servidor de Soluciones y Software; son tablas con integridad referencial, siendo el id de Gestión sitiosexternos, la característica en común con Gestión anunciosycom, la cual hereda el id en el campo sitioex, con el fin de que varios enlaces pueden pertenecer a un sitioexterno.

En la parte superior de la página se puede agregar un campo nuevo con datos para cada tabla y luego de llenar todos los campos, se guardan los datos con el botón registrar, luego se re direcciona a la página principal en donde se actualiza instantáneamente los datos que han quedado guardados en la base de datos (véase Imagen 16).

agregar sitiosexternos
agregar anunciosycom

Imagen 16. Opciones para agregar campo nuevo de sitiosexternos y de anunciosycom.

Para cada campo existe las opciones editar y eliminar, la primera se selecciona en el campo que se quiera hacer un cambio y al momento de hacer click sobre guardar, redirecciona a la página principal con los respectivos cambios, es importante tener en cuenta que el cambio de id en la tabla principal Gestión sitiosexternos puede afectar a Gestión anunciosycom y se debe tener cuidado con los cambios. Para eliminar se da click sobre este nombre dependiendo el campo que se quiera borrar; cualquier enlace de anunciosycom se puede borrar sin afectar la tabla principal, pero si se elimina un campo de sitiosexternos (véase imagen 17), afecta los enlaces que se han guardado en anunciosycom (véase imagen 18) que están relacionados con su id y automáticamente serán borrados de la tabla y por ende de la base de datos.

Gestion sitiosexternos

id	nombre	url	tipo	comentarios	ingresadopor	permitehtml	editar	eliminar
93	trixieluxx	http://trixieluxx.blogspot.com	1	blog para campa?a verox slim	2	1	editar	eliminar
92	decor universitas	http://decoruniversitas.blogspot.com	1	blog para campa?a verox slim	2	1	editar	eliminar
91	bubble go thinspired	http://bubblegothinspired.blogspot.com	1	blog para campa?a verox slim	2	1	editar	eliminar
90	doris dosage	http://dorisdosage.blogspot.com	1	blog para campa?a verox slim	2	1	editar	eliminar
89	tabistry	http://tabistry.blogspot.com	1	blog para campa?a verox slim	2	1	editar	eliminar
88	farthingales corset	http://farthingalescorsetblog.blogspot.com	1	blog para campa?a verox slim	2	1	editar	eliminar
87	the adventures of an even princess	http://adventuresofanelvenprincess.blogspot.com	1	blog para campa?a verox slim	2	1	editar	eliminar
86	waist cincher adda collection	http://waistcincheraddacollection.blogspot.com	1	blog para campa?a verox slim	2	1	editar	eliminar
85	diary of a pinup girl an another stories	http://pinups-diary.blogspot.com	1	blog para campa?a verox slim	2	1	editar	eliminar
84	telebuy sky shop	https://telebuyskyshop.wordpress.com	1	blog para campa?a verox slim	2	1	editar	eliminar
83	saldos y remates de fabricas chinas	http://saldosyremateschina.blogspot.com	1	blog para campa?a verox slim	2	1	editar	eliminar
82	beauty is our addiction	http://beautyisouraddiction.blogspot.com/	1	blog para campa?a verox slim	2	1	editar	eliminar

Imagen 17. Tabla gestin sitiosexternos

Gestion anunciosycom

id	url	sitioex	campana	landing	fecha	creador	ciudad	editar	eliminar
105	http://trixieluxx.blogspot.com/2014/09/everything-you-need-to-know-about-waist.html?showComment=1432154148173#c853266827838760499	93	2	http://veroxslim.com/waist-cinchers/	2015-05-20 00:00:00	2	0	editar	eliminar
104	http://decoruniversitas.blogspot.com/2012/11/esbelt-or-squeem-waist-cincher-corset.html?showComment=1432154041596#c2876609610728002854	92	2	http://veroxslim.com/waist-cinchers/	2015-05-20 00:00:00	2	0	editar	eliminar
103	http://bubblegothinspired.blogspot.com/2014/07/the-famous-lip-service-waist-cincher.html?showComment=1432153764942#c7853061099752858413	91	2	http://veroxslim.com/waist-cinchers/	2015-05-20 00:00:00	2	0	editar	eliminar
102	http://dorisdosage.blogspot.com/2014/12/lol-this-waist-cincher-has-gone-viral.html?showComment=1432153590659#c2312062174162631714	90	2	http://veroxslim.com/waist-cinchers/	2015-05-20 00:00:00	2	0	editar	eliminar
101	http://tabistry.blogspot.com/2015/02/tabistry-waist-cincher.html?showComment=1432153389049#c3482651033489885734	89	2	http://veroxslim.com/waist-cinchers/	2015-05-20 00:00:00	2	0	editar	eliminar
100	http://farthingalescorsetblog.blogspot.com/2013/07/coutil-long-line-waist-cincher-is-my.html?showComment=1432153062530#c4160444980939432146	88	2	http://veroxslim.com/waist-cinchers/	2015-05-20 00:00:00	2	0	editar	eliminar
99	http://adventuresofanelvenprincess.blogspot.com/2014/12/battle-tauriel-cosplay-waist-cincher.html?showComment=1432152776022#c593001462380668580	87	2	http://veroxslim.com/waist-cinchers/	2015-05-20 00:00:00	2	0	editar	eliminar
98	http://girdlesandbodys.blogspot.com/2015/04/that-when-using-waist-cincher.html?showComment=1432152664346#c1973287151685665909	70	2	http://veroxslim.com/waist-cinchers/	2015-05-20 00:00:00	2	0	editar	eliminar
97	http://waistcincheraddacollection.blogspot.com/p/waist-printed.html?showComment=1432152213444	86	2	http://veroxslim.com/waist-cinchers/	2015-05-20 00:00:00	2	0	editar	eliminar
96	http://pinups-diary.blogspot.com/2012/11/rubber-corset-waist-training-test.html?showComment=1432151954678#c7867001631536598511	85	2	http://veroxslim.com/waist-cinchers/	2015-05-20 00:00:00	2	0	editar	eliminar

Imagen 18. Tabla gestion anunciosycom

Link Building

Es una estrategia de SEO que quiere decir construcción de enlaces, la cual tiene como propósito hacer que otras páginas enlacen una página determinada para poder mejorar su posicionamiento en los rankings. Para mejorar la estrategia de Link Building se debe variar los anchor text, las url que se van a enlazar, la posición de los enlaces en el Blog, tener enlaces nofollow, hacer enlaces con imágenes, cambio de post o entradas (que sean relevantes) y búsqueda de enlaces rotos para avisarle al dueño de la página y poder conseguir que pueda enlazar nuestra página.

Para gestionar los enlaces de LINK Building se realiza un programa, para gestionar los enlaces que se van a posicionar, en la parte principal se encuentra una tabla con muchos enlaces en donde los campos son: id, url, comentarios, creador, fechaing, campaña, ciudad y activo. El campo url es el mismo que existe en el otro aplicativo en el que se encuentra anunciosycom, pero en esta se llama landing.

El aplicativo tiene dos opciones, nuevo enlace y buscar enlace. El primero es para agregar una url con los datos pertinentes para ser registrado en la tabla y usado para hacer SEO, y buscar enlace es un campo que se creó usando Ajax con el fin de facilitar la búsqueda de un enlace determinado consiguiendo como resultados el título del enlace, el enlace y la url directa para ser copiada y pegada en un blog. La diferencia es que la segunda tabla sale solo la dirección, por el último campo tiene el formato para ser direccionado en un blog a otra página determinada.

Link Wheel

Es una estrategia de SEO la cual funciona cuando el artículo uno enlaza el dos, este al tres y así sucesivamente hasta que el último enlaza al artículo más visitado del blog creado, logrando el mismo Page Rank del sitio o dependiendo la efectividad de esta estrategia hasta mejor ranking que el mismo sitio. Los enlaces deben ser nofollow para que estos sean tenidos en cuenta para posicionamiento. Estos enlaces son ingresados en comentarios de foros o blogs como blogger, wordpress y otro tipo de páginas en las que hay muchos foros con temas de interés.

La práctica de este tipo de posicionamiento es una tarea complicada, ya que Google trata de evitar estas prácticas, debido al bajo contenido que se aporta en algunos casos, pero si se realiza correctamente, se puede lograr buena reputación y generar mayor tráfico sin problemas de penalización por parte de Google. La

rueda de enlaces no puede ser tan sistemática, debe ser variable al momento de direccionarse, para no ser penalizado por Google, ya que esta práctica es común y no todos los que hacen este tipo de posicionamiento lo realizan correctamente.

Para crear una link wheel es necesario hacer comentarios en páginas web 2.0 como Facebook, Twitter, Wordpress, Youtube, Blogger, entre otros; con el fin de posicionar el sitio principal. De estas páginas se debe obtener un buen flujo para que el motor de búsqueda vea que el sitio en cuestión es visitado frecuentemente gracias a esta práctica. Un ejemplo es hacer una entrada en un artículo de Blogger mencionando el sitio principal y con un enlace a otro comentario creado en Wordpress, así sucesivamente se realiza comentando en una página refiriéndose a otra y mencionando el sitio principal hasta que se desee cerrar la rueda de enlaces.

La link wheel debe ser dada a conocer creando enlaces de retroceso, conocidos como backlinks usados en distintas paginas; ademas en cada página se debe capturar los datos de la RSS (Really Simple Syndication) que sirve para compartir contenido en la web; estos con el fin de asociarlos con directorios de RSS como Bitadir, Blogdigger, Pingomatic, Lsblogs, Oobdo, entre otros.

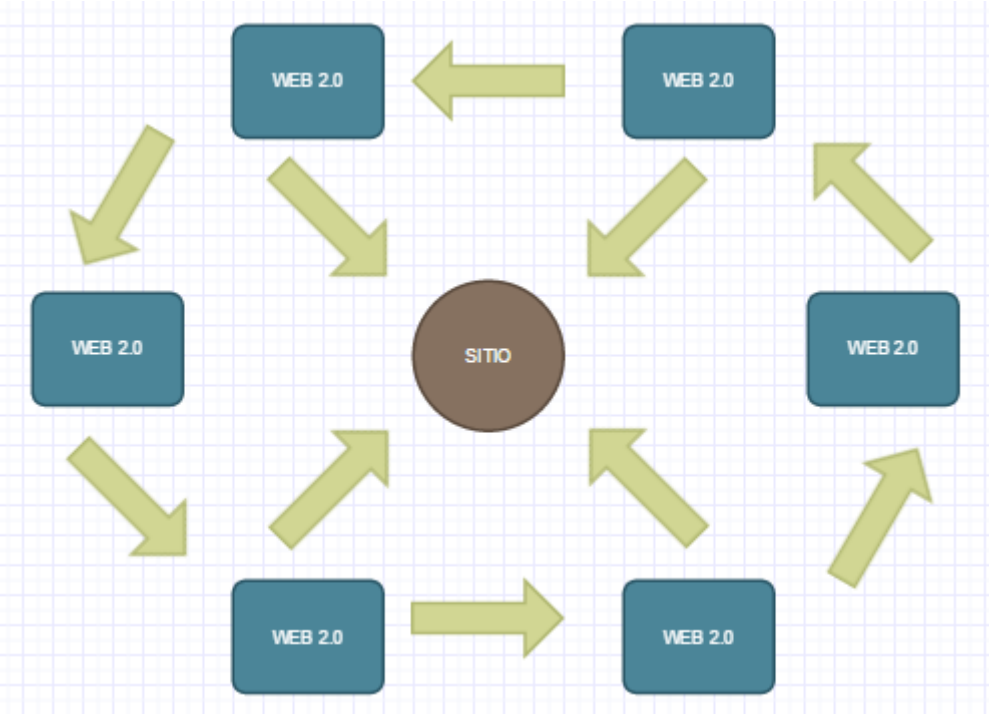

Imagen 19. Esquema de práctica de link wheel.

En la imagen anterior (véase Imagen 19) todos los caminos conducen al sitio al cual deseamos direccionar a las personas y existen las páginas web 2.0 las cuales son las encargadas de tener enlaces apuntando al sitio.

Estructura

La estructura de un enlace es ejemplo. La página web es invisible al momento de acceder, en este caso se ve el enlace ejemplo y al dar click sobre él se accede a la dirección www.ejemplo.com.

Nofollow

Es importante tener en cuenta para evitar enlaces spam, de los cuales no se tiene garantía y puede perjudicar la página si no se aplica. Lo que se hace es para no tener influencia por parte de estos enlaces dudosos para el motor de búsqueda. Su estructura es ejemplo.

Meta tags

Es fundamental para un SEO efectivo y sirve para hacer una breve descripción sobre la página(dos líneas como máximo) al momento de obtener resultados de páginas en el buscador. Su estructura es:
<meta name="description" content="descripción breve"/>

Para las palabras clave se la estructura es:

<meta name="keywords" content="palabra clave,palabra clave"/>

Anchor Text

Es importante que todos los enlaces tengan un anchor text, el cual es la parte que se va a ver en la página como en el párrafo anterior la palabra "ejemplo"; es visualmente más cómodo para el usuario que sabe de antemano a que información va a acceder, eso sí no se debe exceder en palabras y se debe ser lo más conciso posible. Se debe variar las url que se va a enlazar para no ser penalizados por Google Penguin.

Segmento Cliente

Definir un segmento cliente de acuerdo al contenido de la página y planear para que personas va a ser el tema si a nivel regional, nacional o para otros países, si se realizara una campaña SEO para Estados Unidos, el contenido debe ser en

inglés y requiere más análisis del mercado para ver que les interesa a las personas de acuerdo a lo que se pretende posicionar.

Contenido

Cuando se escribe un artículo en el blog se debe repetir la palabra clave que tenga el título varias veces sin llegar a excederse, pero también se debe mencionar la palabra clave pero de distinta forma, usando sinónimos.

Enlaces

Deben ser relevantes y acordes al tema que relaciona la página, para mejorar el ranking y ser originales, si se duplica información puede ser penalizado por google y bajaría posiciones en el momento de buscar la página en este buscador. El contenido debe ser enfocado en lograr que las personas compartan la información y esto se logra con contenido interesante y agradable para el lector, compartiendo el contenido por redes sociales, blogs o páginas ayuda positivamente al posicionamiento de la página. Según una estadística de MOZ compartir enlaces en Facebook, Google+, entre otros tiene un peso de 7.24% lo cual es considerable para el posicionamiento web [6].

Cuando las personas hablan de la página en cuestión deben enlazar a nuestra página y según el libro de Moz [6] con Google Alerts se puede dar cuenta cuando mencionan la página, luego de esto se puede contactar al web master para conseguir que enlacen a nuestra página. Existe un programa llamado Open SEO Stats que permite ver el page Rank de las páginas, y muchos datos interesantes sobre las páginas web; es importante tener en cuenta que es mejor hacer un aporte en un blog con un page Rank 9 como Wordpress a un blog como blogspot.es que tiene un page Rank de 5, a mayor page Rank mayores visitantes y mayor calidad de contenido. Cabe mencionar que el Page Rank maneja una puntuación de cero a diez a las páginas web de acuerdo a su importancia, constantemente se actualiza por parte de Google.

La página a la cual se le aplica el SEO debe ser constante, es decir, si en mayo recibe 500 visitas al mes siguiente no puede tener cero, ya que pierde ranking en las páginas y dejaría de ser rentable; esto se logra con contenido de calidad y original para que las personas se puedan interesar en él y compartan el contenido en redes sociales, blogs o páginas web.

La elaboración de LINK BUILDING debe ser natural, es decir no debe hacerse muchos enlaces ya que podría haber penalización por parte de google. Tampoco se deben comprar enlaces ni venta de enlaces porque aunque puede ser efectivo, causa también penalización por considerarse una práctica de "Black Hat SEO". Aunque puede dar resultados rápidos, no se debe hacer por ser arriesgado y ninguna empresa correría el riesgo de ser penalizado por Google, dado a enlaces

que son de baja calidad. Un caso real fue la penalización que se hizo a JC Penney en Febrero de 2011 por comprar enlaces con unas palabras específicas. (tomado de Moz [6])

Definir Redes Sociales

Es fundamental tener claro una estrategia SEO incluyendo redes sociales populares, como Facebook, Twitter, Linkedin, Google Plus. Se debe hacer manteniendo cada uno de los perfiles activos y realizando contenido relevante para que las personas compartan, ayudando al posicionamiento. Youtube es un buen apoyo cuando se realiza videos originales, no sólo con información de cualquier tema, sino con el plus de que sea entretenido para el visitante. En el caso de Facebook se puede crear una pagina para ganar seguidores,usándola como funciona un blog pero direccionando los contenidos y compartiendo información constantemente para generar interés en los usuarios, en Twitter se puede crear una cuenta especial para hacer lo mismo y ganar seguidores.
Existe una pagina muy eficaz para administrar paginas de redes sociales conocida como http://www.socialmarker.com/ , la cual ahorra mucho tiempo teniendo en cuenta que hay que ingresar en cada pagina para publicar los enlaces con el fin de promover enlaces en las principales redes sociales que en este caso muestra las 50 principales. Usando esta herramienta se puede lograr un buen posicionamiento de forma rápida.

Definir Blog

Es fundamental el uso de blog para crear la Link Wheel, blogspot es el más usado y es el que se va a usar para estas campañas. Existen otros blogs como wordpress, jimdo, webnode, weebly, Yolasite, entre otros; que poseen características interesantes, cada una con plantillas gratis y pagas con la posibilidad de hacer referencia a las link Wheel direccionando los enlaces a la página principal que se va a posicionar.

Cambiar Enlaces

Es otra práctica de SEO que no está recomendada; hace unos años esto era normal que se consiguieran muchos enlaces asociándose a otras páginas, pero hoy en día esto está mal visto por Google por que al hacer demasiados enlaces baja la calidad de contenido que estos contienen. Los enlaces que son compartidos, deben ser porque tienen buena calidad e información que aporte algo nuevo, que sea meritorio.

Contactar Blogueros

Para generar mejor posicionamiento y que mencionen nuestros enlaces, se debe contactar a blogueros que tengan los mismos intereses que nosotros, si se contacta alguien que no le interesa el tema que se maneje de acuerdo a la campaña, esta persona simplemente lo que hará es ignorar el mensaje cuando se le envíe. Cuando se contacte al bloguero debe ser un mensaje bien redactado y corto en el que se explique la razón por la que se quiere contactar e invitando a acceder a la página que se está posicionando comentando el enlace direccionándolo al hacer click sobre él.

Crear blogs

Crear uno o varios blogs es fundamental de acuerdo a la necesidad de las palabras claves a posicionar y está recomendado realizarlo por los ingenieros de Google. Por este medio se puede hacer buenos contactos y ganar enlaces compartidos por parte de estos, cabe mencionar que el blog debe ser actual y debe hacer entradas periódicamente, aprovechando en la edición la posibilidad de alojar los enlaces que se requiera de acuerdo a la estrategia de posicionamiento que se haya realizado. Los títulos deben ser de un tamaño <h1></h1> para hacer énfasis en el tema que se mencione, y el texto no debe ser demasiado extenso ni redundante, para que el lector se interese más por el tema.

Participar en Foros

Se logra resolviendo preguntas de las personas, dando una buena solución e invitando a acceder a la página enlazando en el comentario la url que se requiera, que se relacione con el tema en el cual se está participando. Para responder así no se debe ser brusco, debe ser bien redactado y de una forma cordial invitar a ingresar al enlace que se va a escribir; para generar mayor credibilidad es bueno responder con el nombre y datos personales, lo cual es beneficioso para contactar por correo o redes sociales.

Comentarios en blogs

Así como en los foros, se escribe una entrada en los comentarios invitando a que conozcan el servicio del producto que se está ofreciendo, debe ser un comentario bien redactado y enlazando la página a posicionar, por ejemplo se puede comentar sugerencias para mejorar la página, o compartir información de acuerdo al tema de la entrada en el blog. El enlace que se está posicionando debe ser acorde con el tema del blog.

Estrategia de Mercado

Tener un gancho de mercado da mayor interés al público, como ofrecer un pdf sobre el tema de interés, ofrecer un curso con algunas clases gratis, suscripción por correo para recibir contenido, videos compartiendo temas de interés entre otros que pueden hacer que el cliente acceda y comparta información. La gran ventaja es que se puede fidelizar clientes, para que visiten constantemente la página que se va a posicionar y así incrementar el tráfico.

Una estrategia de Link Building que debe ser tenida en cuenta es la reclamación de enlaces, la cual consta de que hay páginas que tienen enlaces que redireccionan a páginas que ya no existen. Para esto se puede contactar al dueño de la página para dar aviso o arreglar estos enlaces redireccionándolos. Según el libro de MOZ hay un programa ideal para encontrar estos enlaces rotos llamado Open Site Explorer [6].

Es importante visitar muchos blogs que tengan que ver con la página a posicionar, ya que además de servir como guía para hacer entradas en el blog propio, puede ser un futuro aliado que se puede contactar para enlazar las url de nuestra página y como siempre buscamos los primeros resultados, se ven los mejores blogs sobre el tema en específico en cuanto a contenido y Page Rank.

Evitar sanciones

El algoritmo Google se está actualizando constantemente y se debe adaptar la estrategia de SEO a estos cambios, pero esto es beneficioso en general para encontrar contenidos en internet que sean originales y aporten algo al usuario. Las causas que generan sanciones son: Tener enlaces que no corresponden a la página o vínculos ocultos, información duplicada, no abusar de artículos de invitados en la página (menos del 20%). Deben existir en la página enlaces relevantes, diseñar bien el sitio, creando cuentas reales obteniendo seguidores que se interesen por el tema para evitar sanciones [5].

Herramientas Usadas en Campañas SEO

Existen muchas herramientas para hacer SEO unas gratis y otras pagas, cada una con sus ventajas, aplicaciones completas con muchas funciones u otras para una función en específico. Las siguientes herramientas son las que se usaron para realizar campañas SEO:

SEO Tools for Excel: Es una herramienta fundamental e imprescindible para hacer un posicionamiento efectivo, se puede integrar con Google Analytics. Tiene funciones fundamentales como obtener información de una web escribiendo el dominio a analizar con la posibilidad de ver los errores de validación HTML, ver la velocidad de carga de varias páginas según Google, tamaño de la página, extraer url de una página web determinada.

Google Analytics: Herramienta fundamental para obtener información detallada sobre cómo las personas que visitan nuestro sitio actúan sobre él y de que forma llegaron a este. Existe la posibilidad de analizar el contenido, por medio de informes en los que muestra que tan buen rendimiento tienen las entradas, en las redes sociales se puede medir también la eficacia de las publicaciones.

Google Webmaster Tools: Sirve para recoger los datos y diagnósticos para mantener una página optimizada con el fin de que esta sea sea mejorada . Permite hacer un análisis completo para mostrar posibles errores que detecta Google , muestra cómo las personas encuentran nuestro sitio y muestra el tráfico de búsqueda.

Google keyword Tool: Fundamental para hacer un análisis de palabra clave. Sirve para tener una idea de qué palabras clave pueden ser mejores y para hacer una lista de palabras clave combinando varias listas de palabras.

Google Trends: Herramienta para conocer la evolución de búsqueda de palabras en un tiempo determinado, permitiendo buscar las palabras de acuerdo a la necesidad como por ejemplo buscar resultados en Colombia.

GTmetrix: Es mucho mejor que Google Pagespeed Insights , ya que contiene informes completos para verificar velocidad de carga de la página, teniendo la ventaja de poder descargar en PDF el informe completo.

Conclusiones

Luego de realizar el aplicativo como se pretendía hacer y realizar campañas de SEO usando Link Wheel apoyando la empresa de Soluciones y Software, es importante conocer muy bien todo lo que abarca la palabra SEO y sus distintas formas de uso; para esto es importante la capacitación para poder obtener experiencia trabajando en campañas reales, en donde se ve la necesidad de realizar el mejor posicionamiento posible. Se desarrollaron actividades relacionadas con las Link Wheel como el caso de redactar un artículo sobre la campaña a posicionar, apoyado de herramientas de software para medir rendimiento, tráfico, entre otros elementos que deben ser tenidos en cuenta para verificar el page rank de la pagina determinada. Es importante mencionar que el aplicativo fue usado por personas de la empresa para realizar entradas en blogs, cada uno con un ID único para gestionar sus enlaces para lograr unos resultados más eficaces.

Este trabajo fue fundamental para obtener el conocimiento para realizar campañas de cualquier tipo, teniendo en cuenta que se debe saber del tema a posicionar muy bien para poder hablar con argumentos y con información que sea relevante, pensando detenidamente si lo que estamos realizando es interesante visualmente y por contenido para el usuario, con el fin de que estos accedan a los enlaces, recomienden contenidos de la campaña y adquieran productos.

El resultado final de la aplicación para la gestión de enlaces de una Link Wheel es satisfactorio, con una interfaz organizado con tablas y fácil de visualizar de acuerdo a la necesidad de el administrador ya que es importante tener un control sobre páginas en las que ya hemos hecho comentarios y segmentar comentarios de acuerdo a los enlaces de cada categoría para conducir a a la pagina principal, todo esto para lograr un resultado final y no es otro que hacer un SEO eficaz para que el usuario se sienta satisfecho.

Trabajos Futuros

- Realizar campañas para países que sean de lengua distinta al español o inglés.
- Adquirir software de pago para realizar SEO para conocer cual es mejor.
- Realizar reuniones con los que realizan SEO en la empresa para hacer un análisis general del rendimiento de las campañas.
- Asesorar otras personas para apoyar las campañas SEO.
- Luego de realizar una campaña SEO, hacer una encuesta de satisfacción al cliente.
- Hacer capacitación a personas que desean entrar al mundo de SEO.

Cronograma

ACTIVIDAD	SEMANA																			
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20
ANALISIS Y REQUERIMIENTOS																				
DIAGRAMAS UML																				
DISEÑO DE LOS PROGRAMAS																				
REVISION Y PRUEBAS																				

Imagen 20 . Cronograma de trabajo de grado.

Fechas programadas para realizar cada tipo de actividad en el trabajo de grado (véase Imagen 20).

Bibliografía

[1] Marcos Herrera Copado, Historia y evolución de SEO [online]. España, 19 diciembre 2014 Disponible en: http://marcosdice.es/historia-y-evolucion-del-seo

[2] Sofia Díaz de Frutos, Caso de exito SEO para un hotel de Madrid [online]. España 2010 Disponible en: http://blog.miraiespana.com/caso-exito-seo-hotel-madrid-2/

[3] Nursel Yalçin , Utku Köse, What is search engine optimization: SEO? [online]. Tuquia, 2010 Disponible en: http://ac.els-cdn.com/S1877042810022901/1-s2.0-S1877042810022901-main.pdf?_tid=7895985e-1c3e-11e5-907b-00000aab0f26&acdnat=1435349214_ca011cc6dc998c5cd122edd08f584f7b

[4] Kai Li, Mei Lin, Zhangxi Lin, Bo Xing, Running and Chasing-The competition between paid search marketing and search engine optimization [online]. Estados Unidos, 2014 Disponible en: http://ieeexplore.ieee.org/stamp/stamp.jsp?tp=&arnumber=6758988

[5] Rodrigo Canessa, Cómo evitar las sanciones de Google [online]. Estados Unidos, 2015 Disponble en: http://www.genwords.com/blog/como-evitar-las-sanciones-de-google/#.VYqWAOrlbI4.linkedin

[6] Rand Fishklin, The begginers guide to SEO [online]. Reino Unido, 2015 Disponible en: http://d2eeipcrcdle6.cloudfront.net/guides/Moz-The-Beginners-Guide-To-SEO.pdf

A N E X O S

A N E X O A

Capacitacion Julian para SYS

Task name	Dur.	Start	Finish
Introduccion a PHP-MYSQL-JAVASCRI.	1 h	17/02/2015	22/02/2015
Instalacion de herramientas local	1 h	17/02/2015	17/02/2015
Configuracion de permisos en el s.	1 h	18/02/2015	20/02/2015
Hacer crud completo en remoto	1 h	21/02/2015	23/02/2015
Introduccion a AJAX	1 h	22/02/2015	24/02/2015
el objeto HTTPObject	1 h	22/02/2015	22/02/2015
Instalacion ejemplo w3schools en .	1 h	23/02/2015	23/02/2015
Instalacion ejemplo w3schools en .	1 h	24/02/2015	24/02/2015
introduccion a DHTMLX	1 h	25/02/2015	28/02/2015
grid	1 h	25/02/2015	26/02/2015
menu	1 h	25/02/2015	25/02/2015
combo	1 h	26/02/2015	26/02/2015
calendar	1 h	27/02/2015	27/02/2015
dataprocesador	1 h	28/02/2015	28/02/2015
hacer 2 entradas por componente e.	1 h	25/02/2015	28/02/2015

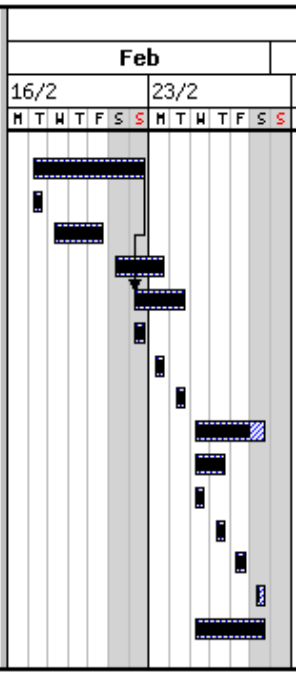

Imagen 21. Cronograma de capacitación en la empresa SYS.

La imagen anterior es un cronograma hecho en Dotproject con el fin de programar las fechas de la capacitación de los componentes de Dhtmlx (véase Imagen 21).

A N E X O B

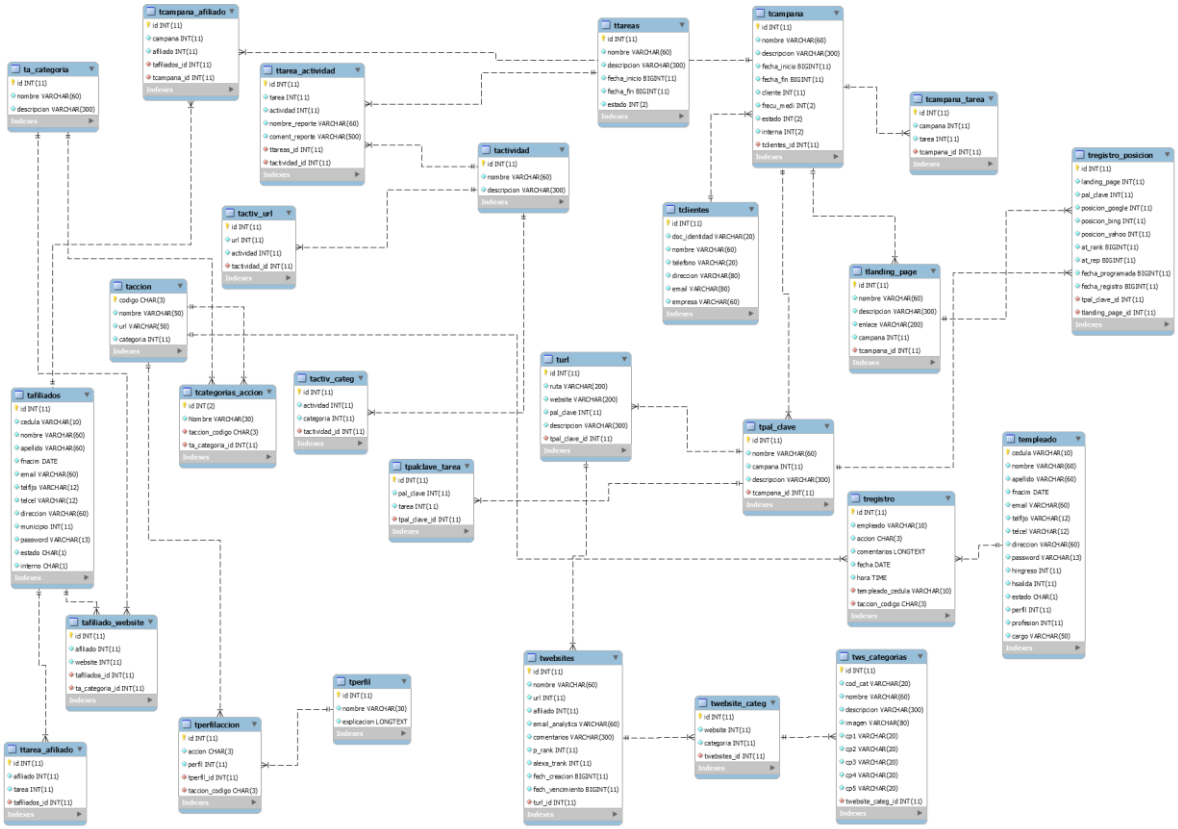

Imagen 22. Modelo entidad relación del aplicativo.

La imagen anterior es el modelo entidad relación del programa de SEO SYS (véase Imagen 22).

ANEXO C

HERRAMIENTAS DE SEO					
Nombre	Comentarios	Gratis	Trial	Pagas	Tipo
Advance Web Ranking	instala softw en varios equipos	no	demo 30 dias	$99 hasta $1.499	Herramientas imprescindibles
Traffic Travis	solo para windows	si(funciones limitadas)	no	$97 al año	Herramientas imprescindibles
Market samurai	modulo monitorizacion de ranking	videotutorial gratis	demo 12 dias	$149	Herramientas imprescindibles
Scrapebox	muchas app y ahorra tiempo	no	no	$97 descuento $40	Herramientas imprescindibles
SEO Powersite	de los mejores, all in one	demo(limitado)	no	€ 299	Herramientas imprescindibles
SEOTools for Excel	solo para windows, diagnostico rapido SEO	si	ni	no	Herramientas imprescindibles
Planificador keywords google	cuenta en google adwords y t credito	si	no	no	Herramientas Keywords
Google Trends	averiguar si interés es constante	si	no	no	Herramientas Keywords
Soovle	amplia lista keywords	si	no	no	Herramientas Keywords
Ubersuggest	sugerencia keywords en varios idiomas	si	no	no	Herramientas Keywords
GTmetrix	veloc carga e informe en pdf	si(2 pag o 20 informes)	no	desde $14.95/mes	Veocidad de carga
Webpagetest	ofrece mas localizaciones para vel carg	si	no	no	Veocidad de carga
Pingdom	analisis rapido e info clara	si	no	no	Veocidad de carga
Google PageSpeed Insights	hay herramientas mas completas	si	no	no	Veocidad de carga
Google Analytics	mide y analiza tráfico	si	no	no	Análisis tráfico y Conversión
Yandex Metrika	se puede usar al mismo tiempo q G.A.	si	no	no	Análisis tráfico y Conversión
Ahrefs	no es tan robusto como O.S.E o Majestic	si(con limitaciones)	no	desde $79/mes	Análisis Backlinks y Competencia
Open Site Explorer	recomendable	si(con limitaciones)	no	desde $99/mes	Análisis Backlinks y Competencia
Majestic	muy recomendable por BD grande	si(con limitaciones)	no	desde €39,99/mes	Análisis Backlinks y Competencia
SEO SpyGlass	programa ejecutado en pc	demo(limitaciones)	no	pro por €118,27	Análisis Backlinks y Competencia
Google webmaster tools	solo para google	si	no	no	Análisis contenido y sitios web
Bing webmaster tools	para buscador de microsoft	si	no	no	Análisis contenido y sitios web
Xenu	solo para windows	si	no	no	Análisis contenido y sitios web
Screaming Frog	solo para bing	si(con limitaciones)	no	£99 al año	Análisis contenido y sitios web
Wookrank	informes para posicionamiento	si(con limitaciones)	no	€ 47/mes	Análisis contenido y sitios web
Website Auditor	hay que pagar mantenimiento anual	si(con limitaciones)	no	pro €118,27	Análisis contenido y sitios web
Rank tracker	muy completa y permite controlar competencia	si(con limitaciones)	no	€ 117,36	Rankings y Monitorización Keywords
If this then that (IFTTT)	automatizar tareas	si	no	no	Automatización de contenidos
Botize	tiene menos posibilidades que IFTTT	si(con limitaciones)	no	€ 1,99/mes	Automatización de contenidos
Bufferapp	muy buena, pero es mejor Hootsuite	si(con limitaciones)	no	$50/mes	Social Media
Hootsuite	indispensable para Community Manager	si(con limitaciones)	no	$9,99/mes	Social Media
Social Bro	Importante para gestionar Twitter	si(con limitaciones)	no	$10/mes	Social Media
BuzzBundle	Recomendable para Community Manager	si(con limitaciones)	no	€ 234,24	Social Media

Imagen 23 . Tabla herramientas SEO

La imagen anterior es una tabla comparativa de herramientas para el uso de SEO teniendo en cuenta sus características, si es gratis, demo o paga y para qué tipo de SEO en específico es útil (véase Imagen 23).

ANEXO D

Actores:

Gerente SEO: Es un actor encargado de administrar las campañas SEO, La link wheel interna y los afiliados asociados a la empresa. Tiene acceso total a cada una de las funciones del sistema. También es el encargado de supervisar y hacer seguimiento de cada una de las campañas.

Gerente de campaña SEO: Es un actor encargado de la puesta en marcha, supervisión y seguimiento de cada una de las campañas que le hayan sido asignadas, su labor es analizar cada campaña, partiendo de esto debe definir y asignar tareas a los afiliados con sus respectivas actividades También se encarga de la aprobación de cada tarea finalizada.

Afiliado interno: Es un actor encargado de realizar cada una de las tareas que le sean asignadas, deberá cumplir las actividades propuestas en los tiempos establecidos y cuando haya terminado una determinada tarea, la reportará en el sistema con cada uno de sus requerimientos.

Afiliado externo: Es un actor encargado de realizar cada una de las tareas que le sean asignadas, deberá cumplir las actividades propuestas en los tiempos establecidos y cuando haya terminado una determinada tarea, la reportará en el sistema con cada uno de sus requerimientos.

Admin: Es un actor encargado de administrar el sistema completamente, tiene acceso a base de datos y a todas las funciones del sistema.

Casos de uso:

Nombre: **Crear campaña**

Código: **01**

Actores: Admin, Gerente SEO.

Función: Se crea una campaña con sus respectivas fechas y datos.

Descripción:

Actor	**Sistema**
0. Crear campaña	2. Muestra todas las acciones que el usuario puede realizar según su perfil y permisos.
1. Ingresa al sistema con login y password	4. Muestra el formulario **dinamico** con todos los campos y datos para ingresar una campaña. (tcampañas) selecciona los afiliados asignados a esa campaña (tafiliados). Selecciona el número de palabras claves a asignar. De acuerdo al número de palabras clave el formulario cambia dinámicamente para soportar el ingreso de los datos relacionados a una palabra clave (landing page, posicion inicial) y se afectan las entidades, previa validaciones tales como: (fechas de inicio menor que fecha de fin, palabras clave no vacias, landing pages no vacías,) al ingresar una URL para una landing page se muestra un mensaje diciendo que las posiciones iniciales NO SE EDITAN con el fin de verificar los datos. (tpal_clave, tlanding_page, tregistro_posicion)
3. Selecciona la opción "Crear campaña" y se corre una validación utilizando los criterios del punto 3, Utilizando mensajes de texto en la pantalla en caso de un error y se inhibe el envio de datos hasta que esten completos	7. Guarda los datos, creándose las consultas y registros en las tablas correspondientes en la base de datos, (se deben insertar registros vacíos en TREGISTROPOSICION) durante el tiempo de la campaña teniendo en cuenta la periodicidad elegida por el usuario.

5. Ingresa el nombre de la campaña, descripción, fecha de inicio y de fin, selecciona cliente, tipo de medición, estado, interna, le asigna los afiliados respectivos y palabras clave y landing pages (Opcional).	8. Muestra una pantalla de registro exitoso.
6. Selecciona el boton "Submit" cuando haya terminado de ingresar los datos para guardar la campaña.	

ANEXO PSEUDOCÓDIGO CASO DE USO 01 CREAR CAMPAÑA

1 pedir datos básicos de la campaña (tabla tcampana)

2 seleccionar los afiliados asignados a esta campaña (tabla afiliados se debe ver el número de campañas en las que está y opción de ampliar los datos de un afiliado (verafiliado))

3 dar la opción de escoger el número de palabras clave de la campaña

4 preguntar el número de palabras clave

5 si el número de palabras clave >1 (crear variable oculta numpalclave)

con el número de palabras clave de la campaña preguntar

-datos de palabra clave (pal-clave)

-datos de landing page (landing page)

-posicion inicial

//crear los registros de posicion pendientes para esa palabra clave entre (finicio y fechafin de la campaña) ingresando todas las fechas programadas hasta el final de la campaña y asignando al campo pendiente 0 para cuando no se haya hecho aún, y 1 para cuando sea realizada

sino

mostrar un mensaje en el cual se informa que la campaña ha sido creada

6 envio del formulario

PROCESAMIENTO

1 Agregar datos básicos (a la tabla tcampana)

2 sacamos el ID de la nueva campaña

3 agregamos los afiliados asignados a esa campaña (campaña afiliado) con los ids anteriores

4 si número de palabras clave >0

5 para cada una de las palabras clave hacer (for)

ingreso de los datos de palabra clave (pal-clave) sacar el id

ingreso de los datos de landing page (landing-page) sacar el id

con los id's anteriores hacer

6 mientras registro <fecha final

crear registro posicion pendiente=true

aumentar frecuencia de medición

fin mientras

7 -editar la campaña para colocar estado=3 (en ejecución con palabras clave)

sino //NO hay palabras clave

-mostrar un mensaje en el cual se informa que las landing page y palabras clave deben ser asignadas luego

-actualizar la campaña y colocarle estado 2 (en ejecución con)

8 presentar informe de la nueva campaña

Nombre: **Editar campaña**

Código: **02**

Actores: Admin, Gerente SEO.

Función: Editar una campaña creada con anterioridad

Descripción:

Actor	**Sistema**
0. Editar campaña	2. Muestra todas las acciones que el usuario puede realizar según su perfil y permisos.
1. Ingresa al sistema con login y password.	4. Muestra una lista con todas las campañas activas o editables. y permite seleccionar una para editar.
3. Selecciona la opción "Editar campaña".	6. Muestra todos los campos editables de la campaña seleccionada, tales como: nombre, descripción, fechas, clientes, frecuencia de medición, estado, interna, afiliados, landing page y palabras clave. Cuando se edita se pueden agregar o eliminar palabras clave, teniendo en cuenta cuando se agrega, que no se hace desde el inicio de la campaña sino desde la fecha de creacion de las palabras clave (hoy)
5. Selecciona una campaña para editar.	9. Actualiza las tablas correspondientes en

	la base de datos con los nuevos datos ingresados.
7. Realiza los respectivos cambios.	10. Muestra una pantalla de edición exitosa.
8. Selecciona el boton “Submit” cuando haya terminado de editar los campos para guardar los cambios.	

Cursos Alternos:

4. Si no hay campañas activas o editables, primero debe crear una, por medio del caso de uso 01, Crear campaña, paso 3.

Nombre: **Consultar campaña**

Código: **03**

Actores: Admin, Gerente SEO.

Función: Consultar los datos de cada una de las campañas existentes.

Descripción:

Actor	**Sistema**
0. Consultar campaña.	2. Muestra todas las acciones que el usuario puede realizar según su perfil y permisos.
1. Ingresa al sistema con login y password.	4. Muestra una lista con todas las campañas activas o existentes.
3. Selecciona la opción "Consultar campañas".	6. Muestra todos los datos asociados a la campaña seleccionada, tales como nombre, descripción, fechas, cliente, tipo de medición, estado, interna, afiliados asignados, palabras clave y landing pages, posiciones, tareas y actividades.
5. Selecciona una campaña existente de la lista.	
7. Si el usuario desea consultar los datos de otra campaña, debe volver al paso 3.	

Cursos Alternos:

6.1. Si el usuario hace click en el cliente, se le muestra los datos personales del cliente seleccionado en otra pantalla.

6.2. Si el usuario hace click en alguno de los afiliados asociados a la campaña, se le muestra los datos personales del afiliado seleccionado en otra pantalla.

6.3 Si el usuario hace click en alguna de las palabras clave asociadas a la campaña, se le muestra los datos de la palabra clave seleccionada en otra pantalla.

6.4 Si el usuario hace click en alguna de las landing pages se debe visualizar la información asociada.

6.4 Si el usuario hace click en alguna de las tareas de la campaña se debe visualizar la información asociada.

Nombre: **Crear afiliados**

Código: **04**

Actores: Admin, Gerente SEO.

Función: Crear afiliado a la empresa SYS.

Descripción:

Actor	**Sistema**
0. Crear Afiliado.	2. Muestra todas las acciones que el usuario puede realizar según su perfil y permisos.
1. Ingresa al sistema con login y password.	4. Muestra el formulario completo con todos los campos y datos.
3. Selecciona la opción "Crear afiliados".	6. Guarda los datos, creándose las consultas y registros en las tablas correspondientes en la base de datos, si el afiliado es interno se debe crear una copia en la tabla de empleados con password por defecto, y con el campo interno en 1 lo cual indica que es un empleado de la empresa
5. Ingresa el nombre del afiliado, email, telefono, direccion, tipo.	8. Muestra una pantalla de registro exitoso.

Nombre: **Editar afiliados**

Código: **05**

Actores: Admin, Gerente SEO.

Función: Editar afiliado existente de la empresa SYS.

Descripción:

Actor	**Sistema**
0. Editar afiliados.	2. Muestra todas las acciones que el usuario puede realizar según su perfil y permisos.
1. Ingresa al sistema con login y password.	4. Muestra una lista con todos los afiliados activos o editables.

3. Selecciona la opción “Editar afiliados”.	6. Muestra todos los campos editables del afiliado seleccionado, tales como: nombre, email, telefono, direccion y tipo.
5. Selecciona un afiliado para editar.	9. Actualiza las tablas correspondientes en la base de datos con los nuevos datos ingresados.
7. Realiza los respectivos cambios o deja los datos como estaban inicialmente.	10. Muestra una pantalla de edición exitosa.
8. Selecciona el boton “Submit” cuando haya terminado de editar los campos para guardar los cambios.	

Cursos Alternos:

4. Si no hay afiliados activos o editables, primero debe crear al menos uno, por medio del caso de uso 04, Crear afiliados, paso 3.

Nombre: **Consultar afiliados**
Código: **06**
Actores: Admin, Gerente SEO.
Función: Consultar los afiliados de la empresa SYS.

Descripción:

Actor	**Sistema**
0. Consultar afiliados.	2. Muestra todas las acciones que el usuario puede realizar según su perfil y permisos.
1. Ingresa al sistema con login y password.	4. Muestra una lista con todos los afiliados activos o existentes.
3. Selecciona la opción “Consultar afiliados”.	6. Muestra todos los datos asociados al afiliado seleccionado, tales como nombre, email, direccion, tipo y dá la opcion de ver websites del afiliado, campañas asociadas y tareas asignadas.

5. Selecciona un afiliado existente de la lista.	
7. Si el usuario desea consultar los datos de otro afiliado existente, debe volver al paso 3.	

Cursos Alternos:

6.1. Si el usuario hace click en websites, se le muestra todos los websites asociados al afiliado seleccionado en otra pantalla.

6.2. Si el usuario hace click en campañas, se le muestra todas las campañas asociadas al afiliado seleccionado en otra pantalla.

6.3. Si el usuario hace click en tareas, se le muestra todas las tareas que le han sido asignadas al afiliado seleccionado en otra pantalla.

Nombre: **Eliminar afiliados**
Código: **07**
Actores: Admin, Gerente SEO.
Función: Eliminar afiliados de la empresa SYS.

Descripción:

Actor	**Sistema**
0. Eliminar afiliados.	2. Muestra todas las acciones que el usuario puede realizar según su perfil y permisos.
1. Ingresa al sistema con login y password.	4. Muestra una lista con todos los afiliados activos o eliminables.
3. Selecciona la opción “Eliminar afiliados”.	6. Se elimina el afiliado seleccionado y los registros de las tablas correspondientes en la base de datos.
5. Selecciona el boton “Submit” asociado al afiliado que desee eliminar.	7. Muestra una pantalla de eliminación del afiliado exitosa.

Nombre: **Crear websites**

Código: **08**

Actores: Admin, Gerente SEO,gerente de campaña, Afiliado.

Función: Crear web site interno o externo para la empresa SYS.

Descripción:

Actor	**Sistema**
0. Crear websites.	2. Muestra todas las acciones que el usuario puede realizar según su perfil y permisos.
1. Ingresa al sistema con login y password.	4. Muestra el formulario completo con todos los campos y datos.
3. Selecciona la opción "Crear websites".	7. Guarda los datos, creándose las consultas y registros en las tablas correspondientes en la base de datos.
5. Si el webmaster del sitio web a ingresar, ya es afiliado (interno o externo) de la empresa, Ingresa el nombre del website, selecciona el afiliado asociado, el link, la descripción, urls iniciales y selecciona la categoría a la que pertenece.	8. Muestra una pantalla de registro exitoso.
6. Selecciona el boton "Submit" cuando haya terminado de ingresar los datos para guardar el website.	

Cursos Alternos:

5.1. Si el sitio web a ingresar es externo a la empresa SYS, el webmaster del sitio debe hacer la solicitud llenando el formulario del caso de uso 05, "Crear afiliados", paso 4. En el momento que le sea aprobada su afiliación recibirá una notificación con nombre de usuario y password, datos con los que podrá ingresar al sistema y crear todos los websites que desee.

5.2. En el momento de creación de un website, se pueden agregar las urls que se deseen o simplemente no agregar ninguna, ya que posteriormente a su creación, estará la posibilidad de agregar todas las urls del sitio por medio del caso de uso 09 "Editar websites", paso 3.

Nombre: **Editar websites**

Código: **09**

Actores: Admin, Gerente SEO, Afiliado.

Función: Editar website interno o externo (en el caso de los afiliados externos) de la empresa SYS.

Descripción:

Actor	**Sistema**
0. Editar websites.	2. Muestra todas las acciones que el usuario puede realizar según su perfil y permisos.
1. Ingresa al sistema con login y password.	4. Si el usuario tiene perfil de Admin o Gerente SEO, el sistema le lista todos los websites de la LinkWheel de la empresa y los websites de afiliados externos editables.
3. Selecciona la opción "Editar websites".	6. Muestra todos los campos editables del website tales como nombre, link, descripción, urls, webmasters (afiliados), categorías.
5. Selecciona un website para editar.	9. Actualiza las tablas correspondientes en la base de datos con los nuevos datos ingresados.
7. Realiza los respectivos cambios o deja los datos como estaban inicialmente.	10. Muestra una pantalla de edición exitosa.
8. Selecciona el boton "Submit" cuando haya terminado de editar los campos para guardar los cambios.	

Cursos Alternos:

4. Si el usuario tiene un perfil diferente a Gerente SEO o admin, el sistema le lista todos los websites editables en los que él esté asociado como afiliado (webmaster).

Nombre: **Consultar websites**

Código: **10**

Actores: Admin, Gerente SEO, Afiliado.

Función: Consultar websites internos o externos (en el caso de los afiliados externos) de la empresa SYS.

Descripción:

Actor	Sistema
0. Consultar websites.	2. Muestra todas las acciones que el usuario puede realizar según su perfil y permisos.
1. Ingresa al sistema con login y password.	4. Si el usuario tiene perfil de Admin o Gerente SEO, el sistema le lista todos los websites de la LinkWheel de la empresa y los websites de afiliados externos.
3. Selecciona la opción "Consultar websites"	6. Muestra todos los datos asociados al website seleccionado, tales como nombre, link, descripción, urls, webmasters (afiliados), categorías.
5. Selecciona un website existente de la lista.	
7. Si el usuario desea consultar los datos de otra website existente, debe volver al paso 3.	

Cursos Alternos:

4. Si el usuario tiene un perfil diferente a Gerente SEO o admin, el sistema le lista todos los websites en los que él esté asociado como afiliado (webmaster).

6.1. Si el usuario hace click en una url específica se le muestra en una pantalla nueva toda la información de la url seleccionada.

6.2. Si el usuario hace click en un afiliado (webmaster) específico, se le muestra en una pantalla nueva toda la información del afiliado seleccionado.

6.3. Si el usuario hace click en una categoría específica se le muestra en una pantalla nueva toda la información de la categoría seleccionada.

Nombre: **Eliminar websites**
Código: **11**
Actores: Admin, Gerente SEO, Afiliado.
Función: Eliminar websites internos o externos (en el caso de los afiliados externos) de la empresa SYS.

Descripción:

Actor	Sistema
0. Eliminar websites.	2. Muestra todas las acciones que el usuario puede realizar según su perfil y permisos.
1. Ingresa al sistema con login y password.	4. Si el usuario tiene perfil de Admin o Gerente SEO, el sistema le lista todos los websites de la LinkWheel de la empresa y los websites de afiliados externos activos o eliminables.
3. Selecciona la opción "Eliminar websites".	6. Se elimina el website seleccionado y los registros de las tablas correspondientes en la base de datos.
5. Selecciona el boton "Submit" asociado al website que desee eliminar.	7. Muestra una pantalla de eliminación del website exitosa.

Cursos Alternos:

4. Si el usuario tiene un perfil diferente a Gerente SEO o admin, el sistema le lista todos los websites en los que él esté asociado como afiliado (webmaster).

Nombre: **Crear categorías de websites**
Código: **12**
Actores: Admin, Gerente SEO.
Función: Crear categorías para los websites internos y externos de la empresa SYS.

Descripción:

Actor	Sistema
0. Crear categorias de websites.	2. Muestra todas las acciones que el usuario puede realizar según su perfil y permisos.
1. Ingresa al sistema con login y password.	4. Muestra el formulario completo con todos los campos y datos.

3. Selecciona la opción “Crear categorías de websites”.	7. Guarda los datos, creándose las consultas y registros en las tablas correspondientes en la base de datos.
5. Ingresa nombre de la categoria, descripcion y debe estar asociada a categorías padre (entre 1 y 5).	8. Muestra una pantalla de registro exitoso.
6. Selecciona el boton “Submit” cuando haya terminado de ingresar los datos para guardar la categoría.	

Nombre: **Editar categorías de websites**

Código: **13**

Actores: Admin, Gerente SEO.

Función: Editar categorías para los websites internos y externos de la empresa SYS.

Descripción:

Actor	**Sistema**
0. Editar categorias de websites.	2. Muestra todas las acciones que el usuario puede realizar según su perfil y permisos.
1. Ingresa al sistema con login y password.	4. Muestra una lista con todas las categorías de websites activas o editables.
3. Selecciona la opción “Editar categorías de websites”.	6. Muestra todos los campos editables de la categoría de websites seleccionada, tales como: nombre, descripción y categorías padre.
5. Selecciona una categoría de websites para editar.	9. Actualiza las tablas correspondientes en la base de datos con los nuevos datos ingresados.
7. Realiza los respectivos cambios o deja los datos como estaban inicialmente.	10. Muestra una pantalla de edición exitosa.
8. Selecciona el boton “Submit” cuando haya terminado de editar los campos para guardar los cambios.	

Cursos alternos:

4. Si no hay categorías de websites activas o editables, primero debe crear una, por medio del caso de uso 12, Crear categorías de websites, paso 3.

Nombre: **Consultar categorías de websites**
Código: **14**
Actores: Admin, Gerente SEO.
Función: Consultar categorías para los websites internos y externos de la empresa SYS

Descripción:

Actor	Sistema
0. Consultar categorias de websites	2. Muestra todas las acciones que el usuario puede realizar según su perfil y permisos.
1. Ingresa al sistema con login y password.	4. Muestra una lista con todas las categorías de websites activas o existentes.
3. Selecciona la opción "Consultar categorías de websites".	6. Muestra todos los datos asociados a la categoría de websites seleccionada, tales como nombre, descripcion, categorias padre y los websites que estan haciendo uso de la categoria seleccionada.
5. Selecciona una categoría de websites existente de la lista.	
7. Si el usuario desea consultar los datos de otra categoría de websites, debe volver al paso 3.	

Cursos alternos:

6.1. Si el usuario hace click en una categoría padre, se le muestra los datos completos de dicha categoría seleccionada en otra pantalla.

6.2. Si el usuario hace click en uno de los websites que estan haciendo uso de la categoría seleccionada, se le muestra los datos completos de dicho website en otra pantalla.

Nombre: **Eliminar categorías de websites**

Código: **15**

Actores: Admin, Gerente SEO.

Función: Eliminar categorías para los websites internos y externos de la empresa SYS

Descripción:

Actor	**Sistema**
0. Eliminar categorias de websites.	2. Muestra todas las acciones que el usuario puede realizar según su perfil y permisos.
1. Ingresa al sistema con login y password.	4. Muestra una lista con todas las categorías de websites activas o eliminables.
3. Selecciona la opción "Eliminar categorías de websites".	6. Se elimina la categoría de websites seleccionada y los registros de las tablas correspondientes en la base de datos.
5. Selecciona el boton "Submit" asociado a la categoría de websites que desee eliminar.	7. Muestra una pantalla de eliminación de la categoría de websites exitosa.

Nombre: **Crear actividades**

Código: **16**

Actores: Admin, Gerente SEO, Gerente de campaña SEO.

Función: Crear actividades usadas para correr campañas SEO.

Descripción:

Actor	**Sistema**
0. Crear actividades.	2. Muestra todas las acciones que el usuario puede realizar según su perfil y permisos.
1. Ingresa al sistema con login y password.	4. Muestra el formulario completo con todos los campos y datos.

3. Selecciona la opción "Crear actividades".	7. Guarda los datos, creándose las consultas y registros en las tablas correspondientes en la base de datos.
5. Ingresa el nombre de la actividad, la descripción y selecciona las categorías de actividad a las que pertenece.	8. Muestra una pantalla de registro exitoso.
6. Selecciona el boton "Submit" cuando haya terminado de ingresar los datos para guardar la actividad.	

Nombre: **Editar actividades**

Código: **17**

Actores: Admin, Gerente SEO, Gerente de campaña SEO.

Función: Editar actividades usadas para correr campañas SEO.

Descripción:

Actor	**Sistema**
0. Editar actividades.	2. Muestra todas las acciones que el usuario puede realizar según su perfil y permisos.
1. Ingresa al sistema con login y password.	4. Muestra el formulario completo con todas las actividades activas o editables.
3. Selecciona la opción "Editar actividades".	6. Muestra todos los campos editables de la actividad seleccionada, tales como: nombre, descripción y categorías de actividad.
5. Selecciona una actividad para editar.	9. Actualiza las tablas correspondientes en la base de datos con los nuevos datos ingresados.
7. Realiza los respectivos cambios o deja los datos como estaban inicialmente.	10. Muestra una pantalla de edición exitosa.
8. Selecciona el boton "Submit" cuando haya terminado de editar los campos para	

guardar los cambios.	

Cursos Alternos:

4. Si no hay actividades activas o editables, primero debe crear una, por medio del caso de uso 16, Crear actividades, paso 3.

Nombre: **Consultar actividades**

Código: **18**

Actores: Admin, Gerente SEO, Gerente de campaña SEO.

Función: Consultar actividades usadas para correr campañas SEO.

Descripción:

Actor	Sistema
0. Consultar actividades.	2. Muestra todas las acciones que el usuario puede realizar según su perfil y permisos.
1. Ingresa al sistema con login y password.	4. Muestra una lista con todas las actividades activas o existentes.
3. Selecciona la opción "Consultar actividades".	6. Muestra todos los datos asociados a la actividad seleccionada, tales como nombre, descripción y categorías de actividad.
5. Selecciona una actividad existente de la lista.	
7. Si el usuario desea consultar los datos de otra actividad, debe volver al paso 3.	

Cursos Alternos:

6. Si el usuario hace click en una categoría de actividad, se le muestra los datos completos de dicha categoría seleccionada en otra pantalla.

Nombre: **Eliminar actividades**

Código: **19**

Actores: Admin, Gerente SEO, Gerente de campaña SEO.

Función: Eliminar actividades usadas para correr campañas SEO.

Descripción:

Actor	**Sistema**
0. Eliminar actividades.	2. Muestra todas las acciones que el usuario puede realizar según su perfil y permisos.
1. Ingresa al sistema con login y password.	4. Muestra una lista con todas las actividades activas o eliminables.
3. Selecciona la opción "Eliminar actividades".	6. Se elimina la actividad seleccionada y los registros de las tablas correspondientes en la base de datos.
5. Selecciona el boton "Submit" asociado a actividad que desee eliminar.	7. Muestra una pantalla de eliminación de la actividad exitosa.

Nombre: **Crear categorias de actividades**

Código: **20**

Actores: Admin, Gerente SEO, Gerente de campaña SEO.

Función: Crear categorías asociadas a las actividades SEO.

Descripcion:

Actor	**Sistema**
0. Crear categorías de actividades.	2. Muestra todas las acciones que el usuario puede realizar según su perfil y permisos.
1. Ingresa al sistema con login y password.	4. Muestra el formulario completo con todos los campos y datos.

3. Selecciona la opción “Crear categorías de actividades”.	7. Guarda los datos, creándose las consultas y registros en las tablas correspondientes en la base de datos.
5. Ingresa nombre de la categoría y descripción.	8. Muestra una pantalla de registro exitoso.
6. Selecciona el boton “Submit” cuando haya terminado de ingresar los datos para guardar la categoría de actividades.	

Nombre: **Editar categorías de actividades**

Código: **21**

Actores: Admin, Gerente SEO, Gerente de campaña SEO.

Función: Editar categorías asociadas a las actividades SEO.

Descripción:

Actor	**Sistema**
0. Editar categorias de actividades.	2. Muestra todas las acciones que el usuario puede realizar según su perfil y permisos.
1. Ingresa al sistema con login y password.	4. Muestra una lista con todas las categorías de actividades activas o editables.
3. Selecciona la opción “Editar categorías de actividades”.	6. Muestra todos los campos editables de la categoría de actividades seleccionada, tales como: nombre y descripción.
5. Selecciona una categoría de actividades para editar.	9. Actualiza las tablas correspondientes en la base de datos con los nuevos datos ingresados.
7. Realiza los respectivos cambios o deja los datos como estaban inicialmente.	10. Muestra una pantalla de edición exitosa.
8. Selecciona el boton “Submit” cuando haya terminado de editar los campos para guardar los cambios.	

Cursos alternos:

4. Si no hay categorías de actividades activas o editables, primero debe crear una, por medio del caso de uso 20, Crear categorías de actividades, paso 3.

Nombre: **Consultar categorías de actividades**
Código: **22**
Actores: Admin, Gerente SEO, Gerente de campaña SEO.
Función: Consultar categorías asociadas a las actividades SEO.

Descripción:

Actor	**Sistema**
0. Consultar categorias de actividades	2. Muestra todas las acciones que el usuario puede realizar según su perfil y permisos.
1. Ingresa al sistema con login y password.	4. Muestra una lista con todas las categorías de actividades activas o existentes.
3. Selecciona la opción "Consultar categorías de actividades".	6. Muestra todos los datos asociados a la categoría de actividades seleccionada, tales como nombre, descripción y las actividades que estan haciendo uso de la categoria seleccionada.
5. Selecciona una categoría de actividades existente de la lista.	
7. Si el usuario desea consultar los datos de otra categoría de actividades, debe volver al paso 3.	

Cursos alternos:

6.1. Si el usuario hace click en una categoría padre, se le muestra los datos completos de dicha categoría seleccionada en otra pantalla.

6.2. Si el usuario hace click en una de las actividades que estan haciendo uso de la categoría seleccionada, se le muestra los datos completos de dicha actividad en otra pantalla.

Nombre: **Eliminar categorías de actividades**

Código: **23**

Actores: Admin, Gerente SEO, Gerente de campaña SEO.

Función: Eliminar categorías asociadas a las actividades SEO.

Descripción:

Actor	**Sistema**
0. Eliminar categorias de actividades.	2. Muestra todas las acciones que el usuario puede realizar según su perfil y permisos.
1. Ingresa al sistema con login y password.	4. Muestra una lista con todas las categorías de websites activas o eliminables.
3. Selecciona la opcion "Eliminar categorías de actividades".	6. Se elimina la categoría de actividades seleccionada y los registros de las tablas correspondientes en la base de datos.
5. Selecciona el boton "Submit" asociado a la categoría de actividades que desee eliminar.	7. Muestra una pantalla de eliminación de la categoría de actividades exitosa.

Nombre: **Crear tareas**

Código: **24**

Actores: Admin, Gerente SEO, Gerente de campaña SEO.

Función: Crear tareas para asignar con actividades SEO.

Descripción:

Actor	**Sistema**
0. Crear tareas.	2. Muestra todas las acciones que el usuario puede realizar según su perfil y permisos.
1. Ingresa al sistema con login y password.	4. Muestra una lista con todas las campañas activas o existentes.
3. Selecciona la opción "Crear tareas".	6. Adicionalmente a los datos de la

	campaña, muestra una opción de “Crear tarea”.
5. Selecciona una campaña existente de la lista.	8. Muestra el formulario completo con todos los campos y datos de la tarea.
7. Selecciona la opción de “Crear tarea”.	11. Guarda los datos, creándose las consultas y registros en las tablas correspondientes en la base de datos.
9. Ingresa el nombre de la tarea, selecciona las palabras clave, fecha de inicio y de fin, descripción, estado (asignada “0”, terminada “1”), selecciona las actividades, el campo de campaña está seleccionado por defecto con la campaña respectiva, y por último selecciona los afiliados a los que les será asignada la tarea.	12. Muestra una pantalla de registro exitoso.
10. Selecciona el boton “Submit” cuando haya terminado de ingresar los datos para guardar la tarea.	

Nombre: **Editar tareas**

Código: **25**

Actores: Admin, Gerente SEO, Gerente de campaña SEO.

Función: Editar tareas creadas con anterioridad.

Descripción:

Actor	**Sistema**
0. Editar tareas.	2. Muestra todas las acciones que el usuario puede realizar según su perfil y permisos.
1. Ingresa al sistema con login y password.	4. Muestra una lista con todas las campañas activas o existentes.
3. Selecciona la opción “Editar tareas”.	6. Adicionalmente a los datos de la campaña, muestra una opción de “Editar tareas”.
5. Selecciona una campaña existente de la	8. Muestra una lista con todas las tareas

lista.	creadas para la campaña seleccionada.
7. Selecciona la opción de “Editar tareas”.	10. Muestra todos los campos editables de la tarea seleccionada, tales como: nombre de la tarea, palabras clave, fecha de inicio y de fin, descripción, estado, actividades, el campo de campaña está seleccionado por defecto con la campaña respectiva, y afiliados a los que fue asignada la tarea.
9. Selecciona la tarea que desee editar.	13. Guarda los datos, creándose las consultas y registros en las tablas correspondientes en la base de datos.
11. Realiza los respectivos cambios o deja los datos como estaban inicialmente.	14. Muestra una pantalla de edición exitosa.
12. Selecciona el boton “Submit” cuando haya terminado de editar los campos para guardar los cambios.	

Nombre: **Consultar tareas**

Código: **26**

Actores: Admin, Gerente SEO, Gerente de campaña SEO, Afiliado.

Función: Consultar tareas creadas con anterioridad.

Descripción:

Actor	**Sistema**
0. Consultar tareas.	2. Muestra todas las acciones que el usuario puede realizar según su perfil y permisos.
1. Ingresa al sistema con login y password.	4. Muestra una lista con todas las campañas activas o existentes.
3. Selecciona la opción “Consultar campañas”.	6. Adicionalmente a los datos de la campaña, muestra una opción de “Consultar tareas”.
5. Selecciona una campaña existente de la lista.	8. Muestra una lista con todas las tareas creadas para la campaña seleccionada.

7. Selecciona la opción de "Consultar tareas".	10. Muestra todos los campos asociados a la tarea seleccionada, tales como: nombre de la tarea, palabras clave, fecha de inicio y de fin, descripción, estado, actividades, el campo de campaña está seleccionado por defecto con la campaña respectiva, y afiliados a los que fue asignada la tarea y un boton "Submit" para ver los reportes que se han hecho de cada tarea.
9. Selecciona la tarea que desee consultar.	
11. Si el usuario desea consultar los datos de otra categoría de actividades, debe volver al paso 3.	

Cursos alternos:

3.1. Si el usuario tiene perfil de afiliado, se le muestra únicamente las campañas a las que haya sido asignado.

8.1. Si el usuario tiene perfil de afiliado, se le muestra únicamente las tareas que le han sido asignadas.

10.1. Si el usuario hace click en una palabra clave, se le muestra los datos completos de dicha palabra seleccionada en otra pantalla.

10.2. Si el usuario hace click en una de las actividades de la tarea, se le muestra los datos completos de dicha actividad en otra pantalla.

10.3. Si el usuario hace click en uno de los afiliados asignados a la tarea, se le muestra los datos completos de dicho afiliado en otra pantalla.

10.4. Si el usuario hace click en el boton de reportes asociado a cada tarea, se le muestra los datos de dicho reporte en otra pantalla, en donde si lo desea podrá aprobar o desaprobar dicho reporte.

Nombre: **Reportar tareas terminadas**

Código: **27**

Actores: Admin, Gerente SEO, Gerente de campaña SEO, Afiliado.

Función: Reporte de tareas terminadas.

Descripción:

Actor	Sistema
0. Reportar tareas terminadas.	2. Muestra todas las acciones que el usuario puede realizar según su perfil y permisos.
1. Ingresa al sistema con login y password.	4. Muestra una lista con todas las campañas activas o existentes.
3. Selecciona la opción "Consultar campañas".	6. Adicionalmente a los datos de la campaña, muestra una opción de "Reportar tareas terminadas".
5. Selecciona una campaña existente de la lista (Solo le muestra las campañas a las que el perfil logueado esté suscrito).	8. Muestra una lista con todas las tareas activas para reportar.
7. Selecciona la opción de "Reportar tareas terminadas".	10. Muestra el formulario completo con todos los campos y datos que debe ingresar.
9. Selecciona el boton "Submit" asociado a la tarea que desee reportar.	13. Guarda los datos, creándose las consultas y registros en las tablas correspondientes en la base de datos sin cambiar el estado de la tarea, este solamente cambia cuando el gerente de campaña revise el reporte y edite la tarea para asignarle estado, "terminada".
11. Ingresa el nombre del reporte y los comentarios de dicha tarea.	14. Muestra una pantalla de reporte exitoso.
12. Selecciona el boton "Submit" cuando haya terminado de ingresar los datos para guardar el reporte.	

Nombre: **Reportar actividades**

Código: **28**

Actores: Admin, Gerente SEO, Gerente de campaña SEO, Afiliado.

Función: Reporte de actividades terminadas.

Descripción:

Actor	**Sistema**
0. Reportar actividades terminadas.	2. Muestra todas las acciones que el usuario puede realizar según su perfil y permisos.
1. Ingresa al sistema con login y password.	3. Muestra una lista con todas las actividades no terminadas(donde el campo HECHA_POR este vacío y que pertenecen a tareas a las cuales el usuario está asignado) se debe reconocer el usuario mediante las cookies del navegador
4. Selecciona la actividad en la que el usuario va a trabajar	5. se muestra un formulario con la opción de dar valores a los campos de reporte de esas actividades.
6. Selecciona el boton "Submit" asociado a el formulario.	7. Guarda los datos y edita el la actividad cambiando los campos en los cuales se evidencia que se ha realizado (nombre_reporte, comentario_reporte, hecha_por).

Nombre: **Registrar posición**

Código: **29**

Actores: Admin, Gerente SEO, Gerente de campaña SEO.

Función: Registrar posicion de una palabra clave asociada a una landing page.

Descripción:

Actor	Sistema
0. Registrar posición.	2. Muestra todas las acciones que el usuario puede realizar según su perfil y permisos.
1. Ingresa al sistema con login y password.	4. Muestra una lista con todas las campañas activas o existentes.
3. Selecciona la opción "Consultar campañas".	6. Adicionalmente a los datos de la campaña, muestra una opción de "Registro de posicion".
5. Selecciona una campaña existente de la lista.	
7. Selecciona la opción de "Registro de posicion"	8. Muestra una lista de las palabras claves activas para la campaña seleccionada.
9. Selecciona una palabra clave de la lista.	10. Muestra el formulario completo con todos los campos y datos.
11. Selecciona la landing page a registrar, selecciona motor de busqueda, ingresa la posicion, AT. Rank, AT. Reputacion, fecha y hora.	13. Guarda los datos, creándose las consultas y registros en las tablas correspondientes en la base de datos.
12. Selecciona el boton "Submit" cuando haya terminado de ingresar los datos para registro de posicion.	14. Muestra una pantalla de registro exitoso.