

GLOSARIO SEO



ÍNDICE

- 03** Dominio / Keyword
- 04** Keyword Long Tail / Anchor Text
- 05** Enlace / Crawler Web
- 06** Bots / Enlace Nofollow
- 07** Link Building / Link Baiting
- 08** SEO negativo / Clickbait
- 09** Black Hat SEO / Keyword Stuffing
- 10** SEO On Page / SEO Off Page
- 11** Contenido duplicado / CTR
- 12** Google Ads / Canibalización
- 13** Sitemap / SEM
- 14** PPC / SERPs
- 15** Redirección 301 / Dominio expirado
- 16** Footprints / Thin Content
- 17** Subdominio / Title
- 18** Código fuente / HTML
- 19** CSS / Javascript
- 20** Meta Description / Canonical
- 21** Crawl Budget / Keyword Density
- 22** Dominio caducado / Error 404
- 23** Etiquetas H / Rastreo
- 24** Indexación / Link Juice
- 25** PBN / Pogo Sticking
- 26** Query / Robots.txt
- 27** SEO / SEO local
- 28** SNIPPET / WPO
- 29** Algoritmo de Google / Cloaking
- 30** Google Panda / Google Penguin
- 31** RankBrain / Hummingbird
- 32** Microdatos / Schema
- 33** Spinning Web / Alt de las imgs.
- 34** CTA / CPA
- 35** CPC / CPM
- 36** Guest Posting / KPI
- 37** Porcentaje de rebote / ROI
- 38** Rich Snippets / Posición 0
- 39** Featured Snippets / Tasa de conversión

📌 ¿Qué es un dominio?

Un **dominio hace referencia al nombre de un sitio web**, que es el que habrá que teclear en la barra de direcciones de tu navegador para visitarlo. **Es exclusivo**, por lo que no puede haber dos dominios iguales. Totalmente indispensable para crear una web, **debe ir acompañado de una extensión de dominio** (.com, .es, .net, etc.). Ejemplo: www.nombrededominio.com. En definitiva, el dominio es la dirección de una web.

📌 ¿Qué es una palabra clave o *keyword*?

Una **palabra clave o keyword hace referencia a los términos utilizados al realizar una búsqueda en Google** o cualquier otro motor de búsqueda. Las palabras clave son utilizadas tanto por los usuarios para realizar búsquedas en Internet, como por los propietarios de los sitios webs para posicionarse por una *keyword* en concreto. Si por ejemplo estás haciendo una búsqueda para comprar unas zapatillas Nike, la palabra clave utilizada podría ser "**comprar zapatillas Nike**".



📌 ¿Qué es una palabra clave de cola larga o *Keyword Long Tail*?

Una **palabra clave de cola larga o *keyword long tail*** son **keywords** que se utilizan para **realizar búsquedas más específicas**, que por lo general están compuestas por frases de varias palabras. Un ejemplo de palabra clave long tail sería “**comprar zapatillas Nike de fútbol con tacos**”. Tienen menos búsquedas que las KW convencionales, pero son más fáciles de posicionar al tener menos competencia, y tienen un **mayor poder de conversión**, ya que quien utiliza estos términos lo hace con una intención de búsqueda clara.

📌 ¿Qué es un texto ancla o *anchor text*?

Un **texto ancla o *anchor text*** es el **texto visible que se utiliza para introducir un enlace o hipervínculo**. El *anchor text* debe aportar información relevante al usuario sobre el contenido que se va a encontrar al clicar sobre el enlace, y también a Google, ya que **parte de la relevancia del enlace dependerá del texto ancla utilizado**. Por lo general pueden ser *anchors* que tan solo muestren una URL, genéricos, de palabra clave o de nombre.



🔖 ¿Qué es un enlace?

Un **enlace o link es un hipervínculo que te lleva a otra URL al clicar sobre él**. El enlace puede ser un texto, una imagen o cualquier otro elemento que al hacer clic, te lleve a otra web (enlace externo) y a otra página dentro de la misma web (enlace interno). Dentro de los enlaces hay que diferenciar entre enlaces Dofollow, Nofollow, ugc y sponsored.

[\[Aquí más info\]](#)

🔖 ¿Qué es una araña web o *crawler web*?

Una araña web o crawler web es un sistema automatizado que va analizando todas las páginas de Internet de arriba abajo, siguiendo enlaces. Las arañas webs de Google son las encargadas de rastrear los sitios web para indexarlos para posteriormente mostrarlos en las SERPs cuando un usuario realiza una búsqueda. Es importante que estas arañas puedan llegar a todas las URLs que se quieran posicionar.



📌 ¿Qué son los bots?

Un **bot es un software informático dotado de inteligencia que realiza tareas reiterativas en Internet** de forma automática. En el mundo SEO los **bots de Google** son los más populares, encargándose de rastrear los sitios webs y recopilar información que posteriormente utilizarán para posicionarlos en el buscador según su relevancia. Estos bots reciben el nombre de arañas o crawler web.

📌 ¿Qué es un enlace Nofollow?

Un enlace Nofollow está marcado con la etiqueta “rel=nofollow” en el código HTML. El atributo nofollow indica a las arañas web que no quieres asociar tu sitio con el contenido de la página a la que enlazas. ni que lo rastree siguiendo ese enlace.



📌 ¿Qué es el link building?

El Link Building (construcción de enlaces) **es una técnica destinada a conseguir enlaces externos para aumentar la autoridad**, a través de otras páginas que enlazan a nuestra web a través de sus contenidos. **El link building favorece el posicionamiento**, especialmente cuando nos enlaza una web relevante, con autoridad y con un importante volumen de tráfico, que aumentará las posibilidades de que los usuarios lleguen a nuestra web.

📌 ¿Qué es el Link Baiting?

El **Link Baiting es una técnica para conseguir enlaces externos de forma natural**, sin necesidad de solicitarlos, a partir de crear contenidos de calidad que resulten útiles y relevantes para los usuarios, provocando que nos enlacen sin tener que solicitarlo, a diferencia de lo que ocurre con el Link Building. La clave está en crear contenidos capaces de captar la atención de los usuarios.



📌 ¿Qué es el SEO negativo?

El **SEO negativo** consiste en utilizar **técnicas para dañar el posicionamiento de las webs de la competencia** y conseguir hacerles bajar posiciones en las SERPs, para así favorecer tu posicionamiento. Muy mal visto en el mundo SEO, algunas de las **técnicas de SEO negativo** más populares son crear **backlinks tóxicos** hacia la competencia para conseguir una penalización o hacer **ataques DDoS** para sobrecargar el servidor.

📌 ¿Qué es el clickbait?

El **clickbait es una técnica para conseguir clics y atraer tráfico**, utilizando un enlace que sea capaz de captar la atención de los usuarios y generar curiosidad. Esto hará que muchos usuarios acaben haciendo clic de manera irremediable para satisfacer su curiosidad, **mejorando el TCR y el porcentaje de clics**. Es importante que el enlace sea fiel al contenido y satisfaga las expectativas generadas, ya que de lo contrario el clickbait aumentaría la tasa de rebote de tu web.



📌 ¿Qué es el Black Hat SEO?

El **Black Hat SEO** consiste en utilizar técnicas de posicionamiento que contradicen las directrices de Google. Sería como posicionar una web haciendo trampas, utilizando técnicas poco éticas como el keyword stuffing o el SPAM, las cuales están penalizadas por Google y cada vez más perseguidas. El **objetivo del Black Hat SEO es posicionarse de forma más rápida**, con el riesgo de que Google se dé cuenta y te penalice, que lo hará.

📌 ¿Qué es el keyword stuffing?

El **keyword stuffing** es una técnica **Black Hat SEO** que consiste en repetir de manera **excesiva una palabra clave**, con el objetivo de aumentar su relevancia. Hace años el keyword stuffing era una técnica que funcionaba muy bien, ya que Google únicamente rastreaba la cantidad de palabras clave sin tener en cuenta la experiencia de usuario. **A día de hoy está penalizada por Google**, ya que este tipo de contenidos no aportarán ningún valor al usuario.



📌 ¿Qué es el SEO On Page?

Son el conjunto de optimizaciones/acciones que se llevan a cabo en la propia página web.

📌 ¿Qué es el SEO Off Page?

- 📌 El **SEO Off Page se refiere a las técnicas de posicionamiento externas al sitio web**, es decir, la parte del SEO que se centra en factores externos a la web que queremos posicionar. Dentro de las técnicas de SEO Off Page el Link Building destaca por encima del resto, ayudándonos a posicionar a través de recibir enlaces de otras web.



📌 ¿Qué es el contenido duplicado?

El **contenido duplicado es contenido que ya aparece en otra URL**, y que por tanto no es original ni exclusivo. Se considerará contenido duplicado si copias un contenido de una web y lo copias exactamente igual en una de tus URLs, y también si creas un contenido original, pero lo incluyes en varias páginas de tu web, como podría ser en un blog y en una página de categoría. **Google no posicionará el contenido duplicado**, por lo que debes solucionarlo y crear contenido único y relevante para cada URL.

📌 ¿Qué es el CTR?

El **CTR** (Click Through Rate) **indica el número de clics que recibe un enlace según el número de impresiones**, siendo un porcentaje que resulta muy útil para conocer el impacto que ha tenido una publicación. Nos interesa tener el mayor CTR posible, ya que eso nos indicará que estamos haciendo las cosas bien.



📌 ¿Qué es Google Adwords o Google Ads?

Google Adwords o Google Ads es la herramienta de anuncios de Google, y destaca como la mayor fuente de ingresos del buscador. Google Ads permite anunciarse en Google, pagando en función del número de clics o impresiones que reciba el anuncio. Según el volumen de búsqueda de la keyword por la que te quieras anunciar el coste por clic (CPC) será mayor o menor. **Los anuncios de Google Adwords son los que aparecen en las primeras posiciones de resultados en las SERPs**, por encima de los resultados orgánicos.

📌 ¿Qué es la canibalización de palabras clave o canibalización de keywords?

La **canibalización de palabras clave o canibalización de keywords** ocurre cuando dos o más páginas de una web están posicionando por la misma palabra clave. Esto es perjudicial, ya que ambas páginas están compitiendo entre sí, lo que confunde al buscador, que no sabe cuál es la URL más relevante para dicha keyword. **Es muy habitual que se exista canibalización entre una página de categoría y un post de blog.**



📌 ¿Qué es el Sitemap?

El sitemap es el mapa de un sitio web. Consiste en un documento que generalmente está en XML (aunque puede estar en otros formatos) que se le envía a Google, que contiene aquellas URLs que queremos indexar para que aparezcan en los resultados de búsqueda. El sitemap sirve para facilitar el rastreo de las arañas web cuando lleguen a nuestra página, consiguiendo que indexen con mayor rapidez.



¿Qué es el SEM?

El SEM (Search Engine Marketing) es, como su propia palabra indica: “marketing en buscadores” y aquí se refiere tanto a acciones de pago como acciones orgánicas. Es decir... la suma de PPC (como pueda ser adwords) + resultados orgánicos (producidos por SEO).



📌 ¿Qué es el PPC?

El **PPC** o “**pago por clic**” es un tipo de **publicidad de pago**, en el que el anunciante paga por incluir anuncios en páginas web, buscadores, redes sociales o cualquier otra plataforma digital, y al clicar sobre estos anuncios el usuario es redirigido automáticamente a la web del anunciante. **Dentro del PPC existen tres métodos de pago:**

- **Coste por clic:** se paga únicamente cuando alguien clica sobre el anuncio.
- **Coste por impresión:** se paga una cuota en función del número de veces que se ha visto el anuncio.
- **Coste por adquisición:** se paga cuando se han alcanzado los objetivos.

📌 ¿Qué son las SERPs de Google?

SERP significa “Search Engine Results Page”, y las **SERPs de Google son las páginas de resultados de búsqueda**, en las que aparecen los resultados tras una búsqueda realizada en el buscador de forma ordenada. Si escuchas que una web está quinta en las SERPs, significa que está en la tercera posición de los resultados de búsqueda de Google para una palabra clave.



📌 ¿Qué es una redirección 301?

Una **redirección 301 es una redirección permanente de una URL**. También conocida como redirect 301, es un comando que se ejecuta en el servidor en el que se aloja una web con el que avisamos a Google de que una URL ha cambiado de forma permanente. Al realizar una redirección 301, los usuarios serán redirigidos automáticamente de una URL a otra.

📌 ¿Qué es un dominio expirado?

Un **dominio expirado es un dominio que ha caducado y no se ha renovado**, y por tanto vuelve a estar disponible para comprarlo.



📌 ¿Qué son los Footprints?

Los **footprints son comandos que permiten filtrar resultados al realizar una búsqueda en Google**, muy útiles cuando queremos realizar búsquedas más concretas. El comando Site es el footprint más utilizado, que permite encontrar resultados de una sola web, relacionados con una sola keyword. Existe una gran cantidad de footprints que permiten aplicar múltiples filtros a las búsquedas.

📌 ¿Qué es el Thin Content?

El **thin content es contenido de baja calidad y poca relevancia para los usuarios**. Si tienes una página con poca cantidad de texto, con faltas de ortografía y sin una intención de búsqueda clara, esa página tendrá thin content. Este contenido no aporta nada al usuario y está penalizado por Google Panda.



📌 ¿Qué es un subdominio?

Un **subdominio es un dominio independiente dentro de otro dominio**. Google considera los subdominios como si se tratasen de dominios nuevos, y son muy útiles si quieres que cada URL de tu sitio web aparezca por delante del nombre del dominio principal. Ejemplo de subdominio: subdominio.dominio.com.

📌 ¿Qué es el Title?

El Title es una etiqueta HTML que sirve para definir el título de cada URL de una web. Cuando Google indexa una web, lo que aparece en las SERPs es el title, justo arriba de la meta description. Tiene una gran importancia a nivel SEO, ya que el meta title es uno de los principales elementos que analizan las arañas web.



📌 ¿Qué es el código fuente?

El **código fuente** es un archivo que se convierte en un lenguaje de programación y no es visible para los usuarios, que es leído por una máquina y permite la correcta ejecución de una página web. El código fuente tiene una gran importancia en el SEO técnico, permitiendo detectar y corregir posibles errores SEO.

📌 ¿Qué es el HTML?

El **HTML es el lenguaje de programación que define el contenido de una página web**, mediante la utilización de etiquetas. Es uno de los lenguajes de programación más sencillos, intuitivos y fáciles de aprender. El HTML se escribe en un documento de texto, siendo necesario un editor de textos para escribir una página web, y se almacena en un archivo de texto con extensión .html o .htm.



📌 ¿Qué es el CSS?

El **CSS es un lenguaje de programación complementario del HTML**, que sirve para dar estilo y organizar los diferentes elementos de una página web. Si el HTML indica al navegador los elementos que componen una web, el CSS le indica el tipo de fuente utilizado, color, alineación, etc.

📌 ¿Qué es Javascript o JS?

El **Javascript o JS es un lenguaje de programación que puede ser interpretado sin necesidad de compilación, leyendo directamente el código**, y que destaca por ser el único que funciona en los navegadores de forma nativa. Es muy utilizado para crear páginas webs, como complemento del HTML y el CSS, permitiendo dar una mayor interactividad y dinamismo a los contenidos.



📌 ¿Qué es la Meta Description?

La **Meta Description es una etiqueta HTML que define el contenido de una URL de forma resumida**. La meta description no se muestra dentro de la web, pero sí en los resultados de búsqueda en las SERPs, justo debajo del meta title. Sirve para informar y también para mejorar el CTR, ya que si está escrita de un modo persuasivo puede captar la atención de los usuarios.

📌 ¿Qué es la canonical?

La **canonical es una etiqueta HTML (rel="canonical") que sirve para diferenciar entre dos URLs con contenido similar**, indicando a Google cuál es la versión principal para evitar el contenido duplicado cuando no queremos realizar una redirección 301. La etiqueta canonical es muy utilizada especialmente en tiendas online, donde hay URLs diferentes para cada producto con características muy similares.



📌 ¿Qué es el Crawl Budget?

Hablamos de **Crawl Budget o presupuesto de rastreo** cuando nos referimos al tiempo que dedican las arañas de Google a rastrear una web. Cuanto mayor sea el crawl Budget de tu web mejor será para el posicionamiento, ya que habrá más posibilidades de que indexen todo tu contenido. Unas de las mejores formas de mejorar el presupuesto de rastreo es a través del linkbuilding para dotar de mayor autoridad a tu web, evitar el contenido estático, ofrecer una buena experiencia de usuario, buena velocidad de carga, etc.

📌 ¿Qué es la densidad de palabras clave o keyword density?

La **densidad de palabras clave o keyword density** se refiere al número de veces que se repite una misma palabra clave cada 100 palabras, dentro del mismo contenido. Antiguamente cuanto mayor era la densidad de palabras clave, mejor posicionaba, pero a día de hoy esto ha cambiado, y un **keyword density muy elevado** (superior al 3%) **puede ser perjudicial para el posicionamiento**. Para evitar riesgos, la clave está en escribir el contenido de forma natural.



📌 ¿Qué es un dominio caducado?

Tal y como su propio nombre indica, **un dominio caducado es un dominio que no se ha renovado**, lo que significa que ya no es tuvo y que has perdido tu derecho a seguir usándolo. Tienes la posibilidad de volver a comprarlo, siempre y cuando otro SEO no se te haya adelantado y lo haya comprado antes que tú, una táctica muy habitual entre SEOs, y especialmente entre dominios con cierta autoridad.

📌 ¿Qué es un error 404?

Un **error 404 es un error que muestra el servidor a un usuario cuando quiere acceder a una URL que ya no existe**. Si antiguamente creaste una URL en tu página que actualmente no existe, y un usuario trata de acceder a ella, automáticamente se le mostrará el error 404. Es importante estar atentos, ya que muchos errores 404 afectarán negativamente a tu estrategia de posicionamiento.



📌 ¿Qué son los encabezados o etiquetas H?

Los **encabezados o etiquetas H** se utilizan para indicar los **títulos o subtítulos de una página**. Son atributos HTML que permiten dar estilo a un contenido, aumentando el tamaño de la fuente según el tipo de etiqueta H utilizada (H1, H2, H3, etc.), facilitando la lectura al usuario y también a las arañas de Google, por lo que afectan directamente al posicionamiento de una web. Se pueden usar indistintamente, pero **el H1 únicamente se puede usar una vez en cada página**.

📌 ¿Qué es el rastreo?

El **rastreo es el proceso que siguen las arañas de Google al analizar una web**, a través del cual van abriendo y accediendo a diferentes URLs. Está estrechamente relacionado con la indexación, y es clave para que una web aparezca en los resultados de búsqueda de Google. Cuando un bot de Google llega a tu web y la analiza, se dice que la está rastreando.



📌 ¿Qué es la indexación?

La indexación se da cuando las arañas de Google rastrean una web, la añaden al índice de Google y la clasifican en función de la valoración que le hayan otorgado los algoritmos. En definitiva, es la capacidad que tiene el buscador para incluir una web y sus URLs en sus índices de resultados, y tiene una gran importancia dentro de una estrategia SEO.

📌 ¿Qué es el Link Juice?

El link juice es la autoridad que una web es capaz de traspasar a través de enlaces. Todos los enlaces hacia otra URL, internos o externos, transmiten parte de su link juice, o lo que es lo mismo, parte de su autoridad, lo que mejorará la consideración por parte de los buscadores y favorecerá su posicionamiento. Por lo general la HOME es la URL que más link juice tiene.



📌 ¿Qué es una PBN?

Una **PBN** (Private Blog Networks) **es una red privada de blogs**, creada con el objetivo de ayudar a posicionar a una web. Con una PBN se pretende obtener enlaces externos con autoridad, sin necesidad de solicitarlos o tener que comprarlos. Por lo general se compran dominios caducados o se realizan webs desde cero de temática generalista, y se alojan en diferentes servidores para así poder enlazar sin que Google se percate.

📌 ¿Qué es Pogo Sticking?

El **Pogo Sticking** se da cuando un usuario llega a una web a través de Google, y vuelve rápidamente a la SERP para buscar otra web que responda mejor a la búsqueda realizada. Esta práctica tiene efectos muy negativos a nivel de posicionamiento, ya que significará que no estás ofreciendo un contenido relevante a los usuarios, algo que Google tiene muy en cuenta.



📌 ¿Qué es el Query?

El término **Query** se utiliza para referirse a las palabras clave o frases de búsqueda en **Google**, y la traducción en español significa “consulta”, que fuera del SEO es una búsqueda o consulta realizada en cualquier base de datos.

📌 ¿Qué es el Robots.txt?

El **Robots.txt** es un archivo que sirve para dar información a las arañas de **Google**, como indicar al buscador aquellas páginas que no aportan valor y que no queremos que indexe, bloqueando a los bots el acceso. El robots.txt es necesario para que los robots puedan visitar y rastrear todos los archivos de una web.



📌 ¿Qué es SEO?

El término **SEO significa Search Engine Optimization**, y consiste en un conjunto de técnicas que sirven para optimizar un sitio web y así mejorar su posicionamiento en los buscadores de manera orgánica, aumentando su visibilidad en Internet, las visitas recibidas y por tanto, su popularidad. Una buena estrategia SEO conseguirá que tu web aparezca en las primeras posiciones de resultados de Google y el resto de buscadores.

📌 ¿Qué es el SEO Local?

El **SEO Local se centra exclusivamente en los resultados geolocalizados**, que aparecen tanto en las SERPs como en Google Maps. El SEO Local es muy importante para que un negocio local pueda aparecer en estos resultados, y es importante tener en cuenta datos como la dirección, el número de teléfono, el horario, incluir imágenes, etc. **Los resultados de SEO Local aparecen en la parte superior de las SERPs.**



📌 ¿Qué son los SNIPPET?

Los **snippet** son los extractos o fragmentos que Google muestra en las páginas de resultados con el objetivo de ayudar al usuario a hacerse una idea del contenido que se va a encontrar al acceder a una web. **Los snippet que siempre aparecen son el title, la metadescripción y la URL**, pero además Google puede mostrar otros. Son muy útiles para captar la atención de los usuarios y aumentar el CTR.

📌 ¿Qué es WPO?

El **WPO** (Web Performance Optimization) **y es una técnica para reducir los tiempos de carga de un sitio web**, algo muy importante para ofrecer una buena experiencia de usuario y también para el posicionamiento SEO. El WPO abarca todas aquellas acciones destinadas a aumentar la velocidad de carga, como la optimización de imágenes, código, memoria de caché, etc.



📌 ¿Qué es el algoritmo de Google?

El **algoritmo de Google** es una fórmula matemática que utiliza el buscador para clasificar una web dentro de los resultados de búsqueda. Es muy difícil por no decir imposible saber cómo funciona el algoritmo de Google, principalmente porque está cambiando y actualizándose constantemente, modificando la fórmula varias ocasiones a lo largo de un año, lo que provoca que algunas webs mejoren su posicionamiento, a la vez que otras caen en picado.

📌 ¿Qué es cloaking?

El **cloaking o encubrimiento** es una técnica que sirve para mostrar a los bots de Google una versión de un sitio web diferente a la que ven los usuarios, que está considerada como una técnica de *black hat* SEO. Esto se consigue modificando el código para que cuando las arañas de Google traten de acceder a la web se encuentren con una versión distinta del contenido.



📌 ¿Qué es Google Panda?

Google Panda es una versión del algoritmo de Google que comenzó su actividad en el año 2011, afectando a más del 13% de las búsquedas. El objetivo de Google Panda es **conseguir que las webs cuenten con contenido de calidad**, que sea 100% original, resulte útil y aporte valor al usuario, y así mejorar la experiencia de usuario, penalizando a todos aquellos sitios web con contenido de baja calidad.

📌 ¿Qué es Google Penguin?

Google Penguin es la actualización del algoritmo de Google más popular y que más daño en el universo SEO. **Llegó en 2012 para combatir el SPAM**, penalizando los enlaces de mala calidad y que aporten poco valor, comprados en granjas de enlaces o directorios. Hasta su llegada cualquier enlace puntuaba positivamente en el posicionamiento, pero desde entonces es fundamental contar con enlaces de calidad que realmente estén relacionados con la temática de tu web y aporten valor al usuario.



📌 ¿Qué es RankBrain?

RankBrain es un sistema de algoritmos utilizado por Google para ofrecer los resultados de búsqueda en las SERPs, que utiliza inteligencia artificial y un sistema de aprendizaje automático para dar respuesta a preguntas que nunca antes habían sido planteadas. También utiliza la búsqueda semántica, implementada con la actualización del algoritmo Hummingbird, asociando palabras desconocidas a nivel de semántica con entidades lingüísticas ya conocidas.

📌 ¿Qué es Hummingbird?

Google Hummingbird es un algoritmo que llegó en el año 2013 para mejorar los resultados de búsqueda. Su principal objetivo es entender mejor a los usuarios, que cada vez buscan más por frases o preguntas, para así ofrecerles unos resultados de búsqueda mucho más precisos.



📌 ¿Qué son los microdatos?

Los **microdatos** son marcadores que aportan información adicional a documentos HTML, Atom, fuentes, feeds RSS o archivos XML. Los microdatos marcan un tipo de información para indicar algo sobre un elemento concreto, especificando propiedades dentro de un micro-formato, como pueden ser los datos de un autor o la nota de una entrada de blog.

📌 ¿Qué es schema?

Schema (schema.org) es un proyecto llevado a cabo de forma conjunta por los principales buscadores, Google, Bing y Yahoo, para unificar el lenguaje utilizado en los tres motores de búsqueda, y así puedan indexar, clasificar y mostrar los contenidos de un modo más eficaz, con el objetivo de mejorar la experiencia de los usuarios. Consiste en un conjunto de etiquetas HTML que describen el contenido y lo dotan de un lenguaje semántico enriquecido que mejora la visibilidad y el posicionamiento.



📌 ¿Qué es el spinning web?

El **spinning web** consiste en hacer una variación de un contenido ya escrito, utilizando un lenguaje similar y modificando el orden de las frases o párrafos, con el objetivo de que Google no lo detecte como contenido duplicado. Una técnica también conocida como “spinear”, que se puede aplicar tanto de forma manual como con herramientas o plataformas que realizan estas variaciones de texto de manera automática.

📌 ¿Qué es el alt de las imágenes?

El **alt de las imágenes** es un atributo o etiqueta HTML que sirve para describir una imagen. La etiqueta alt se coloca en la etiqueta de la imagen, y en caso de que una imagen no pueda visualizarse por alguna razón, este atributo proporciona un texto alternativo que sirve para que el usuario pueda entender qué mostraba la imagen. Asimismo el **atributo alt** permite que los motores de búsqueda identifiquen el contenido de la imagen, ya que estas no pueden ser leídas por las arañas web.



▀ ¿Qué es un CTA o Call To Action?

Un **CTA o Call to Action** básicamente es una llamada a la acción al usuario, con el objetivo de captar su atención llamar su atención y así aumentar las posibilidades de que hagan clic sobre un enlace o contenido. Las CTA son indispensables cuando queremos conseguir clics, y pueden ser botones, símbolos, números, emojis, etc.

▀ ¿Qué es el CPA?

El **CPA** (*coste por adquisición o venta*) es una de las diferentes modalidades de pago para la publicidad en Internet, a través de la cual el propietario del anuncio únicamente paga si un usuario realiza una compra a través de dicho anuncio, se registra o suscribe a una web, descarga un contenido y en definitiva, lleva a cabo una acción.



📌 ¿Qué es el CPC?

El **CPC** (*coste por clic*) es una medida relativa para las campañas de publicidad de pago en Internet, que indica el coste que tendrá cada clic que reciba un anuncio, y sirve para hacerse una idea de la inversión que habrá que realizar según el tipo de anuncio. Con el CPC, cuantos más clics reciba un anuncio, más tendrá que pagar el anunciante.

📌 ¿Qué es el CPM?

El **CPM** (*coste por mil impresiones*) es un modelo de publicidad online mediante el cual un anunciante paga X cantidad de dinero cada vez que el anuncio recibe mil impresiones, independientemente de que cliquen en él o no. En inglés se le conoce como **CPT** (*cost per thousand*).



📌 ¿Qué es el Guest Posting?

El **guest posting** es una técnica que consiste en escribir posts como invitado de calidad y que aporten valor a los usuarios en blogs de otras páginas que por lo general tienen una temática similar, con el objetivo de incluir un enlace en el contenido que apunte hacia tu web, para así atraer usuarios, darse a conocer y mejorar el posicionamiento.

📌 ¿Qué es un KPI?

Un **KPI** (*key performance indicator*) es un indicador o valor de rendimiento que por lo general suele ser numérico para así poder medirlo, que sirve para conocer si se están cumpliendo los objetivos previstos en una acción o por el contrario es necesario tomar medidas. Son muy útiles porque permiten medir en tiempo real el éxito de una estrategia.



▀ ¿Qué es el porcentaje de rebote?

El **porcentaje de rebote** hace referencia al porcentaje de usuarios que han entrado a un sitio web y lo han abandonado sin llegar a interactuar ni realizar ninguna acción, nada más entrar, algo que es muy negativo a nivel de posicionamiento. Por lo general un *alto porcentaje de rebote* se debe a que el usuario no ha encontrado lo que esperaba al entrar a la web, lo que provoca que se marche rápidamente.

▀ ¿Qué es el ROI?

El **ROI** (*return on investment*) es una métrica que sirve para conocer el rendimiento de la inversión en las diferentes actividades de marketing que haya llevado a cabo una web. Con el ROI se puede conocer la rentabilidad de cada euro invertido en una campaña o acción.



▀ ¿Qué son los Rich Snippets o Fragmentos Enriquecidos?

Los **rich snippets o fragmentos enriquecidos** son elementos que sirven para destacar o hacer más llamativos los resultados de búsqueda en las SERPs, con el objetivo de captar la atención del usuario y atraer más clics. Los rich snippets destacan por encima del resto de resultados, y son muy beneficiosos para mejorar el CTR y por tanto, el posicionamiento.

▀ ¿Qué es la posición 0 de Google?

La **posición 0 de Google** es un fragmento destacado que aparece en la parte superior de la SERP, y que responde de forma inmediata una pregunta de un usuario que no se encuentra en el Gráfico de Conocimiento (Knowledge Graph), incluyendo la siguiente información: resumen del contenido que da respuesta a la pregunta, título SEO de la página, enlace e imagen.



📌 ¿Qué son los Featured Snippets o Fragmentos Destacados?

Los **Featured Snippets o Fragmentos Destacados** son formatos que pretenden mejorar la experiencia de búsqueda de los usuarios, dando una respuesta corta y precisa a una búsqueda realizada en los buscadores. Esta respuesta se extrae de una web relacionada con la búsqueda, dentro de un bloque que aparece en la parte superior de la SERP. De esta forma el usuario obtiene respuesta sin necesidad de entrar a ninguna web.

📌 ¿Qué es la tasa de conversión?

La **tasa de conversión** es un ratio que indica el número de usuarios que llevan a cabo una acción dentro de una web o blog. Una alta tasa de conversión indica que estamos haciendo bien las cosas, ya que significa que los que llegan a nuestra web acaban convirtiendo. También conocido como **ratio de conversión**, se calcula dividiendo el número de conversiones de los usuarios entre el número de visitas recibidas.



GLOSARIO SEO

