

BIG school

DICCIONARIO

SEO

MÁSTER SEO

A

[Accelerated Mobile Pages o AMP](#)

[Ahrefs ®](#)

[Alojamiento Web / Hosting](#)

[Arquitectura Web](#)

[ASO](#)

[Atributo ALT](#)

[Auditoría SEO](#)

[AWD](#)

B-

[Backlinks o Enlaces Entrantes](#)

[Blog](#)

[Breadcrumbs o Migas de pan](#)

[Breakpoints](#)

[Buyer persona](#)

C-

[Caché](#)

[Canibalización de Palabras Clave](#)

[Canonicals](#)

[Carpeta raíz](#)

[CDN](#)

[Clickbait](#)

[Cliente web](#)

[Cloaking o encubrimiento SEO](#)

[CMS](#)

[Contenido duplicado](#)

[Content Marketing](#)

[Cookie](#)

[Copywriting](#)

[Crawl Budget/ Presupuesto de rastreo](#)

[Crawler, Spiderbot, Araña web o Rastreador web](#)

[Crawling o rastreo](#)

[CRO](#)

[CSS](#)

[CTA](#)

[CTR o Click Through Rate](#)

D-

[DA o Domain Authority](#)

[Desindexar](#)

[Disavow](#)

[Dom](#)

[Dominio expirado o caducado](#)

[Dominio Web](#)

E-

[Editor de texto](#)

[Ecommerce](#)

[EMD o Exact Match Domain](#)

[Enlace o link](#)

[Enlace Dofollow](#)

[Enlace Nofollow](#)

[Enlace target="_blank"](#)

[Enlaces y otras etiquetas REL](#)

[Rel="noopener"](#)

[Rel="noreferrer"](#)

[Rel="ugc"](#)

[Enlaces Javascript](#)

F-

[Featured Snippets o Fragmentos Destacados](#)

[Framework](#)

G-

[GA4 o Google Analytics 4](#)

[Git](#)

[Google Adsense](#)

[Google Adwords o Google Ads](#)

[Google Bot](#)

[Google Analytics](#)

[Google Data Studio](#)

[Google Keyword Planner](#)

[Google Search Commands o Footprints](#)

[Google Search Console](#)

[Google Tag Manager](#)

H-

[Headlines o Encabezados](#)

[Hreflang](#)
[Htaccess](#)
[HTML](#)

[I-](#)

[IDE](#)
[Indexación](#)
[Interlinking o enlazado interno](#)
[IP o Internet Protocol](#)

[J-](#)

[JS o JavaScript](#)
[Jump Links](#)

[K-](#)

[Keyword o Palabra Clave](#)
[Keyword Informacional](#)
[Keyword Long Tail o Palabra Clave de Cola Larga](#)
[Keyword Research o Estudio de Palabras Clave](#)
[Keyword Stuffing](#)
[KPI](#)
[Keyword Transaccional](#)

[L-](#)

[Landing Page](#)
[Laravel](#)
[Librería / Biblioteca](#)
[Link Juice](#)
[Link Building](#)
[Link Baiting](#)
[Lead](#)
[Lead generation](#)
[Logs](#)

[M-](#)

[Magento](#)
[Meta Description](#)
[Meta Tags](#)
[Meta Title](#)
[Meta Robots](#)
[Metadatos](#)
[Motores de búsqueda](#)

[Microsoft Bing ®](#)

[MySQL](#)

[N-](#)

[Navegación por facetas](#)

[Noindex](#)

[Nofollow](#)

[NoSQL](#)

[O-](#)

[Ofuscar enlaces](#)

[Open Graph / OG](#)

[P-](#)

[PA o Page Authority](#)

[PageRank ®](#)

[Penalizaciones SEO](#)

[PHP](#)

[phpMyAdmin](#)

[Phyton](#)

[Plugin](#)

[Prestashop](#)

[Product Owner](#)

[Público Objetivo](#)

[Q-](#)

[Query](#)

[R-](#)

[Redirección](#)

[REGEX](#)

[Request](#)

[Rich Snippets](#)

[Robots.txt](#)

[RWD](#)

[S-](#)

[Schema](#)

[Screaming Seo Frog](#)

[Search Engine Optimization \(SEO\)](#)

[SEO local](#)

[SEO técnico](#)

[SEO Blackhat](#)

[SEO en Real Time](#)

[SEO On Page o en la página](#)

[SEO Off Page o fuera de la página](#)

[SEA](#)

[SEM](#)

[Semrush](#)

[SERPs de Google](#)

[Servidor](#)

[Shopify](#)

[Sistrix](#)

[Sitemap](#)

[Slug](#)

[Status Code](#)

[1xx Respuesta Informativa](#)

[2xx Respuesta exitosa](#)

[202. OK:](#)

[202. Aceptado:](#)

[3xx Redirección](#)

[300. Elección múltiple:](#)

[301. Movido permanentemente / Redirección permanente:](#)

[302. Encontrado y movido temporalmente:](#)

[303. Ver otro:](#)

[304. No modificado:](#)

[305. Proxy:](#)

[307. Redirección temporal:](#)

[308. Redirección permanente:](#)

[4xx Error por parte del cliente](#)

[403 Prohibido:](#)

[404 No encontrado:](#)

[5xx Error por parte del servidor](#)

[502 Bad Gateway:](#)

[503 servicio no disponible:](#)

[504 Gateway Timeout:](#)

[Squeeze Page](#)

[SXO](#)

[SQL](#)

T-

[Texto Ancla o Anchor text](#)

[Thin Content](#)

[Title](#)

[Twitter Cards](#)

[U-](#)

[URL](#)

[UX](#)

[W-](#)

[Web](#)

[Web Horizontal](#)

[Web Vertical](#)

[WordPress](#)

[WPO](#)

[Y-](#)

[Yandex](#)

Glosario Básico SEO

A

Accelerated Mobile Pages o AMP

AMP o Accelerated Mobile Pages es un Framework promovido por Google para garantizar que las páginas web tengan una óptima visualización en mobile y se adapten a la velocidad de carga que demandan los usuarios cuando navegan desde dispositivos móviles.

Ahrefs ®

Es una herramienta capaz de analizar el perfil de enlaces de un dominio o url concreta. Aporta datos sobre los enlaces entrantes y salientes de una web, calidad, IP y tipo de enlace. Aunque su fuerte es el análisis de enlaces, también cuenta con otras funcionalidades, como un explorador de keywords, muy útil para los keywords research, entre otros.

Alojamiento Web / Hosting

En su definición genérica es un servicio a través del cual se proporcionan recursos informáticos y de almacenamiento a un individuo u organización para el alojamiento y mantenimiento de uno o más sitios web y servicios relacionados.

Arquitectura Web

La arquitectura web es la forma en la que está estructurada un sitio web, también se entiende como la jerarquización de información del sitio, el cual ha de ser lógico y coherente. Esto facilita la experiencia del usuario y el trabajo que hacen las arañas de los motores de búsqueda.

ASO

App Store Optimization (ASO) es un conjunto de acciones orientadas a mejorar la visibilidad de una aplicación en una tienda de aplicaciones.

Atributo ALT

El atributo ALT es un atributo HTML. El atributo ALT se coloca directamente en la etiqueta de

la imagen . Si una imagen no se puede mostrar por alguna razón, el contenido puesto dentro del atributo ALT proporciona un texto alternativo para mostrar en su lugar.

Auditoría SEO

Es una evaluación completa de un sitio web, a través de diversos puntos que se consideran importantes relativos al posicionamiento de los motores de búsqueda.

AWD

Siglas de Adaptive Web Design, método de adaptación de una web a versión móvil utilizando un layout distinto al de la versión de escritorio. Este método es muy rápido para el usuario y permite mucha adaptación, pero exige más tiempo de diseño.

B

Backlinks o Enlaces Entrantes

Los backlinks son enlaces de dominios externos que apuntan a páginas de un dominio en concreto.

Debido a la forma que tiene Google de definir el PageRank, esto se ha considerado siempre como un Ranking Factor, ya que se interpreta que si una URL tiene muchos enlaces de otras webs apuntando hacia ella, es que debe ser un contenido de calidad para el usuario.

Debido a este factor, alterar el fluido orgánico de Backlinks mediante compra o inserción de enlaces artificiales, ya sea en comentarios de otras webs, o creando webs para simplemente generar más backlinks, se ha convertido en una práctica muy en el ojo de Google, que a día de hoy aún tiene dificultades para distinguir lo orgánico de lo artificial.

Es por eso que aquellos con grandes cantidades de backlinks a menudo ocupan los primeros lugares en la SERP.

Blog

Es un sitio web o sección web que se suele (o pretende) actualizar periódicamente. Y tiene un objetivo informativo y de atracción de usuarios.

Breadcrumbs o Migas de pan

En términos de SEO, es una pequeña ruta de texto que muestra la ubicación de un usuario en un sitio web. La navegación con rutas de navegación hace que la navegación por las páginas del sitio sea más fácil y más orgánica para los visitantes, lo que los estimula a permanecer más tiempo y ver más páginas.

Por ejemplo: Portada > Página nivel 1 > Página nivel 2 > ... > Página actual

Breakpoints

También llamados *Media Query Breakpoints*, son "puntos de ruptura" que se crean en el archivo CSS, cuya funcionalidad es adaptar el diseño, al formato de diferentes dispositivos. Es decir, si la web dispone de este código, permite adaptar el diseño de la misma, al tamaño y formato del dispositivo desde el que se accede.

Buyer persona

Es la representación de un consumidor ideal del producto o servicio que se ofrece.

C

Caché

En cuanto al término en web, se refiere al almacenamiento de recursos estáticos (Documentos HTML, CSS, JS) para reducir el ancho de banda, la carga de los servidores y el retraso en las descargas, ya que el usuario cuando entra de nuevo en esa web, no tiene que volver a cargar todos los recursos.

Canibalización de Palabras Clave

La canibalización de palabras clave es cuando una web tiene diferentes páginas o URLs que buscan posicionarse para la misma keyword. Es decir cuando existen más de una url indexadas perteneciente a la misma web, y todas estas urls trabajan las mismas keywords o intención de búsqueda.

Las canibalizaciones de keywords deben evitarse, porque por lo general lo único que se consigue es confundir a Google y otros motores de búsqueda respecto a cuál de las páginas posicionar para esa palabra clave, con el riesgo de que termine por no posicionarse ninguna

o compitiendo contra uno mismo en lugar de sumar la calidad del contenido en una URL.

Para evitar una canibalización, es recomendable buscar la fuerza de una keyword en una URL concreta, no utilizando la misma keyword de forma fuerte en otras URLs y facilitarle a Google la información de para qué palabra clave queremos que se posicione cada página.

Canonicals

Un Canonical, es un atributo "*rel="canonical"*" para la etiqueta de HTML "<link>". Este atributo, sirve para decir cual es la URL principal del contenido que estás mostrando. Principalmente se utiliza para evitar un "contenido duplicado", ya sea porque tienes 2 URL con contenido muy similar, porque se está haciendo un A/B Testing, o por el uso de parámetros, con una etiqueta que tenga Canonical se pueden evitar canibalizaciones y penalizaciones por contenido duplicado.

En definitiva, es la forma de indicarle a los motores de búsqueda qué versión de una URL desea que aparezca en los resultados de búsqueda.

Carpeta raíz

Es el primer directorio o carpeta en una jerarquía de carpetas. Se podría decir que es la carpeta desde la que puedes acceder a todas las carpetas.

CDN

Es una red de distribución de contenidos (Content Delivery Network). Un grupo de servidores colocados en diversos aspectos geográficos, para maximizar el ancho de banda y acortar la distancia que tiene que recorrer la información del contenido de una web o aplicación a partir del servidor al usuario, disminuyendo el tiempo de descarga y aumentando la estabilidad.

Clickbait

El clickbait, *click baiting* o cebo de clics, es la habilidad de conseguir llamar la atención y que alguien haga clic en un enlace anunciando información diferente a la que hay en el contenido al que se dirige al usuario.

Cliente web

Se le llama cliente a un dispositivo o software que accede a un servidor, en SEO sobre todo nos referimos a bots o a usuarios por medio de un navegador web.

Cloaking o encubrimiento SEO

Es una técnica de encubrimiento que consiste en mostrar contenidos diferentes de una misma web al usuario y a Googlebot cuando hacen petición al servidor del contenido de la web que visitan.

CMS

Content management system (CMS) o sistema de gestión de contenidos, es un software informático que permite el manejo, la creación y modificación de contenido digital principalmente en páginas web de una forma sencilla. Hay CMS muy conocidos como Wordpress, Prestashop, Magento, Drupal o Joomla.

Contenido duplicado

El contenido duplicado es aquel que está indexado en más de una URL y que, por tanto, no es único. Google considera el contenido duplicado una mala práctica y, por tanto, lo penaliza.

El contenido duplicado puede estar dentro de la misma página web. En este caso, es un error de SEO ONPAGE que debes solucionar lo antes posible.

Para evitar problemas de contenido duplicado, lo recomendable es o hacer redirecciones 301 o utilizar canonicals.

Content Marketing

También conocido como Marketing de contenidos. Este es una estrategia de marketing que se utiliza para atraer, involucrar y retener a una audiencia mediante el desarrollo y distribución de contenido relevante y útil (blogs, boletines, informes técnicos, publicaciones en redes sociales, correos electrónicos, videos y similares).

Cookie

Una cookie es un fichero de datos que una web envía al cliente (usuario que visita dicha web). Principalmente sirven para recordar accesos y conocer hábitos de navegación.

Copywriting

La redacción publicitaria es el proceso de redacción de materiales promocionales y de marketing persuasivos que motivan a las personas a realizar algún tipo de acción, como realizar una compra, hacer clic en un enlace, donar a una causa o programar una consulta.

Crawl Budget/ Presupuesto de rastreo

El Crawl Budget se conoce como el presupuesto de rastreo y es la suma entre el Crawl Demand y el Crawl limit

El Crawl Budget = Crawl Demand + Crawl Limit

El Crawl Demand es lo que a Google le va interesando entrar a tu web en función de las actualizaciones que recibe el contenido de tu web y la popularidad del mismo.

El Crawl Limit o tasa de rastreo es el tiempo que Google está dispuesto a invertir en tu web.

En definitiva, el Crawl Budget es el tiempo que Google asigna a una web para que sus arañas la rastreen e indexen páginas y contenidos. En función de ese presupuesto, Google dedicará más o menos tiempo a nuestra web.

Crawler, Spiderbot, Araña web o Rastreador web

Se denomina así a los programas que inspeccionan páginas web con el objetivo de rastrearlas y ver que contienen. Los motores de búsqueda suelen valerse de estos programas para clasificar esos contenidos en indexarlos si procede.

Crawling o rastreo

Se denomina así a la acción que hace un Spiderbot o robot de búsqueda cuando entra en una web.

CRO

La optimización de la tasa de conversión (CRO) es el proceso sistemático de aumentar el porcentaje de visitantes del sitio web que realizan una acción deseada, ya sea completar un formulario, convertirse en clientes o de otra manera. El proceso de CRO implica comprender cómo se mueven los usuarios a través de su sitio, qué acciones toman y qué les impide completar sus objetivos.

CSS

También llamadas hojas de estilo en cascada es un lenguaje de diseño gráfico para darle una mejora visual e incluso de efectos visuales a documentos escritos en lenguajes de marcado, como HTML o SVG.

Describe la presentación de las páginas web, incluidos los colores, el diseño y las fuentes. Permite adaptar la presentación a diferentes tipos de dispositivos, como pantallas grandes, pantallas pequeñas o impresoras.

El CSS es el lenguaje que se utiliza para la interfaz visual de cualquier web.

CTA

CTA o Call to Action, es un elemento dentro de una Web que sirve para llamar la atención del usuario y que este interactúe con el elemento, por lo general sirviendo de enlace para otra zona de la web.

CTR o Click Through Rate

El CTR es la relación entre el número de visualizaciones y el número de clics. $\text{Clics} \div \text{impresiones} = \text{CTR}$. En SEO este permite mantener el ranking y da señales a Google de que la página se ajusta mejor a lo que ese usuario busca. El CTR se aplica tanto en tráfico orgánico como en tráfico de pago.

D

DA o Domain Authority

DA o domain authority (también conocido como autoridad de la web o autoridad del sitio) es una métrica desarrollada por Moz® que mide la autoridad, fuerza o relevancia que tiene un dominio web. El baremo de esta métrica va de 0 a 100. Cuanto más cerca del 100, más autoridad tiene el dominio.

Desindexar

Es la acción contraria a la indexación, este proceso busca que desaparezcan una o varias URLs específicas en la SERPs de los diversos portales de búsqueda.

Disavow

También se le denomina rechazo, y en SEO esto significa descartar enlaces dañinos que apuntan a su sitio.

Si crees que la categorización del sitio está siendo dañada por enlaces de baja calidad, puedes pedirle a Google que no los tenga en cuenta al evaluar el sitio desautorizando los backlinks.

Esto se realiza por medio de una Herramienta de Google Search Console, pero debe usarse con mucha precaución.

Dom

El DOM (Document Object Model) es una interfaz de programación que facilita una estructura de un documento (web) para que se pueda modificar su estructura, estilo y contenido.

Es un estándar que proporciona otras formas de representar un documento, por ejemplo un archivo HTML, y permite que un lenguaje, como puede ser Javascript, lo modifique.

Dominio expirado o caducado

Un dominio expirado es un dominio que precisamente ha sido registrado por un usuario, organización o empresa pero no ha sido renovado. Esto quiere decir que el dominio vuelve a estar disponible para su adquisición.

Los dominios expirados pueden ser relevantes para el SEO, a veces para bien y otras para mal. Si el dominio ha caducado porque está penalizado, en este caso, no sería de interés porque puede perjudicar. Si el dominio ha expirado y este tiene mucha fuerza y buenos enlaces entrantes, pero que simplemente ha caducado. En este caso, ese dominio sí es interesante.

Dominio Web

Un dominio es el nombre o texto que identifica de forma única cada sitio web de Internet. El dominio incluye tanto el nombre como la terminación, conocida como extensión de dominio, de forma que puede haber dos webs con el mismo nombre pero nunca con el mismo nombre y la misma terminación.

Los dominios pueden tener extensiones globales (.com, .net, .org, .info, etc.) o

geolocalizados (.es para posicionarse en España, .fr en Francia, .mx en México, etc.).

E

Editor de texto

Programa que sirve para crear y editar código de programación.

Ecommerce

Se refiere al tipo de negocio digital que permite a las empresas e individuos comprar y/o vender bienes y servicios a través de Internet.

EMD o Exact Match Domain

Un EMD o EXACT MATCH DOMAIN es un dominio con concordancia de palabra clave. Es decir, que incluye en el nombre del dominio la palabra clave exacta para la que se quiere posicionar la web. Por ejemplo: www.hotelesmadrid.com o www.avesexoticas.org.

Enlace o link

Un enlace es un elemento, ya sea una imagen o texto que se puede clicar para ser conducido a otra página o URL. Los enlaces pueden ser dofollow o nofollow. También pueden tener atributos como `target="_blank"` y otros tipos de atributos rel.

Enlace Dofollow

Los dofollow son los enlaces normales, que siguen las personas, las arañas web, y que influyen en el posicionamiento porque mandan señales a Google y pasan Page Rank. Por defecto, todos los enlaces son dofollow.

Enlace Nofollow

Los nofollow son enlaces marcados con el atributo `rel="nofollow"`, que indica a las arañas web que no los tengan en cuenta. Estos enlaces, por tanto, no deberían afectar al posicionamiento. Sin embargo tanto con los enlaces Nofollow como los ugc y los sponsored, aunque le indiquen a Google que no se deben seguir, Google se reserva el derecho a decidir.

Enlace target="_blank"

Enlaces con el atributo target="_blank" dentro de las etiquetas <a> de HTML, este atributo hace que el usuario abra el enlace en otra pestaña.

Enlaces y otras etiquetas REL

Rel="noopener"

Es un atributo que previene a la página que se va a abrir de que acceda a "window.opener" por medio de JS, haciendo el enlace más seguro.

Rel="noreferrer"

Es un atributo que hace la misma acción que Rel="noopener" pero además oculta la información de que el usuario que le ha dado clic al enlace proviene de tu página. Se pueden poner estos dos atributos en conjunto, pero no es necesario ni recomendable, ya que "noreferrer" implica "noopener".

Rel="ugc"

Significa User Generated Content, o Contenido Generado por el usuario, está recomendado desde 2019 para indicarle a Google que esos enlaces los han creado los usuarios por ejemplo en una sección de comentarios. Aunque a día de hoy apenas se utiliza y el propio Google indicó que si esos enlaces ya eran Nofollow no había necesidad de de cambiarlos.

Enlaces Javascript

Son enlaces que se hacen por medio del lenguaje de Javascript, ya sea por un evento onclick o utilizando otros elementos del DOM como addEventListener.

Estos enlaces tienen relevancia para el SEO, ya que Javascript al ser un lenguaje que carga desde el lado del cliente, se procesa en el propio navegador. Por lo que Google no lo interpreta como un enlace. Por lo que es la forma más certera a día de hoy de asegurar que Google no va a rastrear un enlace.

F

Featured Snippets o Fragmentos Destacados

Google en ocasiones según el resultado de búsqueda muestra fragmentos destacados que se muestran en cuadros con el objetivo de resolver la intención de búsqueda del usuario de forma instantánea. Aparecen justo previo a los resultados orgánicos y después de los anuncios de pago. Es una posición con extra de visibilidad para las URL que logran aparecer allí.

No deben confundirse con los Rich Snippets.

Framework

Framework, traducido al español significa metodología de trabajo. Aplicado al SEO y al software son formas de hacer las cosas, como el AMP que es una metodología de optimización móvil. En el caso concreto de webs, los Frameworks son estructuras de webs hechas en un lenguaje de programación los cuales ahorran tiempo y errores a la hora de crear una web. Por ejemplo, el CMS Drupal, utiliza el Framework Symfony.

G

GA4 o Google Analytics 4

Google Analytics 4 (anteriormente conocido como "Aplicación + Web") es la nueva versión de Google Analytics. GA4 posee un nuevo tipo de propiedad el cual permite medir los eventos, acciones diferenciadas, y las interacciones de los usuarios de forma unificada. Una ventaja de una propiedad de Google Analytics 4 es que puedes usarla para un sitio web, una aplicación o para ambas.

Git

Software de control de versiones para facilitar el mantenimiento, desarrollo y optimización de distintas versiones de una web. Varias herramientas se valen de esta tecnología como Github, Gitlab o Bitbucket.

Google Adsense

Google Adsense es un sistema gratuito que permite insertar anuncios de la plataforma de Google a través de la implementación de un código en tu web. Estos anuncios se ubicarán en base del contenido y del tráfico de la web. Los anunciantes pagan a Google para promocionar sus productos, el precio puede variar según el anuncio y de esta misma manera el ingreso a la web.

Google Adwords o Google Ads

Google Adwords es la plataforma de anuncios de Google el cual permite promocionar productos, marcas, servicios, etc. Los anuncios funcionan a través de un sistema de pujas y mediante la selección de palabras clave específicas para alcanzar cierto tráfico o leads.

Los anuncios de Google se muestran en las webs de Google y sitios web asociados en base a las keywords y el tráfico de la misma. Además en la SERP se suele presentar primero, antes de los resultados de orgánicos. Se caracterizan por tener delante Anuncio, aunque Google experimenta constantemente con qué aspecto visual darle a los anuncios con respecto a los resultados orgánicos. Los formatos de los anuncios son diversos tanto en texto, video o imagen.

Google Bot

Googlebot es el nombre genérico del rastreador web de Google. Este se encarga de rastrear páginas web e indexarlas en su base de datos para, después, organizar los resultados de búsqueda en base a las peticiones del usuario. Se mueve por medio de los enlaces que descubre en diversas páginas y que le sirven para descubrir nuevas webs. Se le pueden dar indicaciones por medio de robots.txt y de Sitemaps. También se le llama Googlebot Desktop y Googlebot Smartphone, según el dispositivo.

Google Analytics

Google Analytics es una herramienta de analítica gratuita que nos permite medir nuestro tráfico, saber de dónde procede, su rendimiento y el comportamiento de nuestros usuarios.

Es una herramienta muy sencilla e intuitiva, por lo que es perfectamente apta para principiantes. Sus informes son muy completos y visuales. Toda la información está muy bien organizada para poder acceder a lo que nos interese en cada momento.

Google Analytics sirve para analizar el flujo de usuarios en tu web y su comportamiento, por lo que te da datos objetivos para estrategias de SEO y UX.

Google Data Studio

Data Studio es una herramienta gratuita que convierte los datos del sitio en paneles e informes informativos, fáciles de leer, fáciles de compartir y totalmente personalizables. Permite hacer gráficas, usar filtros interactivos, incluir texto, imágenes, links y personalizarlo. Además de conectarse a conjuntos de datos como:

- Productos de Google Marketing Platform, incluidos Google Ads, Analytics, Display & Video 360, Search Ads 360.
- Productos de consumo de Google, como Hojas de cálculo, YouTube y Search Console
- Bases de datos, incluidas BigQuery, MySQL y PostgreSQL
- Archivos planos a través de la carga de archivos CSV y Google Cloud Storage
- Plataformas de redes sociales como Facebook, Reddit y Twitter.

Google Keyword Planner

Google Keyword Planner o planificador de palabras clave es la herramienta que Google pone a disposición para hacer investigación de palabras clave, encontrar nuevas ideas de keywords y detectar palabras clave long tail que pueden resultarnos interesantes. Esta herramienta está asociada a Google Adwords y da datos acerca de la frecuencia con la que se buscan dichas palabras, cómo fluctúan con el tiempo, además del volumen de búsquedas mensuales, esta última alternativa sólo disponible para la versión de pago. Es una herramienta ideal para hacer keyword research y planificar campañas de pago.

Google Search Commands o Footprints

Las footprints de Google son comandos que nos permiten filtrar las búsquedas para afinar al máximo los resultados que te devuelve en buscador.

Hay una lista de footprints que se pueden utilizar para filtrar búsquedas por web, por URL, por redes sociales, por hashtags, por concordancias exactas, combinaciones de keywords, etc. De esta manera, se puede afinar a la hora de buscar lo que realmente nos interesa.

Google Search Console

Google Search Console es un servicio gratuito que provee distintas herramientas que facilitan la analítica y la revisión de la utilización de configuraciones en tu web para mejorar el SEO.

El conector de Data Studio Search Console ayuda a medir y examinar el rendimiento del sitio en la Búsqueda de Google. Puede expandir de forma sencilla aquellos informes para integrar datos de otras fuentes, como Google Analytics y Google Ads, para brindar una perspectiva más completa de la presencia online.

Otros motores de búsqueda como Yandex, Baidu o Bing poseen sus propias "Search Console" denominadas "Herramientas webmaster".

Google Tag Manager

Google Tag Manager es un sistema de gestión de etiquetas (TMS) que permite actualizar rápida y fácilmente los códigos de medición y los fragmentos de código relacionados conocidos colectivamente como etiquetas en el sitio web o aplicación móvil. Una vez que se haya agregado el código de Tag Manager al proyecto, se puede implementar de manera segura y sencilla configuraciones de etiquetas de medición y análisis desde una interfaz de usuario basada en la web.

H

Headlines o Encabezados

Los encabezados (Headlines, aunque la traducción literal sería Titulares) ayudan a los usuarios y a los motores de búsqueda a leer y comprender el texto. Actúan como señales para facilitar la lectura rápida de los usuarios y así entender el contenido de la página.

Estos son diferentes titulares que se ponen a lo largo de una página, y tienen que tener un sentido correlativo, no tiene sentido poner un Headline tipo 5 justo debajo de uno tipo 2.

Son conocidos por su etiqueta en HTML: <h1>; <h2>; <h3>. Y se entiende que sintetizan el contenido expuesto en ese apartado, por lo que las palabras puestas entre esas etiquetas adquieren gran importancia.

Hreflang

El Hreflang es un atributo de la etiqueta link (también conocido como rel="alternate" hreflang="x") sirve para indicar a Google las distintas versiones de idiomas que hay en una página, por lo que el motor de búsqueda puede ofrecer ese resultado a los usuarios que buscan en ese idioma.

Htaccess

Cuando se habla del htaccess, se hace referencia al archivo .htaccess que se pone generalmente en la carpeta raíz de una web configurada con el software de servidor apache.

Este sirve para escribir directrices del comportamiento que tiene que tener el servidor, como configuración de la caché, de las respuestas del servidor, métodos de compresión y hasta redirecciones.

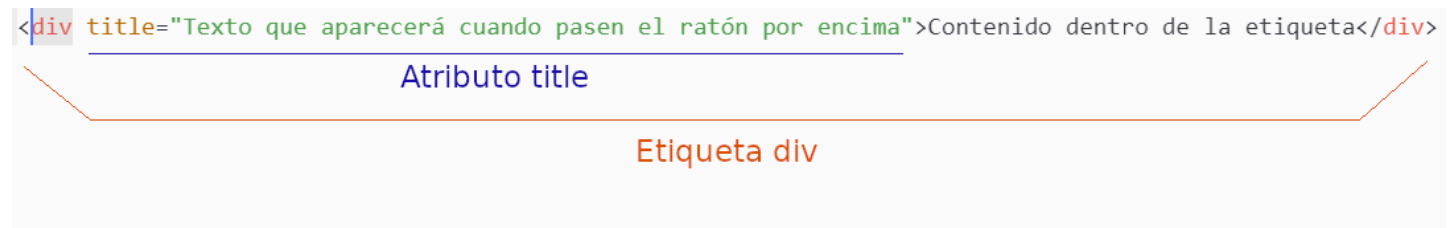
El htaccess no existe en servidores Nginx, es una característica de Apache.

HTML

HTML (Hyper Text Markup Language) es un lenguaje de marcado que define la estructura del contenido. HTML consta de una serie de elementos llamados etiquetas que se utilizan para encerrar, o envolver, diferentes partes del contenido para que se vea de cierta manera o actúe de cierta manera.

Estas etiquetas pueden tener distintos atributos, los cuales sirven para modificar el comportamiento o las características de la etiqueta en la que se encuentran.

El HTML sirve para hacer la estructura visual de un contenido. En el caso web es un estándar que se ha impuesto para la visualización de las webs y que todos los navegadores son capaces de procesar.



IDE

Entorno de desarrollo integrado, suele constar de un editor de texto y los softwares necesarios para facilitar al programador el desarrollo de software.

Indexación

Se conoce como el proceso que realiza un motor de búsqueda para añadir una página de una web dentro de su listado de posibles resultados.

Interlinking o enlazado interno

Los enlaces internos son hipervínculos que apuntan a (destino) el mismo dominio que el dominio en el que existe el enlace (origen). Es decir, es la práctica que permite enlazar las URLs de un dominio, además son aquellos enlaces dentro de una web que apuntan a otra página o recurso.

IP o Internet Protocol

Una dirección IP es una serie de números que funcionan como un número que identifica nuestros dispositivos dentro de una red, ya sea interna (hogar, oficina, etc.) o externa (Internet).

En el caso de las webs, cada Dominio se asigna a una IP por medio de DNS (Sistema de nombres de Dominios).

J

JS o JavaScript

JavaScript es un lenguaje de programación que permite implementar funciones complejas en las páginas web como crear contenido de actualización dinámica, controlar multimedia, animar imágenes y todo lo que sea de cara al usuario en una web.

Se utiliza principalmente del lado del cliente (es decir que carga en el ordenador del usuario cuando se mete en una web, y no en el servidor de la misma).

Es un lenguaje que se usa tanto en webs porque todos los navegadores modernos son capaces de interpretarlo.

Jump Links

También llamado salto de página hace referencia a hacer clic en un enlace y moverse instantáneamente a una parte específica de una página web. También llamados enlaces de

salto o enlaces de anclaje , es una forma inteligente y conveniente de vincular a los visitantes del sitio web de una parte del contenido a otra

K

Keyword o Palabra Clave

Una palabra clave o keyword (KW) es una búsqueda que los usuarios hacen en Google o cualquier otro buscador. Por ejemplo: "vuelos baratos", "hoteles en el centro de Barcelona".

Identificar los términos que un usuario utilizará para hacer una búsqueda susceptible de hacer leads con tu web es lo que permite desarrollar una estrategia para buscar posicionarse por dichas KW.

Keyword Informacional

Las palabras claves informativas son aquellas que se utilizan cuando un usuario en línea busca más información sobre algo . Ya sea que se trate de un producto, servicio, guía o cualquier otra cosa, estas palabras clave tienden a aparecer en contenidos informativos con el objetivo de educar al lector.

Keyword Long Tail o Palabra Clave de Cola Larga

Las palabras claves long tail o de cola larga son palabras clave más largas o combinaciones de diferentes palabras clave. Son palabras clave mucho más específicas que no tienen tantas búsquedas como las principales, pero que al mismo tiempo son más fáciles de posicionar.

Keyword Research o Estudio de Palabras Clave

Aprender a hacer investigación de palabras clave es una tarea fundamental de SEO que implica identificar palabras y frases populares que las personas ingresan en los motores de búsqueda. Cuando sepa lo que buscan las personas, puede centrar el contenido en esos temas. La investigación de palabras clave les brinda a los especialistas en marketing una mejor comprensión de qué tan alta es la demanda de ciertas palabras clave y qué tan difícil sería competir por esos términos en los resultados de búsqueda orgánicos, lo que ofrece cierta dirección a los esfuerzos de optimización.

Keyword Stuffing

Usar de forma excesiva una palabra clave con el fin de posicionarse por la misma en los motores de búsqueda.

KPI

Los Key Performance Indicator de optimización de motores de búsqueda son valores que utilizan los equipos de marketing para medir el rendimiento del sitio web además permiten conocer el estado de nuestro posicionamiento en buscadores de manera rápida. Es importante medir las métricas de SEO y realizar un seguimiento de los cambios mes tras mes. Algunas de estas métricas son tasa de conversión orgánica, número de sesiones orgánicas, porcentaje de rebote, ...

Keyword Transaccional

También conocida como palabra clave comercial son aquellas palabras clave que utiliza el usuario cuando quiere adquirir un producto o servicio.

L

Landing Page

Landing page o página de destino es una página específica. Esta suele ser para algún tipo de promoción en concreto, donde se explica más detalladamente la oferta del producto o servicio y se induce a su adquisición.

Laravel

Framework de PHP basado en Symfony. Es el Framework de PHP más utilizado a día de hoy.

Librería / Biblioteca

Una librería en programación es un conjunto de implementaciones funcionales en un lenguaje de programación. Son códigos ya creados para evitar tener que programarlos y ahorrar tiempo. Hay librerías muy conocidas con jquery en js, React, o Bootstrap en CSS. No se deben confundir con Frameworks.

Link Juice

Link juice se usa para describir y medir cuánto poder pasa un backlink a otro sitio y, por lo tanto, lo fortalece. Si un sitio web hace referencia a otro con un enlace (DoFollow), transmite sus propiedades positivas hasta cierto punto (por ejemplo, PageRank, TrustRank) y, por lo tanto, da una recomendación desde el punto de vista del motor de búsqueda. Cuanto más contenido de enlaces fluya de un enlace a un sitio enlazado, más enfática será esta recomendación.

Hay dos tipos:

- El link juice externo es el poder de enlace que se transmite desde otro dominio.
- El link juice interno es el poder de enlace que se transmite mediante enlaces internos a otras páginas internas.

Link Building

Link Building o construcción de enlaces es el proceso de adquirir hipervínculos de otros sitios web al suyo. Un hipervínculo (generalmente llamado simplemente enlace) es una forma de que los usuarios naveguen entre páginas en Internet. Los motores de búsqueda utilizan enlaces para rastrear la web. Rastrearán los enlaces entre las páginas individuales de su sitio web y rastrearán los enlaces entre sitios web completos.

Link Baiting

Link building o cebo de enlaces es el proceso de creación de contenido con el único objetivo de lograr que otros sitios web lo vinculen o lo compartan de forma natural sin necesidad de preguntar. El objetivo de desarrollar link-bait es crear tantos enlaces entrantes a un sitio web como sea posible. Este tipo de contenidos pueden ser documentos de investigación, guías o contenido viral/popular.

Lead

Un lead es una persona o empresa que ha manifestado un interés por los productos o servicios de tu marca. Normalmente, este interés se traduce en que ha compartido sus datos, como su correo electrónico o el número de teléfono.

Lead generation

El lead generation se fundamenta en agrandar la base de datos de una marca con datos de contacto de individuos (o organizaciones en el caso de B2B) potencialmente interesadas en conseguir los productos o servicios de la misma.

Logs

Los servidores, sistemas operativos, dispositivos de red y aplicaciones generan automáticamente una entrada de registro (log entry) cada vez que realizan una acción/evento. En un contexto de SEO y marketing digital, este tipo de acción se refiere a una página es solicitada por un bot o persona. Logs o archivos de registro proporcionan información como qué archivos se solicitan, cuándo se solicitan los archivos, quién los solicitó y de dónde se derivaron.

M

Magento

Magento, en resumen, es un CMS de comercio electrónico robusto. Magento es utilizado por muchas tiendas en línea populares y con mucho tráfico.

Meta Description

La meta description o meta descripción es una metaetiqueta que sirve para definir brevemente de qué va el contenido de cada una de las páginas o URLs de una web.

Aunque esta descripción no sea visible dentro de nuestra web, sí será visible para Google y el resto de buscadores que utilizarán esta descripción para mostrarsela a los usuarios en los resultados de búsqueda.

Meta Tags

Como su prefijo "meta" indica, son elementos más allá de las etiquetas que de forma abstracta completan y añaden información.

Llevado al terreno web, las metaetiquetas son etiquetas HTML que contienen información sobre un sitio web. La forma de añadir información abstracta es que son unas etiquetas que son solo visibles en el código fuente o cuando son rastreadas por bots.

Por ejemplo sirven para indicar el idioma de la web, El título y su descripción (para ser mostradas en motores de búsqueda).

```
<!-- Primary Meta Tags -->
<title>Ejemplo de título</title>
<meta name="title" content="Ejemplo de título">
<meta name="description" content="Ejemplo de Descripción">
<meta name="robots" content="all"/>
<link rel="canonical" href="https://example.com/">
<link rel="alternate" hreflang="en" href="https://example.com/">
<link rel="alternate" hreflang="fr" href="https://example.com/fr">
<link rel="alternate" hreflang="zh" href="https://example.com/zh">
<link rel="alternate" hreflang="x-default" href="https://example.com/">
<link rel="alternate" hreflang="ru" href="https://example.com/ru">
<link rel="alternate" hreflang="es" href="https://example.com/es">
<meta name="author" content="BigSeo">
<!-- Open Graph / Facebook -->
<meta property="og:type" content="website">
<meta property="og:url" content="https://example.com/">
<meta property="og:title" content="Ejemplo de título">
<meta property="og:description" content="Ejemplo de Descripción">
<meta property="og:image" content="https://example.com/assets/example.jpg">
<meta property="og:site_name" content="BigSeo"/>
<!-- Twitter -->
<meta property="twitter:card" content="summary_large_image">
<meta property="twitter:url" content="https://example.com/">
<meta property="twitter:title" content="Ejemplo de título">
<meta property="twitter:description" content="Ejemplo de Descripción">
<meta property="twitter:image" content="https://example.com/assets/example.png">
```

Meta Title

Es una meta que no existe a no ser que nos refiramos al Open Graph Title. Se suele confundir y utilizar este elemento como si fuese la etiqueta <title> para el SEO, esta confusión se debe a que si existe un meta name="description".

```
<title>Esto es un título de SEO</title>
<meta property="og:title" content="Esto es un Título de Open Graph"/>

<del>meta name="title" content="ESTO NO EXISTE"/>

<meta name="description" content="Descripción para motores de búsqueda"/>
<meta property="og:description" content="Descripción Open Graph"/>
```

Meta Robots

Meta name="robots" es una metaetiqueta que dependiendo de los atributos podrá indicarle a los motores de búsqueda que no indexen, rastreen o pongan descripción de la página donde se encuentra la misma.

También se puede especificar a un motor de búsqueda en concreto, como por ejemplo a google.

```
<meta name="googlebot" content="nosnippet">
```

Metadatos

Los metadatos son datos sobre datos. En otras palabras, es información que se usa para describir los datos contenidos en algo como una página web, documento o archivo. Otra forma de pensar en los metadatos es como una breve explicación o resumen de lo que son los datos.

Motores de búsqueda

Son los mecanismos que recopilan y distribuyen información existente en la red para responder a las búsquedas que realizan los usuarios mediante las keywords. Algunos son Google, Bing, Yahoo, etc.

Microsoft Bing ®

Motor de búsqueda de Microsoft ® el cual está desde 2009 ligado con Yahoo Search.

MySQL

Es el sistema de gestión de bases de datos más popular del mundo. Sus capacidades van desde la creación de un sistema de registro de usuarios hasta la funcionalidad más avanzada para un proyecto de sitio web.

N

Navegación por facetas

La navegación por facetas es una manera de ordenar y filtrar resultados dentro de una web, mostrando resultados según las opciones elegidas. Por ejemplo, es la navegación más frecuente en las tiendas online. Mostrando los productos por atributos específicos que el usuario haya elegido previamente, como modelo, color, talla, etc.

Noindex

La metaetiqueta robots con el atributo "noindex" indica a los rastreadores de los motores de búsqueda que no indexen una URL, es decir, que no aparezca en los resultados de búsqueda, pero que sí siga los enlaces que pueda haber en ella.

Nofollow

El atributo nofollow indica a los motores de búsqueda que no rastreen los enlaces de dicho contenido

NoSQL

Son sistemas de gestión de bases de datos que no utilizan SQL como lenguaje principal de sus consultas.

O

Ofuscar enlaces

Enmascarar u ofuscar enlaces, es la técnica que se utiliza para escribir de manera diferente un enlace dentro de un sitio web, utilizando JavaScript. El objetivo de esta técnica es intentar

evitar que Google detecte ese enlace, para de esta forma no desperdiciar Link Juice, es decir no darle autoridad a un enlace irrelevante, ni malgastar el presupuesto de rastreo o Crawl Budget.

Open Graph / OG

Los Open Graphs son unos protocolos creados por Facebook® que sirven para mostrar un formato enriquecido en diferentes plataformas, como Facebook®, LinkedIn®, WhatsApp® o Skype® entre otras. Está basado en el protocolo RDFa y se debe insertar dentro de unas metaetiquetas para funcionar en una Web.

En estas imágenes por ejemplo se muestran las metaetiquetas con los Open Graphs de la propia página oficial de Open Graph y como esta se ve al enviarse en WhatsApp.

```
<meta property="og:title" content="Open Graph protocol">
<meta property="og:type" content="website">
<meta property="og:url" content="https://ogp.me/">
<meta property="og:image" content="https://ogp.me/logo.png">
<meta property="og:image:type" content="image/png">
<meta property="og:image:width" content="300">
<meta property="og:image:height" content="300">
<meta property="og:image:alt" content="The Open Graph logo">
<meta property="og:description" content="The Open Graph protocol enables any web page to become a rich object in a social graph.">
```



P

PA o Page Authority

El PA o PAGE AUTHORITY es una métrica desarrollada por Moz ® que mide la fuerza, relevancia o autoridad de una página en concreto de una web, que no del dominio, a nivel global.

El baremo del PA va de 0 a 100. Cuanto más alto sea el número, más autoridad tiene la página.

PageRank ®

El PAGERANK es una métrica interna que Google utiliza para clasificar el valor de una web, a partir de los enlaces que recibe, su calidad, los dominios que lo enlazan, la antigüedad del dominio. Su escala va del 0 al 10. Cuanto más cerca del 10, más valor tiene la web.

A diferencia del DA y el PA, el PAGE RANK sí que es una métrica de Google, si bien hace tiempo que el buscador dejó de actualizar y hacer público el Page Rank de las webs.

Penalizaciones SEO

Cuando nos referimos a penalizaciones, en relación a Google, estamos hablando de medidas que impone el buscador cuando detecta que un sitio web está cometiendo infracciones a las directrices que la empresa tiene.

PHP

Es un lenguaje de programación enfocado al entorno web que es procesado desde el lado del servidor.

phpMyAdmin

Es una herramienta de administración de bases de datos MySQL, MariaDB y Drizzle.

Phyton

Es un lenguaje de programación versátil y multiplataforma. Es muy útil en analítica y para la automatización de tareas. Pero también para la propia programación web.

Plugin

Un plugin por definición es un complemento. Los plugins en informática son aplicaciones que unidas a un programa hacen ciertas funcionalidades.

Por ejemplo, en el CMS Wordpress se suelen utilizar plugins para complementar en función de las necesidades de una web.

Prestashop

PrestaShop CMS de código abierto enfocado al e-commerce.

Product Owner

Un propietario de producto (PO) desempeña el rol en un equipo de desarrollo de productos responsable de administrar la acumulación de productos a fin de lograr el resultado deseado que un equipo de desarrollo de productos busca lograr. Maximiza el valor de un producto a través de la creación y gestión de la cartera de productos.

Público Objetivo

Es el grupo de personas a las cuales está dirigida una Marca, web o producto. También se le conoce en el mundo del Marketing como target.

Q

Query

La traducción literal del término es consulta. Desde una perspectiva SEO, una *Search Query* es una consulta de búsqueda. Este término puede confundirse con Palabra Clave o *Keyword*, ya que éste término hace referencia a la intención de búsqueda que hará el usuario, mientras que la *Search Query* es búsqueda exacta que está realizando o ha realizado el usuario.

R

Redirección

Una redirección es el envío automático de una URL hacia otra.

Para que los motores de búsqueda tengan en cuenta las redirecciones como que la nueva URL es la actual, se debe hacer una redirección desde el servidor, ya sea por medio de un encabezado HTTP o por un lenguaje desde el lado del servidor. Es por este motivo que no se considera una buena práctica hacer una redirección por medio de JavaScript.

Hay distintos "status" de redirecciones según HTTP, según el que se indique, habrá una redirección permanente (301) o temporal (302*, 307)

REGEX

Regex, o expresiones regulares, es una secuencia de caracteres que se utiliza para buscar y localizar secuencias específicas de caracteres que coinciden con un patrón.

Request

Son mensajes enviados por un cliente para iniciar una acción en un servidor (como cargar una web).

Rich Snippets

Los rich snippets o fragmentos destacados con datos adicionales y que enriquece la información que se da al usuario sobre el contenido de esa página antes de acceder a ella.

Robots.txt

ROBOTS.TXT es un archivo que se utiliza para indicar a las arañas web las páginas que no queremos que rastreen e indexen.

Por defecto, las arañas web o bots pueden acceder a todas las páginas de una web para indexarlas, pero hay casos en los que no nos interesa que ciertas páginas se indexen, bien porque tienen *thin content*, porque son de mero uso interno, tienen contenido duplicado, etc. (por ejemplo, la página de política de privacidad).

Utilizar el archivo ROBOTS.TXT nos permite bloquear el acceso de las arañas web a estas

páginas que no queremos indexar.

Al indicarles lo que no queremos que rastreen, optimizamos el tiempo que pasan en nuestra web para dedicarlo a rastrear e indexar lo que sí nos interesa.

RWD

Siglas de Responsive Web Design, también conocido como Responsive. Es un método de adaptación de una web de escritorio a versión móvil por medio del CSS, utilizando unas etiquetas conocidas como "@media". Tiene una fácil implementación.

S

Schema

Schema.org es una comunidad fundada por Google, Microsoft, Yahoo y Yandex, la cual genera un estándar para hacer datos estructurados. El vocabulario del mismo se puede codificar con RDFa, Microdata y JSON-LD.

Estos datos estructurados les facilita a los buscadores el entendimiento de las webs y su funcionamiento para hacer un despliegue de resultados enriquecidos.

```
{
  "@context": "https://schema.org",
  "@type": "NewsArticle",
  "publisher": {
    "@type": "Organization",
    "name": "Google",
    "logo": "https://google.com/logo.jpg"
  }
}
```

Screaming Seo Frog

Herramienta SEO que principalmente se utiliza para analizar las implementaciones técnicas On Page en una web.

Search Engine Optimization (SEO)

El SEO hace referencia al proceso de mejorar el tráfico orgánico de un sitio, además del

posicionamiento conseguido en las páginas de resultados de los motores de búsqueda como Google, Bing y otros.

SEO local

Es el conjunto de estrategias SEO especializadas en un lugar geográfico concreto cercano al negocio que se quiere posicionar.

SEO técnico

La rama del SEO derivada de la programación indexación, rastreo, velocidad del sitio, arquitectura del sitio web, marcado estructurado y demás implementaciones técnicas para que una web sea más accesible y entendible para los motores de búsqueda.

SEO Blackhat

El SEO blackhat se refiere a un conjunto de prácticas que se utilizan para aumentar la visibilidad de una web a través de medios que violan los términos de servicio de los motores de búsqueda.

SEO en Real Time

Es el SEO especializado en noticias e información de última hora.

SEO On Page o en la página

Todas las implementaciones SEO que se hacen directamente en la propia web.

SEO Off Page o fuera de la página

Todas las estrategias SEO que se llevan a cabo fuera del entorno de la web aunque dirigidas a mejorar el posicionamiento de la misma.

SEA

El *Search Engine Advertising*, o SEA, es la práctica de comercializar una empresa mediante anuncios pagados que aparecen en las páginas de resultados de los motores de búsqueda (o SERP). Los anunciantes pujan por palabras clave que los usuarios de servicios como Google y Bing pueden ingresar cuando buscan ciertos productos o servicios, lo que le da al anunciante la oportunidad de que sus anuncios aparezcan junto con los resultados de esas consultas de búsqueda.

SEM

El *Search Engine Marketing*, o SEM, es el conjunto de SEO y SEM y todas las prácticas relacionadas con los motores de búsqueda. Sin embargo en el lenguaje coloquial se ha confundido enormemente con SEA, hasta el punto que como la definición real es tan desconocida, se utiliza generalmente como si fuese sólo relativo a anuncios.

Semrush

Semrush es un conjunto de herramientas todo en uno para mejorar la visibilidad en línea y descubrir conocimientos de marketing . Algunas de sus funcionalidades ayudan al marketing que trabaja en los siguientes servicios: SEO, PPC, SMM, Investigación de palabras clave, Investigación competitiva, Relaciones públicas, Marketing de contenidos, Insights de marketing, Gestión de campañas.

SERPs de Google

La palabra SERP es un acrónimo de Search Engine Results Page. Es decir, son las páginas de resultados de búsqueda de Google. Las páginas que Google nos muestra cuando hacemos una búsqueda. Encontraremos resultados en la primera página, segunda, tercera, etc.

Si, por ejemplo, decimos que estamos terceros en las SERPs de Google, lo que queremos decir es que estamos en tercera posición de los resultados de Google.

Servidor

El servidor es la máquina (física o virtual) conectada a Internet y el hosting es el espacio y el servicio (recursos) que alquilas dentro del servidor (puedes compartirlo con otras webs o disponer de uno privado).

Shopify

Shopify es un CMS de pago enfocado a un e-commerce

Sistrix

SISTRIX es una herramienta profesional de SEO utilizada para encontrar y analizar la visibilidad de su marcador digital para todos los dominios, URL y directorios de la competencia. Ofrece datos únicos que rastrean los movimientos del mercado digital, como

el índice de visibilidad, el análisis de la competencia y las oportunidades, y los datos históricos.

Sitemap

Un SITEMAP es un mapa de tu sitio web. Un archivo XML que incluye un listado de todas las URLs del sitio web que queremos que Google indexe para después posicionarlas.

Lo que conseguimos con un sitemap es facilitar el trabajo de las arañas web de Google a la hora de rastrear e indexar las páginas de la web porque les estamos marcando el camino. De esta manera, optimizamos el tiempo que las arañas de Google pasan en nuestra web.

```
<?xml version="1.0" encoding="utf-8"?>
<urlset xmlns="http://www.sitemaps.org/schemas/sitemap/0.9">
  <url>
    <loc>http://example.test:160/</loc>
    <changefreq>daily</changefreq>
    <priority>1.0</priority>
    <lastmod>2021-10-19</lastmod>
  </url>
</urlset>
```

Slug

Es la parte de la URL que define la página en concreto dentro de un dominio sin tener en cuenta los directorios

Status Code

Son códigos de 3 dígitos según el protocolo http que resuelve la respuesta del servidor ante una petición. Aquí exponemos los status más comunes.

1xx Respuesta Informativa

2xx Respuesta exitosa

202. OK:

La petición ha tenido éxito.

202. Aceptado:

Indica que la request ha sido aceptada pero no se ha completado el proceso.

3xx Redirección

300. Elección múltiple:

Indica múltiples opciones que el user-agent podría seguir, sin embargo no hay un método estándar de priorizar una opción sobre otra, por lo cual a día de hoy no es lo suficientemente útil.

301. Movido permanentemente / Redirección permanente:

El recurso solicitado ha sido modificado, así que devuelve una URL nueva en la respuesta.

302. Encontrado y movido temporalmente:

Lo que utilizamos como "302", que es como lo indica el estándar http/1.0 . Sin embargo, ya que la mayoría de webs y aplicaciones usan el 302 como un 303, así que bueno, para el caso, lo que se hace es usar el 302

303. Ver otro:

El servidor solicita otra dirección para dirigir al cliente a un nuevo recurso.

304. No modificado:

La respuesta no se ha modificado desde la última petición. El cliente puede usar la misma versión almacenada en caché.

305. Proxy:

La respuesta solicitada debe ser accedida solo a través de un proxy.

307. Redirección temporal:

Es similar al código 302, pero no permite modificar los métodos de solicitud.

308. Redirección permanente:

La solicitud o futuras solicitudes terminan en una nueva URL. Es similar al código 301, pero no permite modificar los métodos de solicitud.

4xx Error por parte del cliente

403 Prohibido:

El servidor ha procesado la petición pero se niega a autorizarla (Probablemente de forma intencional).

404 No encontrado:

El servidor ha procesado la petición pero se niega a autorizarla (Probablemente de forma intencional).

5xx Error por parte del servidor

502 Bad Gateway:

El servidor ha recibido una respuesta inválida.

503 servicio no disponible:

El servidor es incapaz de manejar la respuesta.

504 Gateway Timeout:

El servidor mientras actuaba como puerta de enlace o proxy, no ha recibido una respuesta oportuna de un servidor al que necesitaba acceder para completar la petición.

Squeeze Page

Una landing page creada con el objetivo de captar datos de potenciales clientes.

SXO

SXO se puede definir como el conjunto de técnicas para optimizar la experiencia del usuario con el objetivo de conseguir un mejor resultado en los motores de búsqueda. Proviene de la

asociación entre SEO para la optimización de motores de búsqueda y UX para la experiencia del usuario. Es una especialidad dentro del amplio campo del SEO.

SQL

Es un lenguaje diseñado para administrar y recuperar información de sistemas de gestión de bases de datos como MySQL.

T

Texto Ancla o Anchor text

Un texto ancla o anchor text es el texto visible de un enlace o hipervínculo. Es decir, son las palabras mediante las que se enlaza a otra página y que indican el contexto del enlace.

Thin Content

Es contenido que tiene poco o ningún valor para el usuario.

Title

Etiqueta de HTML que define el título de una página de una Web. El contenido de esta etiqueta es el que suelen utilizar los buscadores para mostrarlo como título del contenido de dicha página cuando la ofrecen en sus resultados de búsqueda.

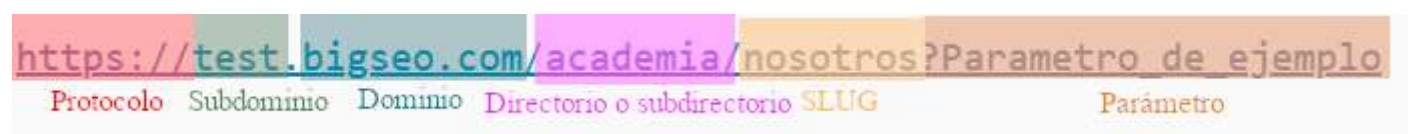
Twitter Cards

Es el equivalente a Open Graph desarrollado por Twitter y para Twitter

U

URL

Una dirección dada a un recurso único en la web.



UX

Es un término del inglés que hace referencia a la experiencia del usuario. En Web se utiliza como la facilidad que tiene un usuario para conseguir lo que espera de la web.

W

Web

Una WEB es un documento que puede contener texto, sonido, vídeo, programas, enlaces, imágenes, hojas de estilo, etc.

Para poder ser accesible desde un navegador, la web está adaptada para la llamada World Wide Web (WWW).

El acceso a una web se realiza mediante una transferencia desde servidores, utilizando el protocolo de transferencia de hipertexto (HTTP).

Web Horizontal

Web cuya temática es variada y heterogénea.

Web Vertical

Web enfocada a una temática en particular.

WordPress

WordPress es el CMS más utilizado a día de hoy. Está desarrollado en PHP y es de software libre.

WPO

Significa Web Performance Optimization, una recolección de técnicas usadas para mejorar la velocidad de una web.

Y

Yandex

Es el principal motor de búsqueda en Rusia y otros países eslavos, debido a su buena interpretación de la escritura cirílica en gran competencia con Google.