Informe mensual SEO

www.cuentasclaras.es



Octubre 2023

Departamento de Marketing

//ABANCA

Objetivos

Objetivos	Estrategia	Acciones
Posicionarse como el blog de ABANCA, líder de actualidad bancaria, consejos de ahorro y economía fácil.	Mejorar y optimizar el el posicionamiento orgánico.	Keyword research, estudio de tendencias. Recomendación de curación de contenido ya creado.
Servir de apoyo en la promoción de productos de ABANCA.	Derivar tráfico a www.abanca.com.	Creación de contenido específico en base a tendencias y recomendaciones.
Servir de apoyo en el conocimiento de marca ABANCA.	Acompañar a www.abanca.com en los resultados de búsqueda por producto en la SERP.	Acciones indbound: remarketing, newsletter (descargables) y push.
		Creación de contenido de producto.
		Tareas de mantenimiento SEO: crawling, auditorías,algoritmo...
		Linkbuilding y autoridad.

SEO

Recomendaciones y próximos pasos

https://docs.google.com/spreadsheets/d/134g049xvaQo1jtPVArToKs4NuQFowOWpotYUezWJI7o/edit#gid=0

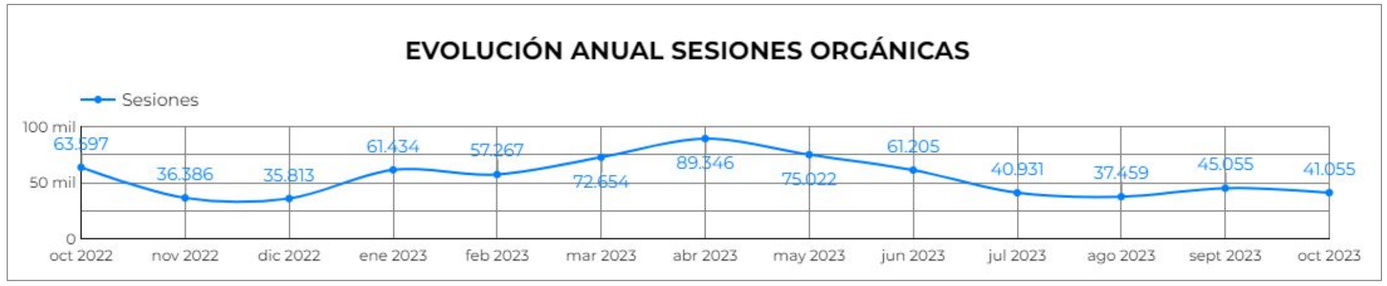
Estado	Recomendación	¿Por qué?
En curso ABANCA	Además de la publicación de la fecha de creación del artículo, publicar también de la última actualización del artículo en la página del mismo.	Más fiabilidad para el usuario Actualización terminada del algoritmo en septiembre de Helpful Content, que da relevancia a temas como este
En curso ABANCA	Enlace dofollow desde el menú www.abanca.com	Linkbuilding
Pendiente ABANCA	Enlazar https://www.cuentasclaras.es/calculadora-sueldo-neto/ desde el menú principal	Mayor autoridad (recuperar posiciones)
En curso ABANCA	Mejorar el footer: añadir todas las categorías del blog en el mismo, no solo algunas como en el menú.	Contribuye a la calidad del sitio, una mejor tasa de rastreo y una mejor experiencia de usuario.
Pendiente ABANCA	Publicar autoría en los artículos	Confiabilidad y experiencia (EEAT)

- **Enfoque de contenido:** contenido centrado en actualidad y producto: **cuentas y seguros**.

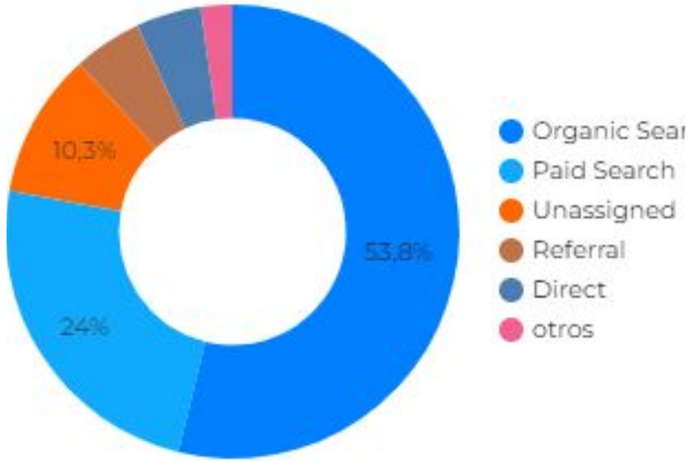
- **Áreas de mejora:** Autoridad, enlazado y EEAT ((Experiencia, Conocimiento, Autoridad, y Fiabilidad).

Tráfico orgánico y general |Datos GA





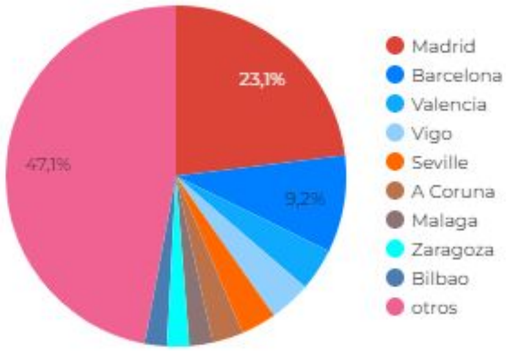
Sesiones de orgánico frente al resto de canales



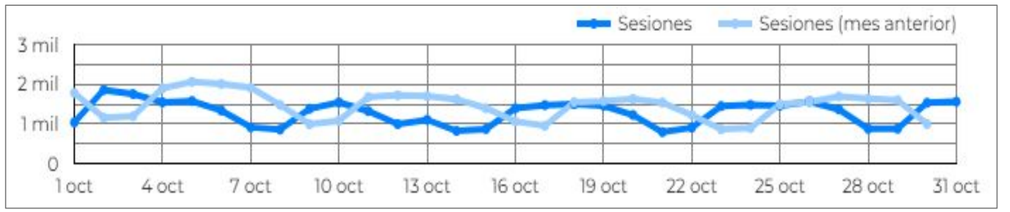
Tráfico orgánico |Datos GA

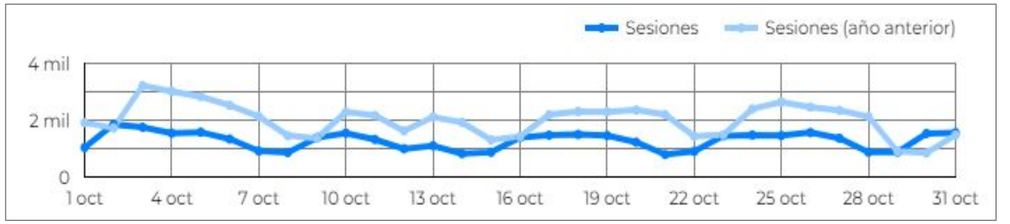
Sesiones	Usuarios	Páginas orgánicas vistas	Páginas orgánicas/sesión	Tiempo en páginas
41.055	34.446	43.979	1,1	02:30
vs MoM -8,9%	vs MoM -8,6%	vs MoM -8,8%	vs MoM +0,1	vs MoM +1,9%
vs YoY -35,4%	vs YoY -36,1%	vs YoY -39,8%	vs YoY -6,8%	vs YoY +11,4%

Ciudades principales de las sesiones (conocidas)



Evolutivo mensual sesiones





//ABANCA

Tráfico orgánico | Datos GSC

	IMPRESIONES	CLICS
	2.635.646	44.173
Oct 23 vs. Sep 23	-5 %	-8,9 %
Oct 23 vs. Oct 22	- 18,7 %	-41,4 %

Este mes la caída de la **calculadora de sueldo neto** ha sido de un 56% en impresiones frente al año pasado. *Seguimos pendientes de la inclusión del link en el footer.*

Los artículos que mejor funcionan este mes por clics por temas de bancos y finanzas son*: Devolver un recibo en el banco, ¿Cuáles son los días de pago de la seguridad social? y ¿Cuál es la diferencia entre el PIB nominal y PIB real?.*

Por otro lado,como es normal, bajan los clics en comparación con el mes anterior para *becas mec*.

Consultas principales que más clics ganan
viajes imserso reservas por internet
fondos next generation para particulares
como reservar viajes del imserso por internet
200 millones de pesetas a euros
abanca subrogacion hipoteca
ventajas e inconvenientes de retrasar la jubilación
metodos para calcular el pnb (produccion ingreso y gasto)
caracteristicas del flujo de efectivo
ayudas de minimis cuales son

Oct 23 vs. Sep 23

Consultas principales que más clics pierden
beca mec
declaracion responsable
pib nominal y real
becas mec
pib real y nominal
pignorar acciones
que es la caja cash
codigo bic abanca
declaración responsable
comis.max.srojo

Oct 23 vs. Sep 23

Posición palabras clave monitorizadas

Palabras clave en seguimiento con más mejoría de posiciones en comparación con el mes anterior

Palabra clave	Búsqueda	05/23	06/23	07/23	08/23	09/23	10/23	Dif. posición
Caución	18.100	52	-	70	72	77	29	48
Prelación	18.100	6	12	28	9	56	14	42
rendimientos del capital mobiliario	1.300	11	13	22	56	54	13	41
Presupuesto para una boda	720	57	72	32	32	86	46	40
pignorar	22.200	17	53	21	62	87	53	34
domiciliación bancaria	3.600	-	-	47	38	100	68	32
Préstamo personal	60.500	-	-	78	61	100	73	27
APPlázame	-	34	-	-	29	41	15	26
Montar una franquicia	320	-	-	55	51	64	38	26
como ahorrar en la vuelta al cole	10	-	-	37	47	79	54	25
normativa psd2	480	19	52	31	15	84	60	24
intereses de demora	1.300	15	26	13	18	54	34	20
Hipoteca mixta	4.400	73	80	68	53	66	48	18
PSD2	22.200	73	88	61	69	78	61	17
mantenimiento coche electrico	320	-	96	66	54	90	74	16
pago máximo en efectivo	1.000	95	-	70	82	78	64	14
Banca a distancia	390	22	85	83	55	81	67	14
aval alquiler	720	51	76	50	62	71	58	13
contrato fijo discontinuo	14.800	81	83	60	19	75	63	12
Pagaré	90.500	91	-	67	84	80	69	11

Este mes vemos que ***caución* y *prelación*** son las que más destacan en mejoría por posiciones de cambio.

Continuaremos optimizando los artículos publicados y manteniendo con ritmo de publicación para poder aumentar las palabras clave de PRT y sus respectivas posiciones. Como cada mes desde SEO revisamos estos artículos y trabajamos en mejoras de optimizaciones en los casos posibles.

Reporte SEO www.cuentasclaras.es / *Octubre 2023*

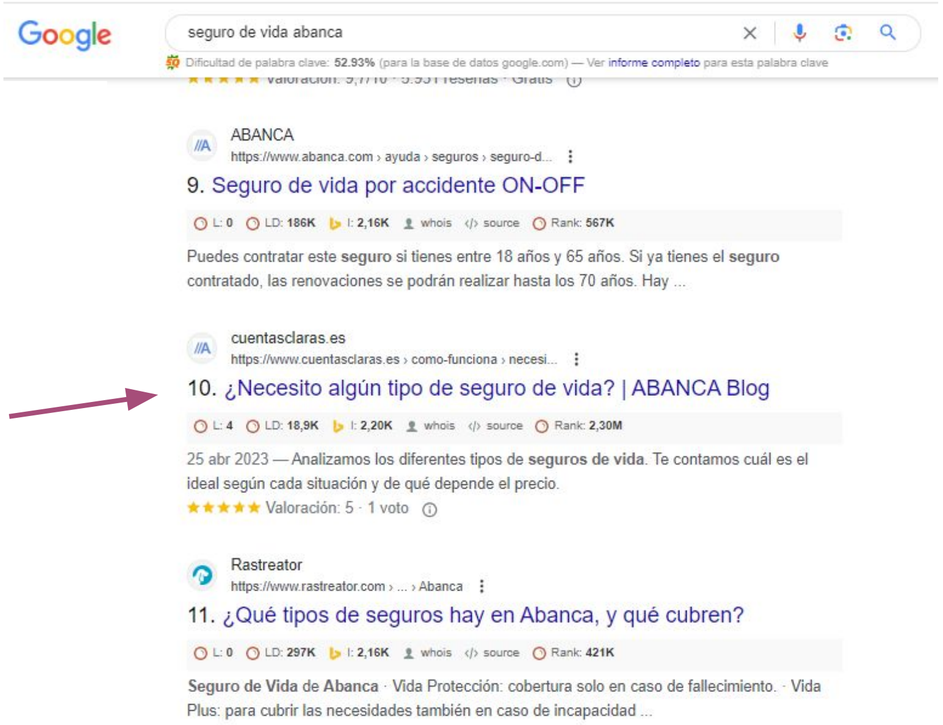
Seguros

Palabra clave	Sept	Oct	Cambio	Competencia	CPC estimado	URL
seguro salud abanca	6	4	2	25%	3,30 €	www.cuentasclaras.es/como-funciona/seguro-medico-privado-contratar-salud/
abanca seguro dental	5	4	1	5%	-	www.cuentasclaras.es/como-funciona/seguro-medico-privado-contratar-salud/
seguro de viajes abanca	5	4	1	12%	-	www.cuentasclaras.es/como-funciona/seguro-de-viaje-en-el-extranjero/
seguro visa abanca	5	4	1	2%	-	www.cuentasclaras.es/como-funciona/tarjetas-seguro-asociados/
seguro viajes abanca	6	5	1	0%	-	www.cuentasclaras.es/como-funciona/seguro-de-viaje-en-el-extranjero/
seguros coche abanca	8	6	2	46%	4,30 €	www.cuentasclaras.es/como-funciona/calcular-precio-seguro-de-coche/
abanca seguros coche	7	6	1	28%	4,30 €	www.cuentasclaras.es/como-funciona/calcular-precio-seguro-de-coche/
seguro de vida abanca	8	6	2	30%	3,80 €	www.cuentasclaras.es/como-funciona/necesito-seguro-de-vida-tipos/
seguro hogar abanca	8	6	2	28%	2,80 €	www.cuentasclaras.es/como-funciona/calcular-precio-seguro-hogar/
seguro auto abanca	7	6	1	16%	5,00 €	www.cuentasclaras.es/como-funciona/calcular-precio-seguro-de-coche/
seguro coche abanca	7	6	1	21%	4,30 €	www.cuentasclaras.es/como-funciona/calcular-precio-seguro-de-coche/
abanca seguros hogar	8	7	1	27%	2,80 €	www.cuentasclaras.es/como-funciona/calcular-precio-seguro-hogar/
abanca seguro hogar	8	7	1	22%	2,80 €	www.cuentasclaras.es/como-funciona/calcular-precio-seguro-hogar/
baja seguro abanca	10	7	3	2%	-	www.cuentasclaras.es/como-funciona/seguro-de-proteccion-de-pagos/
seguro tarjeta nx	9	7	2	5%	-	www.cuentasclaras.es/ahorro/guia-para-viajar-al-extranjero-dinero/
seguros coches abanca	8	7	1	15%	-	www.cuentasclaras.es/como-funciona/calcular-precio-seguro-de-coche/
pago seguro social	12	10	2	27%	-	www.cuentasclaras.es/como-funciona/pago-electronico-seguros-sociales/
seguros sociales plazos		10	NUEVO	0%	-	www.cuentasclaras.es/como-funciona/pago-electronico-seguros-sociales/



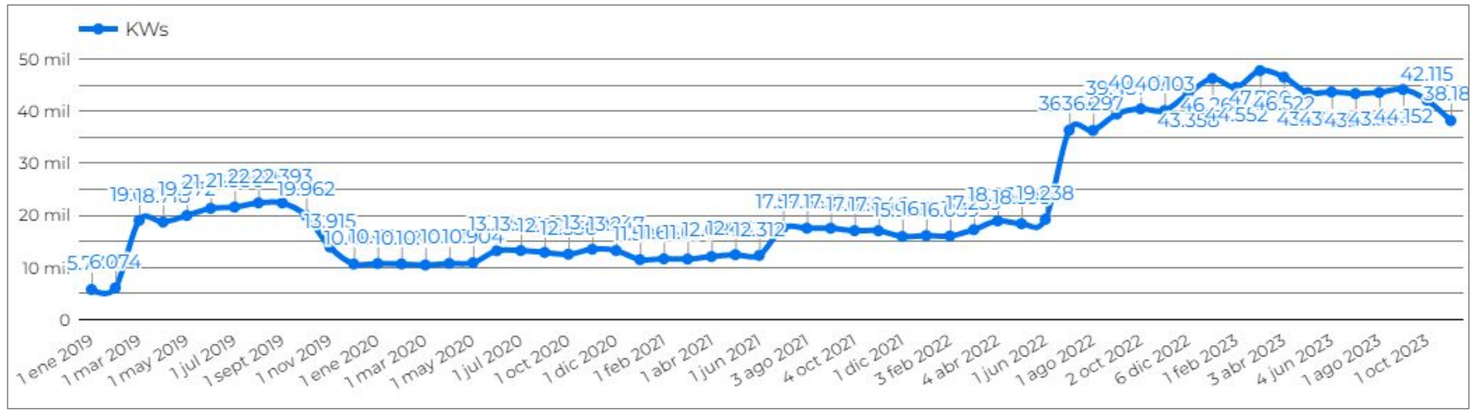
En esta slide vemos **términos relacionados con seguros en mejor posición** y comparados con el mes anterior. Mes a mes seguimos acompañando a ABANCA en los resultados de búsqueda, cumpliendo con la estrategia definida.

Seguros


Google
seguro de vida abanca
Dificultad de palabra clave: 52.93% (para la base de datos google.com) — Ver informe completo para esta palabra clave
ABANCA
https://www.abanca.com › ayuda › seguros › seguro-d...
9. Seguro de vida por accidente ON-OFF
L: 0 LD: 186K I: 2,16K whois source Rank: 567K
Puedes contratar este seguro si tienes entre 18 años y 65 años. Si ya tienes el seguro contratado, las renovaciones se podrán realizar hasta los 70 años. Hay ...
cuentasclaras.es
https://www.cuentasclaras.es › como-funciona › necesi...
10. ¿Necesito algún tipo de seguro de vida? | ABANCA Blog
L: 4 LD: 18,9K I: 2,20K whois source Rank: 2,30M
25 abr 2023 — Analizamos los diferentes tipos de seguros de vida. Te contamos cuál es el ideal según cada situación y de qué depende el precio.
Valoración: 5 · 1 voto
Rastreator
https://www.rastreator.com › ... › Abanca
11. ¿Qué tipos de seguros hay en Abanca, y qué cubren?
L: 0 LD: 297K I: 2,16K whois source Rank: 421K
Seguro de Vida de Abanca · Vida Protección: cobertura solo en caso de fallecimiento. · Vida Plus: para cubrir las necesidades también en caso de incapacidad ...


CÓMO FUNCIONA
¿Necesito un seguro de vida?
25 abril, 2023
5/5 - (1 voto)
Los últimos cambios a nivel económico, social y personal -derivados de la pandemia de la COVID-19, o de la guerra en Ucrania- han provocado una modificación también en las prioridades vitales básicas. La seguridad y la tranquilidad se valoran cada vez más, y el aumento de la contratación de los seguros de vida es ejemplo de ello.
Contar con un buen seguro de vida no tiene por qué ser una tarea difícil. Analizamos a continuación en qué consiste, los tipos que existen y en qué situaciones es recomendable tener un seguro de vida.
Seguro de vida: ¿qué es?
Te da
300€
+2% TAE
Por traer tu nómina

Evolución palabras clave Semrush e índice de visibilidad de Sistrix



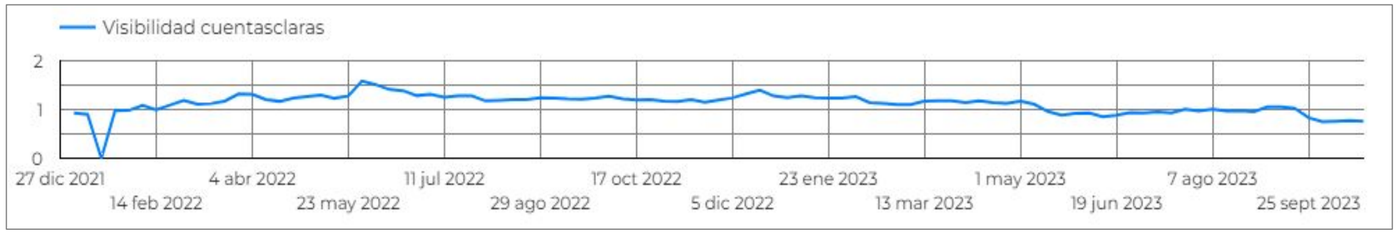
PALABRAS TOTALES

38.181

-4,79 %

Nov 23 vs. Nov 22

En el looker studio se puede ver la lista completa de palabras clave por posición y URL. Seguimos viendo impacto de las actualizaciones y movimientos en las SERPs a espera de mejoras en el blog.



Seguirán las fluctuaciones de posicionamiento y visibilidad ya que además de las actualizaciones terminadas estamos inmersas en una de nuevo.

Hay que tener en cuenta que el índice de visibilidad es una métrica de Sistrix que no se puede calcular de forma propia.

Tráfico orgánico | Datos GA | Categorías

Agrupamos por categorías la captación de **tráfico orgánico por sesiones** generadas.

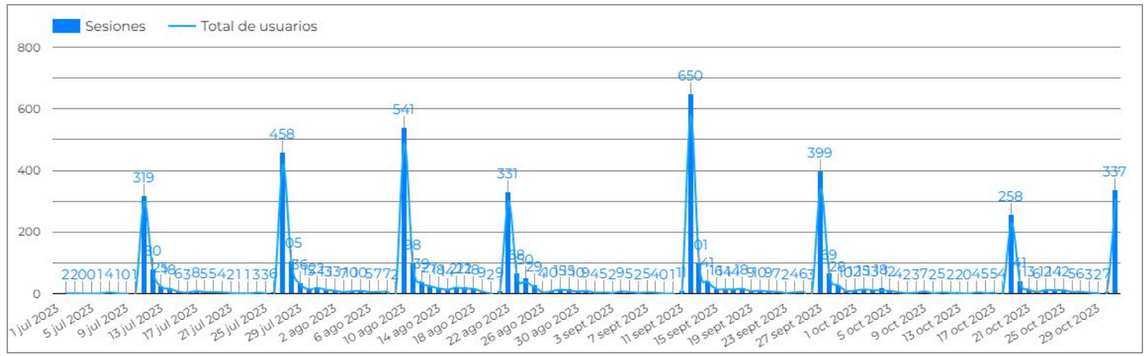


Enfoque actual: contenido centrado en las siguientes categorías: *ahorro, cómo funciona, ciberseguridad, actualidad, inversión y bolsa, tecnología y mi negocio.*

Hay que tener en cuenta como vemos en el looker studio, que en esta división que tenemos que hacer por fórmula, hay un sesgo sin datos.

Datos Newsletter - General

Evolución de sesiones y usuarios GA4



Suscriptores octubre

11.122

Sesiones	Usuarios	Pag. Vistas	Pag. Vistas/sesión
830	**650**	**1.257**	**1,51**
-43,2 %	-41,8 %	-38,4 %	+8,4 %

Oct 23 vs. Sep 23



Descargas

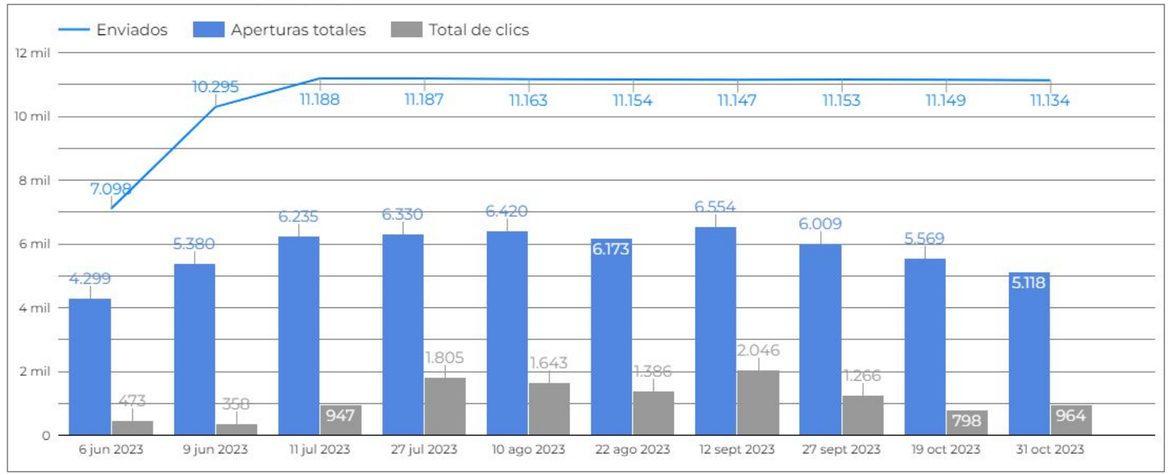
13

Por falta de contenido disponible para montar el envío en la fecha propuesta (elegida en base a los mejores resultados anteriores: jueves 26 a las 10:00h) el segundo envío se hizo el 31 a las 9:00h. Por tanto, **los datos recogidos en octubre para esta newsetter tienen menos recorrido**.

De cara a la semana de Black Friday y con vistas a Navidad se está preparando el descargable con contenido basado en "Ocho consejos para evitar estafas al comprar online".

//ABANCA

Datos Newsletter - General



Correos enviados
22.283

-0,1 %

Aperturas totales
10.687

-14,9 %

Tasa de apertura
35,31 %

-8,7 %

Clics
1.762

-46,9 %

Bajas
27

+28,6 %

Oct 23 vs. Sep 23

Este segundo envío, enfocado únicamente al ahorro, pudo no ser de interés para una parte de la audiencia al estar muy acotado por temática. Apoyándonos sólo en datos de apertura de mailchimp, vemos que llevamos meses de tendencia descendente.

PRÓXIMOS PASOS: redefinir la estrategia de envíos actual para determinar si el origen de la caída en la tasa de apertura es la frecuencia (2 por semana) o el tipo de contenido seleccionado (envíos no segmentados). Se estudiará la posibilidad de generar una dinámica de gestión de la BBDD que nos permita a largo plazo realizar envíos en base a intereses concretos de los contactos (ahorro, inversión, negocio, tecnología...).

**No se identifican en GA4 los datos resultantes de la newsletter automática de junio*

Informe mensual SEO

www.abanca.com



Octubre 2023

Departamento de Marketing

//ABANCA

Tráfico referido de Cuentas Claras

	Visitas totales	Páginas totales	Páginas totales /sesión	Tiempo en página (segundos)
	848	2.649	3,1	292,5
Oct 23 vs. Sep 23	-2,9 %	-5,2 %	-2,4 %	-10,7 %
Oct 23 vs. Oct 22	-16,6 %	-11,9 %	+5,7 %	+50,3 %

	Clics CTA abanca.com
	272
Oct 23 vs. Sep 23	-8,1 %

Top 10 de páginas de destino según visitas

Página de destino enlazada	Total visitas
https://www.abanca.com/es/	68
https://www.abanca.com/es/banca-a-distancia/banca-electronica/?utm_source=blog	68
https://www.abanca.com/es/banca-a-distancia/banca-movil/?utm_source=blog	44
https://www.abanca.com/es/?utm_source=blog&utm_medium=cta_menu&utm_campaign=...	36
https://www.abanca.com/es/clientes/	29
https://www.abanca.com/es/planes-pensiones/planes-pensiones/?utm_source=blog	26
https://www.abanca.com/es/conversor-iban/?utm_source=blog	25
https://www.abanca.com/es/renting-coches-particulares/?utm_source=blog	25
https://www.abanca.com/es/seguros/seguro-salud/?utm_source=blog	23
https://www.abanca.com/es/cuentas/cuenta-online/?cid=ch-sem:sr-google:se-:kw-abanca:cn...	20

KPI's tráfico orgánico

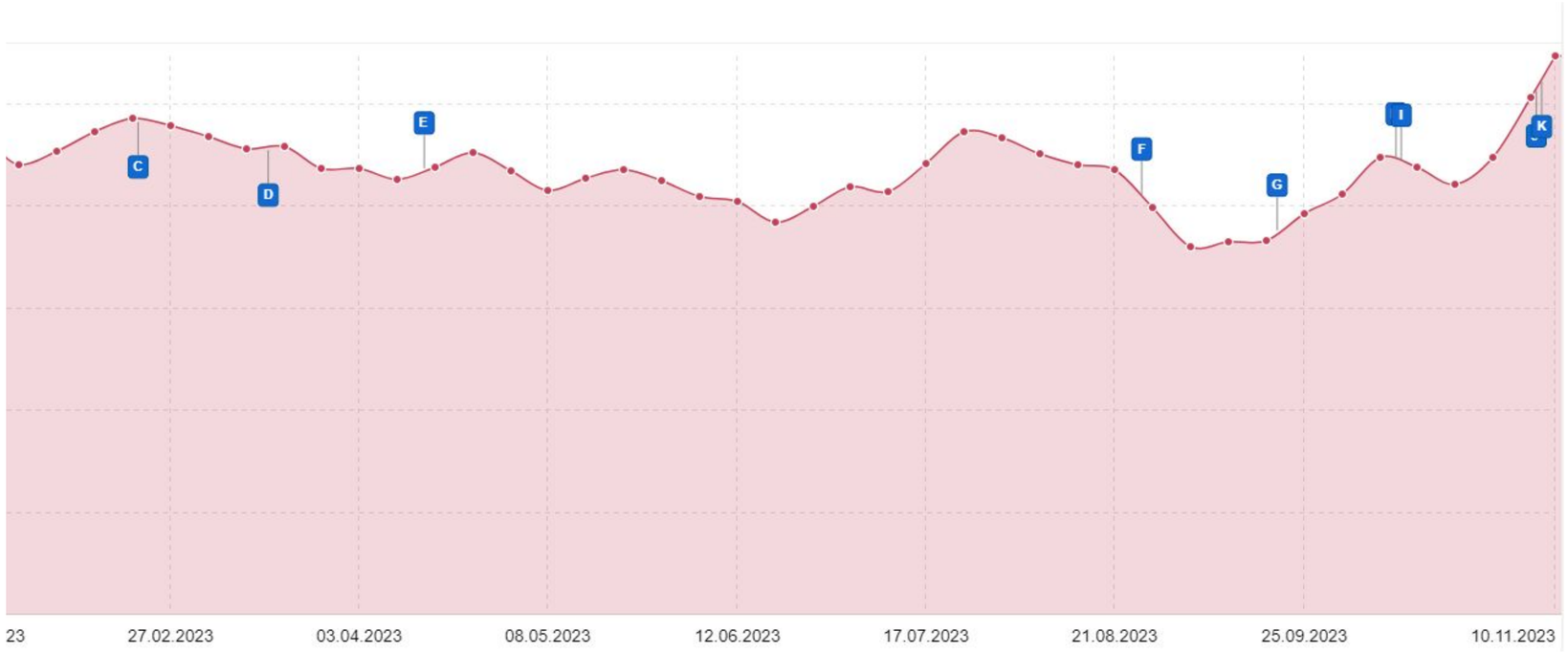
	IMPRESIONES	CLICS	CTR	POSICIÓN MEDIA
	4.648.364	710.448	15,3%	24,6
vs. Sep 23	↑ 11,5 %	↑ 8,8 %	↓ 2,4 %	↓ 0,8
vs. Oct 22	↓ 4 %	↓ 8,4 %	↓ 4,6 %	↑ 11,7

En comparativa general contra el mes pasado se aprecia un **aumento de los principales KPI's**.

En comparación con el mes pasado destaca el **aumento en impresiones y clics para la home, página de hipotecas, cuenta-online,** banca-electronica, empresas, banca-personal, seguro-salud, hipoteca fija y banca-movil.

En comparación con el mes del año pasado destaca el aumento de impresiones y clics para *hipotecas, contacto-clientes, productos-abanca* y *prestamo-24h.*

Vista general: índice de visibilidad



Índice de visibilidad

5,4

La fluctuación del algoritmo nos hizo caer a mediados de septiembre, pero poco a poco se recupera la visibilidad perdida u con las actualizaciones actuales se aumenta llegando a datos mejoras que cualquier mes de histórico ahora en noviembre.

Oct 2022	Oct 2023
4,14	**5,4**

Evolución palabras clave

Evolución y total de palabras por las que posiciona el dominio



PALABRAS TOTALES

94.039

+29,25 %

Nov 23 vs. Nov 22

Seguimos con el aumento paulatino de palabras clave para las que posiciona el dominio.

Palabras genéricas top octubre

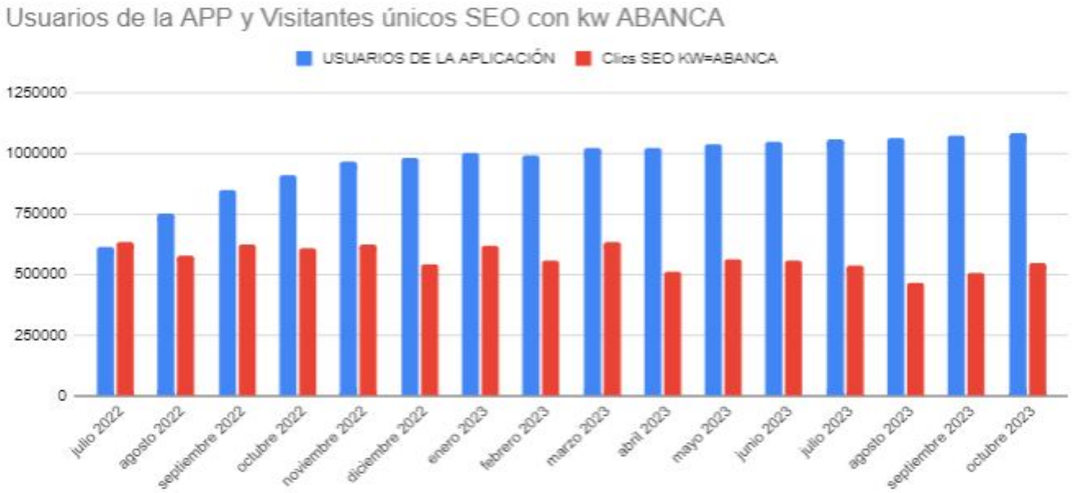
	OCTUBRE 2023
TOP 3 Google genéricas	- abrir cuenta nomina online - cuenta depositos - cuentas nomina con regalo - cuenta nomina 300 euros - credito 24 horas - prestamos a pymes - conseguir un prestamo personal - cuenta empresas sin comisiones - banca electronica - pedir credito personal - cuenta online nomina - prestamo coche electrico

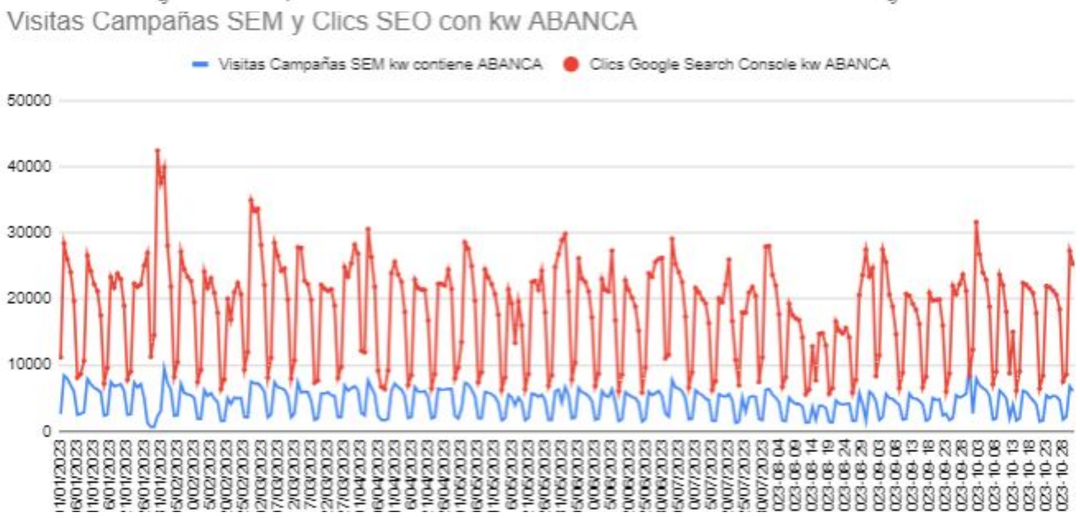
	OCTUBRE 2023
TOP 10 Google genéricas	- cuenta nomina - abrir cuenta online - cuenta online sin comisiones - cuentas online empresas - abrir una cuenta nomina - seguros de dependencia - linea de credito empresas - prestamo personal - bonificacion plan de pensiones - hipoteca fija - hipoteca variable - prestamo coche online - hipoteca - tarjeta visa oro - abrir cuenta joven - ofertas traspaso plan pensiones - tarjeta credito empresa - cuenta negocios - cuenta autonomos

Aislamos una muestra representativa de palabras clave en el top 3 y top 10. el posicionamiento SEO está alineado con los objetivos de negocio y las palabras principales son estratégicas para potenciar la conversión.

Análisis tráfico por palabras clave que contienen “abanca”

SEO, APP y SEM





Octubre 2023

USUARIOS APP	CLICS GSC	IMPRESIONES GSC	SESIONES GOOGLE ADS
1.083.814	**548.125**	**1.108.678**	**143.446**
+19,04 %	**-9,08 %**	**-4,3 %**	**-3,5 %**

Oct 23 vs. Oct 22

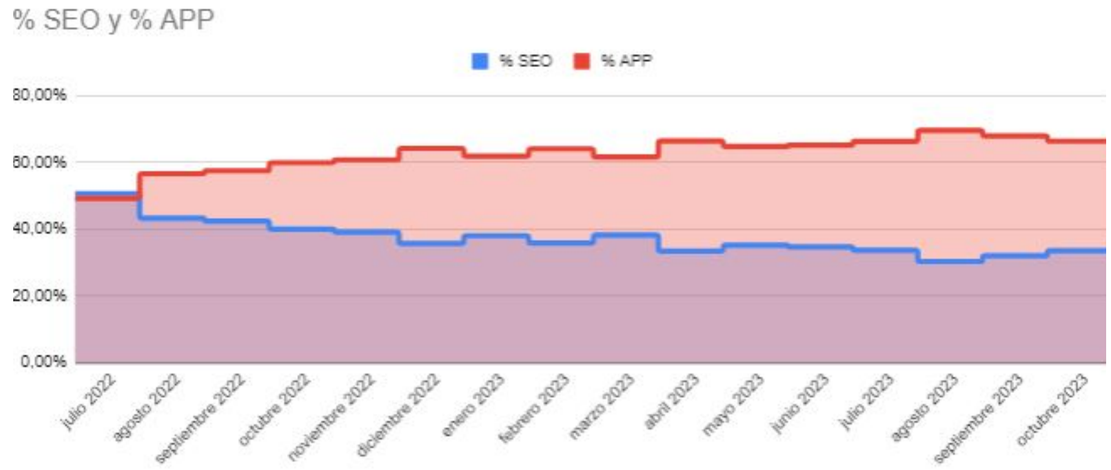
Seguimos con la **relación entre los clics de marca de pago y de SEO**.

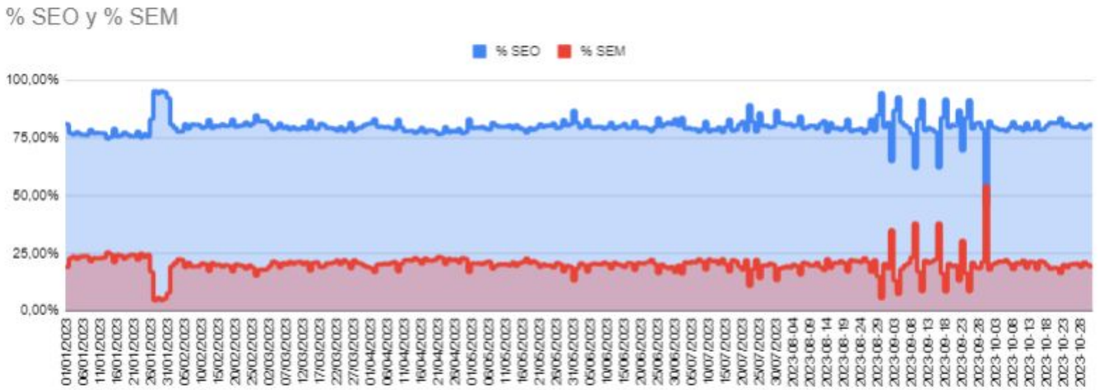
Vemos que **el uso de la app va aumentando de forma continuada también durante el mes de octubre**, entonces estos usuarios acceden a la información de ABANCA directamente desde la misma y no desde el buscador.

Análisis tráfico por palabras clave que contienen “abanca”

SEO, APP y SEM

1 Ene 23 - 31 Oct 23

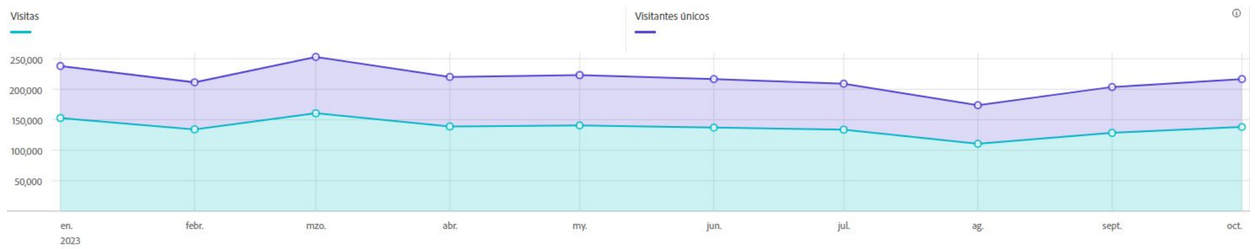




Es normal que en orgánico en comparación con otros periodos bajen los clics de marca con las campañas activas de pago actuales y el uso superior de la App.

Como vemos el porcentaje de orgánico va disminuyendo de forma continuada en general para clics por palabras clave que incluyen *abanca*.

Mostramos también el evolutivo de las visitas de SEM por *abanca*:



Consultas principales

Vista de los 10 términos genéricos que **más impresiones ganan** en octubre en comparación con septiembre

Consultas principales	Impresiones 1/10/23 - 31/10/23	Impresiones 1/9/23 - 30/9/23	↓ Impresiones Diferencia
bizum	15.640	0	15.640
prestamos personales	53.236	45.247	7.989
hipoteca fija	8.390	2.065	6.325
banca.com	13.843	8.242	5.601
tarjeta	4.586	0	4.586
tarjeta dorada renfe	17.194	12.940	4.254
kit digital	2.599	0	2.599
seguro de hogar	2.218	0	2.218
seguro de vida	2.138	0	2.138
cuenta nomina	6.523	4.735	1.788

Vemos como ***destacan bizum, prestamos personales, hipoteca fija, tarjeta, cuenta nómina*** *y* ***seguro de hogar y seguro de vida.***

Consultas principales

Vista de los 10 términos genéricos que más impresiones ganan en octubre en comparación con el año pasado

Consultas principales	Impresiones 1/10/23 - 31/10/23	Impresiones 1/10/22 - 31/10/22	↓ Impresiones Diferencia
hipoteca	23.952	5.775	18.177
banca.com	13.843	31	13.812
bizum	15.640	2.775	12.865
hipotecas	16.553	4.129	12.424
hipoteca fija	8.390	3.256	5.134
banca com	4.207	0	4.207
seguros de salud	3.822	0	3.822
seguro de salud	3.765	0	3.765
prestamo hipotecario	2.873	0	2.873
seguro de viaje	2.792	0	2.792

Vemos que mes a mes los términos ***hipoteca*** y ***préstamo*** se siguen manteniendo como ganadores constantes de impresiones.

Destaca ***préstamos hipotecarios*** ya que en octubre de 2022 no se habían tenido impresiones.

Consultas principales

Vista de los 10 términos que **más impresiones pierden** en octubre en comparación con el año pasado

Consultas principales	Impresiones 1/10/23 - 31/10/23	Impresiones 1/10/22 - 31/10/22	↑ Impresiones Diferencia
abanca	582.953	608.594	-25.641
tarjeta dorada renfe	0	19.533	-19.533
abanca electronica	40.401	51.443	-11.042
abanca online	23.706	30.407	-6.701
a banca	34.777	41.064	-6.287
banca movil	1.746	7.882	-6.136
cuentas sin comisiones	0	5.625	-5.625
fondos de inversion	0	5.472	-5.472
abanca electrónica	9.566	13.390	-3.824
cuenta bancaria sin comisiones	0	3.307	-3.307

Como venimos viendo a lo largo del año, perdemos principalmente en búsquedas de marca.

Zoom seguros

Suben posición

Kw	Pos. Oct	Pos. Sept	Dif.
contratar seguro de salud	41,89	91,89	-50
seguros embarazo	49,53	81,31	-31,78
que cubre el seguro de hogar	31,37	58,23	-26,86
seguro de entierro	46,44	71,58	-25,14
precio seguro salud	33,89	58,63	-24,74
un seguro	12,87	36,45	-23,58
seguro de salud barato	65,21	86,9	-21,69
seguro medico españa	47,9	69,35	-21,45
seguro medico privado precio	57,88	78,56	-20,68
seguro de	40,06	59,65	-19,59

Lo más destacable del mes frente al mes anterior es el ranking de Keywords de seguro que más impresiones ganan. Del TOP 10, 7 términos están relacionados con **seguros de salud**.

Los términos que más suben posiciones también destacan en su mayoría por estar relacionados con este tipo de seguros.

Bajan posición

Kw	Pos. Oct	Pos. Sept	Dif.
seguro de tarjeta de credito	52,85	36,62	16,23
seguro de vida empresa	55,97	40,44	15,53
seguro movil	89,65	76,26	13,39
devolver recibo seguro coche	82,6	70,45	12,15
seguro de viaje al extranjero	70,2	58,82	11,38
seguro pyme	71,72	60,68	11,04
caser seguros hogar	43,04	32,75	10,29
seguro de asistencia en viaje en el extranjero	72,83	62,85	9,98
condiciones seguro de vida	34,13	24,38	9,75
simulador seguro vivienda	50,15	40,44	9,71

Suben impresiones

Kw	Impr. Ganan
seguros de salud	1262
seguro de salud	1068
seguro de decesos	855
seguro salud	532
seguro de viaje	452
seguro salud abanca	328
seguro salud sin copago	311
calcular seguro de salud	296
calcular seguro salud	289
seguro para casa	275

Datos del mes destacables de /hipotecas/

IMPRESIONES	CLICS
516.015	6.004
+52,52%	+48,83 %

Oct 23 vs. Sep 23

Top términos por clic

Consultas principales	Clics 1/10/23 - 31/10/23
abanca	1.874
abanca hipoteca	666
hipoteca abanca	597
hipoteca	495
hipotecas	326
hipotecas abanca	180
abanca hipotecas	179
hipoteca mixta abanca	54
a banca	44
abanca hipoteca mixta	39

Top términos por impresiones

Consultas principales	Impresiones 1/10/23 - 31/10/23
abanca	305.771
hipoteca	23.752
a banca	21.538
hipotecas	16.513
abanca online	5.196
prestamos hipotecarios	2.760
abanca hipoteca	2.660
prestamo hipotecario	2.639
hipoteca abanca	2.338
abanca hipoteca mixta	1.621

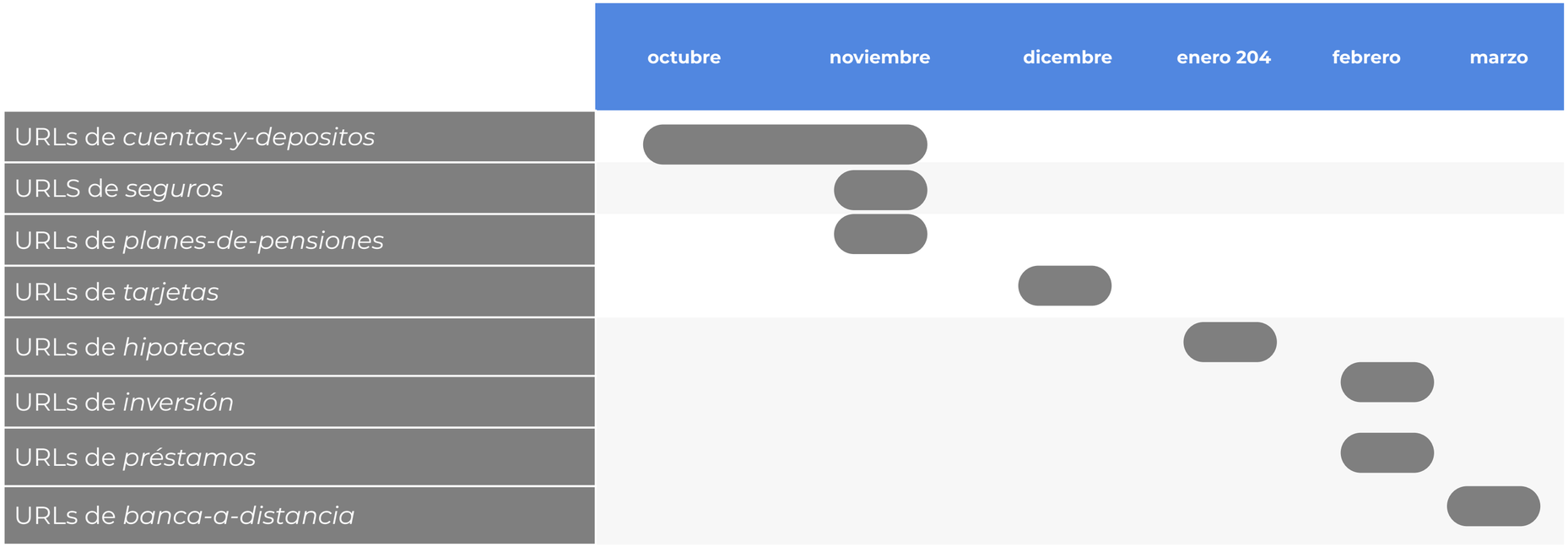
Sigue el aumento de los **clics sobre hipotecas**. En concreto aquí vemos los datos para la URL genérica en comparación con el mes anterior.

Por otro lado para la URL nueva de **hipoteca mixta** tenemos desde el día 16 de octubre: 800 clics y 8.825 impresiones; acabando según PRT el mes en posición 15 para el término *hipoteca mixta*.

Próximos pasos a partir de octubre

Revisar optimizaciones en profundidad de los productos para particulares:

- Meta información.
- Encabezados.
- Preguntas frecuentes / Dudas del producto.
- Enlazado a artículos del blog.



Gracias