

Glosario SEO

DiagnoSEO - definiciones claras y verificadas de términos SEO.

0-9 A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z

0-9

10 Blue Links - La lista tradicional y sencilla de diez resultados orgánicos, anterior a la aparición de funciones SERP más enriquecidas.

10x Content - Contenido creado para ser notablemente mejor que cualquier cosa que se posicione actualmente para un tema.

200 OK - Código de estado HTTP que indica que la solicitud se completó con éxito.

2xx Status Codes - La familia de códigos de estado HTTP que señalan una solicitud exitosa.

301 Redirect - Redirección permanente que transfiere la mayoría de las señales de posicionamiento a una nueva URL.

302 Redirect - Redirección temporal que indica que el traslado a la nueva URL no es permanente.

304 Not Modified - Estado que indica al navegador que una copia almacenada de un recurso sigue actualizada.

307 Redirect - Redirección temporal que conserva el método de la solicitud original.

403 Forbidden - Estado que significa que el servidor entendió la solicitud pero se niega a autorizarla.

404 Error - Estado que se devuelve cuando la página solicitada no se encuentra en el servidor.

404 Not Found - Código de estado HTTP que significa que el recurso solicitado no existe.

410 Gone - Estado que significa que un recurso se ha eliminado de forma intencionada y permanente.

4xx Status Codes - La familia de códigos de estado HTTP que señalan errores del lado del cliente.

500 Internal Server Error - Estado genérico que significa que el servidor encontró un error inesperado.

502 Bad Gateway - Estado que significa que el servidor recibió una respuesta no válida de otro servidor.

503 Service Unavailable - Estado que significa que el servidor no puede procesar temporalmente la solicitud.

5xx Status Codes - La familia de códigos de estado HTTP que señalan errores del lado del servidor.

A

A/B Testing - Comparación de dos versiones de una página o elemento para determinar cuál rinde mejor. También conocido como Split Testing.

Above the Fold - La parte de una página web visible sin necesidad de desplazarse.

Absolute URL - Dirección web completa que incluye el protocolo y el dominio, por ejemplo <https://example.com/page>.

Accept-Language Header - Encabezado HTTP que indica las preferencias de idioma del usuario y ayuda a servir contenido localizado.

Access Log - Archivo del servidor que registra cada solicitud y sirve para analizar el comportamiento real de bots y usuarios.

Accessibility - Diseño de sitios web utilizables por personas con discapacidad y tecnologías de asistencia.

Ad Impressions - El número de veces que se muestra un anuncio a los usuarios.

Ad Keyword - Una palabra clave por la que un anunciante puja para activar su anuncio de pago.

Ad Rank - En Google Ads, valor que determina la posición de un anuncio según la puja, la calidad y el contexto.

ADA Website Compliance - Cumplimiento de los requisitos de accesibilidad web de la ley estadounidense ADA.

Adobe Analytics - Plataforma de analítica web empresarial de Adobe.

Advanced Search Operators - Comandos especiales como site: o intitle: que refinan y filtran las consultas de búsqueda.

AEO (Answer Engine Optimization) - Optimización del contenido para que los motores de respuesta y los asistentes de IA lo muestren como respuesta directa.

Affiliate - Socio que gana una comisión por las ventas o clientes potenciales referidos mediante enlaces rastreados.

Ahrefs - Conjunto de herramientas SEO comercial usado a menudo para análisis de enlaces, investigación de palabras clave y seguimiento de posiciones.

AI Citation Eligibility - Si un contenido está lo bastante estructurado y es lo bastante fiable como para que un sistema de respuesta de IA lo cite como fuente.

AI Overview - Resumen generado por IA de Google sobre algunos resultados, surgido de la Search Generative Experience.

AI Snapshot - Resumen generado por IA que aparece sobre los resultados en las experiencias de búsqueda generativas.

AIO (AI Optimization) - Optimización del contenido y las entidades para que los sistemas de IA comprendan, muestren y citen una marca.

Algorithmic Penalty - Pérdida de posicionamiento aplicada automáticamente por un algoritmo de búsqueda, no por un revisor humano.

Algorithmic Suppression - Supresión algorítmica que mantiene bajo el posicionamiento de una página o sitio sin intervención manual.

Alt Text - Texto descriptivo de una imagen que favorece la accesibilidad y ayuda a los motores de búsqueda a entender la imagen. También conocido como Alt Attribute.

Alternate Page With Proper Canonical - En Search Console, estado de una página duplicada que apunta correctamente a su versión canónica elegida.

Ambiguous Intent - Consulta cuyo objetivo no está claro y que puede corresponder razonablemente a varias intenciones distintas.

AMP (Accelerated Mobile Pages) - Marco de código abierto para crear versiones móviles simplificadas y de carga rápida de las páginas web.

Anchor Text - El texto visible y enlazable de un hipervínculo, que da a los motores de búsqueda contexto sobre la página enlazada.

Anchor Text Ratio - La distribución de los tipos de texto ancla en todo el perfil de enlaces de un sitio.

Answer Box - Función SERP que ofrece una respuesta directa a una consulta, tomada a menudo de un fragmento destacado.

Answer Sourcing - La forma en que una IA o motor de respuesta selecciona y cita las fuentes tras una respuesta generada.

API (Application Programming Interface) - Conjunto definido de reglas que permite a los programas intercambiar datos y funciones.

Article Spinning - Reescritura de un artículo existente con sinónimos para producir en masa copias aparentemente únicas, una táctica black hat.

Article Syndication - Republicación de un artículo en otros sitios para llegar a un público más amplio.

ASO (App Store Optimization) - Optimización de la ficha de una aplicación móvil en una tienda para que se posicione y convierta mejor.

Assisted Conversions - Conversiones en las que un canal tuvo un papel de apoyo antes en el recorrido, no en el último clic.

Async - Atributo de script que carga un archivo sin bloquear el análisis del HTML.

Attribution Modeling - Reglas que reparten el mérito de una conversión entre los puntos de contacto del recorrido del usuario.

Author Authority - La experiencia y fiabilidad percibidas del autor de un contenido, vinculadas al E-E-A-T.

Author Entity - Autor presentado como una entidad reconocida que los motores de búsqueda asocian con temas y obras.

Authority - La confianza global y la fuerza de posicionamiento que una página o sitio ha ganado ante los motores de búsqueda. También conocido como Website Authority.

Authority Dilution - El debilitamiento del valor de los enlaces cuando se reparte entre demasiados enlaces o páginas.

Authority Score - Métrica propia de Semrush que evalúa la calidad y autoridad globales de un dominio.

Authority Site - Sitio muy fiable y consolidado que se posiciona bien y al que otros remiten con frecuencia.

Auto-Generated Content - Contenido producido automáticamente por software, que incumple las directrices si es spam o inútil.

Average Position - La posición media de posicionamiento de una página o palabra clave en los resultados de búsqueda.

B

B2B - Business-to-business, marketing o venta de productos y servicios a otras empresas.

B2C - Business-to-consumer, marketing o venta de productos y servicios directamente a particulares.

Backlink - Enlace de otro sitio que apunta a tu página y que los motores de búsqueda tratan como un voto de confianza. También conocido como Inbound Link, Incoming Link.

Backlink Profile - El conjunto global, la diversidad y la calidad de los enlaces que apuntan a un sitio.

Baidu - El principal motor de búsqueda web en China.

Bait and Switch - Posicionar una página con un contenido y luego sustituirlo por otro, una táctica engañosa.

Banner Blindness - La tendencia de los usuarios a ignorar los elementos de una página que parecen banners o anuncios.

BERT - Modelo de lenguaje de Google de 2019 que interpreta mejor el contexto de las palabras en una consulta.

BigCommerce - Plataforma de comercio electrónico alojada para crear y gestionar tiendas en línea.

Bing - El motor de búsqueda web de Microsoft.

Bing Webmaster Tools - Plataforma gratuita de Microsoft para supervisar y mejorar la presencia de un sitio en Bing.

Black Hat SEO - Tácticas que incumplen deliberadamente las directrices de los motores de búsqueda para manipular el posicionamiento.

Blocked by Noindex - En Search Console, estado que significa que una página queda excluida del índice por una directiva noindex.

Blog Commenting - Dejar comentarios en blogs, a veces por los enlaces, que suelen ser nofollow y de poco valor.

Body Content - El contenido principal de una página, distinto de la navegación, el encabezado y el pie.

Bounce Rate - El porcentaje de sesiones que terminan tras una sola página sin más interacción.

Brand Authority - La confianza y el reconocimiento de una marca, que pueden influir en el posicionamiento y el comportamiento de clic.

Brand Mention - Cualquier mención de una marca en línea, con enlace o sin él.

Brand Mention Link Building - Convertir las menciones no enlazadas de una marca en backlinks contactando con quien publica.

Branded Anchor Text - Texto ancla que usa el nombre de una marca como texto del enlace.

Branded Content - Contenido que destaca una marca concreta o se construye en torno a ella.

Branded Keyword - Consulta de búsqueda que incluye el nombre de una marca o producto.

Branded SEO - Optimización para las consultas de búsqueda que incluyen el nombre de tu marca.

Breadcrumb Navigation - Ruta de navegación secundaria que muestra la ubicación de una página en la jerarquía del sitio.

Broad Match Keyword - En Google Ads, tipo de concordancia que activa anuncios para búsquedas relacionadas, no solo el término exacto.

Broken Link Building - Encontrar enlaces rotos en otros sitios y proponer tu página pertinente como sustituta.

Brotli - Algoritmo de compresión moderno que reduce los archivos de texto para servir las páginas más rápido.

Browser - Software que recupera, renderiza y presenta páginas web, como Chrome o Safari.

Bundling - Combinación de varios archivos JavaScript o CSS en menos para reducir el número de solicitudes.

Byline Trust - Señales de confianza derivadas de una firma de autor claramente indicada y creíble.

C

Cache - Copias de archivos almacenadas temporalmente que permiten que las páginas carguen más rápido en visitas repetidas.

Cache-Control - Encabezado HTTP que indica a navegadores y CDN cuánto tiempo conservar los recursos en caché.

Caching - Almacenar copias de recursos para poder servirlos más rápido y reducir la carga del servidor.

Call to Action (CTA) - Un aviso que dirige a los usuarios hacia una acción concreta, como «Comprar ahora» o «Suscribirse».

Canonical URL - La versión elegida de una página que los motores de búsqueda deberían indexar cuando existen páginas duplicadas o similares. También conocido como Canonical Tag, rel="canonical".

Canonicalization - El proceso de elegir y señalar la URL preferida entre páginas duplicadas o casi duplicadas.

Carousel - Función SERP de desplazamiento horizontal que muestra varios resultados, imágenes o tarjetas.

ccTLD (Country Code Top-Level Domain) - Dominio de nivel superior de dos letras vinculado a un país, como .es o .de, que suele servir de señal de segmentación geográfica.

CDN (Content Delivery Network) - Red distribuida de servidores que sirve contenido desde una ubicación cercana al usuario.

Channel - Agrupación del tráfico por origen, como orgánico, de pago, de referencia o directo.

Churn and Burn SEO - Tácticas black hat agresivas que buscan posicionar un sitio rápido antes de una penalización inevitable.

Citation - Mención de una empresa o fuente en línea, en especial de su nombre, dirección y teléfono.

Citation Building - Crear de forma activa fichas de empresa coherentes en directorios y plataformas.

Citation Flow - Métrica de Majestic que predice la influencia de una URL según el número de enlaces que apuntan a ella.

Citation Grounding - Anclar una respuesta generada por IA en fuentes verificables para reducir las alucinaciones.

Click Potential - Métrica de Semrush que estima la probabilidad de que la SERP de una palabra clave genere clics orgánicos.

Click Share - La proporción de todos los clics disponibles para un conjunto de palabras clave que se lleva un dominio.

Clickbait - Titulares sensacionalistas creados para atraer clics, que a menudo prometen más de lo que el contenido ofrece.

Clickstream Data - Datos anonimizados sobre los recorridos reales de navegación y clic de los usuarios, usados para estimar métricas de búsqueda.

Client-Side Rendering (CSR) - Renderizado del contenido de una página en el navegador mediante JavaScript, en lugar de en el servidor.

Cloaking - Mostrar contenido distinto a los motores de búsqueda y a los usuarios, una infracción black hat de las directrices. También conocido como Page Cloaking.

CMS (Content Management System) - Software para crear, gestionar y publicar el contenido de un sitio sin codificación manual, como WordPress.

Cold Outreach - Contactar con personas sin relación previa, por ejemplo para proponer un enlace o una colaboración.

Cold Start - La dificultad que afronta un sitio o página totalmente nuevo para posicionarse antes de acumular señales o historial.

Commercial Investigation Query - Búsqueda en la que el usuario investiga y compara productos antes de una posible compra.

Common Keywords - Palabras clave por las que dos o más dominios competidores se posicionan a la vez.

Competitive Density - Métrica de Semrush de 0 a 1 que indica la intensidad de la competencia de los anunciantes por una palabra clave.

Competitor Analysis - Estudio de las estrategias, palabras clave y enlaces de la competencia para orientar tus propias decisiones SEO.

Competitor Backlink Analysis - Estudio de los backlinks de la competencia para encontrar oportunidades de enlaces que tú también puedas conseguir.

Competitors in Google Ads - Dominios que puján por las mismas palabras clave de pago que tú.

Competitors in Organic Search - Dominios que compiten por las mismas palabras clave orgánicas que tú.

Computer-Generated Content - Contenido producido por software o IA, en lugar de escrito por una persona.

Content - El texto, las imágenes, los vídeos y demás material de una página que aporta valor a los usuarios.

Content Curation - Seleccionar, organizar y compartir el mejor contenido existente sobre un tema.

Content Decay - La pérdida gradual de tráfico y posicionamiento a medida que un contenido envejece o se vuelve menos competitivo.

Content Federation - Distribución del mismo contenido en varias plataformas o sitios asociados.

Content Fingerprints - Firmas únicas que los motores de búsqueda calculan a partir del contenido para detectar duplicados y casi duplicados.

Content Gap - Un tema o consulta que tu sitio aún no cubre, pero que la competencia o los usuarios demandan.

Content Gap Analysis - Comparación de tu contenido con el de la competencia para encontrar temas que faltan y oportunidades de palabras clave.

Content Hub - Página central que enlaza con un grupo de contenidos relacionados sobre un tema.

Content Marketing - Crear y distribuir contenido de valor para atraer, captar y fidelizar a un público.

Content Negotiation - Mecanismo del lado del servidor que sirve distintas versiones de un recurso según los encabezados de la solicitud, como el idioma.

Content Pruning - Eliminar o fusionar páginas de poco valor para elevar la calidad global del sitio. También conocido como Pruning.

Content Relevance - Hasta qué punto el contenido de una página se ajusta a una consulta y a la intención subyacente del usuario.

Content Silo - Agrupación de contenidos relacionados en secciones estrechamente temáticas.

Content Spinning - Reformulación automática de un contenido para crear innumerables versiones casi duplicadas, algo que los motores de búsqueda desaconsejan.

Content Syndication - Distribución de contenido en sitios de terceros, idealmente con un enlace canónico al original.

Content Velocity - El ritmo al que se publica contenido nuevo en un periodo determinado.

Content-Based Classifier - Sistema de aprendizaje automático que clasifica las páginas analizando su contenido.

Contextual Link - Enlace situado en el cuerpo del texto de una página, rodeado de texto temáticamente relacionado.

Conversion - Una acción deseada completada, como una compra, un registro o el envío de un formulario.

Conversion (Goal) - Una acción concreta que se rastrea como conversión en una herramienta de analítica.

Conversion Rate - El porcentaje de visitantes que realizan una acción deseada.

Copied Content - Contenido duplicado de otra fuente sin valor original apreciable.

Core Web Vitals (CWV) - Conjunto de métricas de experiencia de usuario de Google (LCP, INP y CLS) que miden la carga, la interactividad y la estabilidad visual.

Cornerstone Content - Tus páginas más importantes y completas, por las que más quieres posicionarte en los temas principales.

Cost % - Métrica que expresa el coste de un anuncio o el porcentaje de tráfico de pago de una palabra clave.

CPA (Cost Per Acquisition) - El coste medio de conseguir una conversión o un cliente mediante publicidad.

CPC (Cost Per Click) - El importe que un anunciante paga cada vez que un usuario hace clic en su anuncio.

CPM (Cost Per Thousand Impressions) - El coste de mil impresiones de un anuncio, donde M procede del latín mille.

Crawl Anomaly - En Search Console, etiqueta para un error de rastreo indeterminado, a menudo una respuesta 4xx o 5xx inesperada.

Crawl Budget - El número de páginas que un motor de búsqueda rastrea en un sitio durante un periodo determinado.

Crawl Delay - Directiva que pide a los bots esperar entre solicitudes; algunos motores como Bing la respetan, Google la ignora.

Crawl Demand - Hasta qué punto un motor de búsqueda quiere rastrear un sitio, lo que depende de su popularidad y frescura.

Crawl Depth - A cuántos clics se encuentra una página de la página de inicio, lo que influye en la facilidad con que se rastrea.

Crawl Efficiency - Hasta qué punto el presupuesto de rastreo de un sitio se gasta bien en URL útiles e indexables, en lugar de desperdiciarse.

Crawl Error - Problema que impide a un motor de búsqueda acceder correctamente a una URL.

Crawl Rate Limit - La velocidad máxima de rastreo que usa un motor de búsqueda para no sobrecargar el servidor.

Crawl Trap - Estructura de un sitio, como parámetros de URL infinitos, que atrapa a los bots en páginas de poco valor y desperdicia el presupuesto de rastreo. También conocido como Spider Trap.

Crawlability - La facilidad con que los bots de los motores de búsqueda pueden acceder a las páginas de un sitio y rastrearlas.

Crawled but Not Indexed - En Search Console, estado en el que una página se ha rastreado pero se excluye intencionadamente del índice.

Crawler - Programa automatizado que descubre, recupera y transmite páginas para su indexación mientras recorre la web. También conocido como Bot, Spider, Web crawler.

Crawler Directives - Instrucciones en el robots.txt, la etiqueta meta robots o los encabezados HTTP que indican a los bots cómo rastrear o indexar.

Crawling - El proceso por el que los bots de los motores de búsqueda descubren y recuperan las páginas web.

Critical Rendering Path - La secuencia de pasos que sigue el navegador para convertir el HTML, el CSS y el JavaScript en píxeles renderizados.

CRM - Software de gestión de relaciones con clientes, usado para hacer seguimiento de clientes potenciales, clientes e interacciones de venta.

CRO (Conversion Rate Optimization) - Mejora sistemática de un sitio para aumentar la proporción de visitantes que convierten.

Cross-Linking - Enlazar entre sí páginas relacionadas para difundir la pertinencia y facilitar la navegación.

CSS (Cascading Style Sheets) - El lenguaje que controla la apariencia visual y la disposición de las páginas web.

CTR (Click-Through Rate) - La proporción de impresiones que terminan en un clic.

CTR Manipulation - Inflar artificialmente la tasa de clics para intentar influir en el posicionamiento, una táctica manipuladora.

Cumulative Layout Shift (CLS) - Métrica Core Web Vital que mide cuánto se desplazan de forma inesperada los elementos de una página durante la carga.

Curated Content - Contenido de terceros reunido y presentado con contexto o comentario adicional.

Customer Journey - El recorrido completo que sigue un cliente, desde la primera toma de conciencia hasta la compra y más allá.

D

<!DOCTYPE html> - Declaración al principio de un documento HTML que indica al navegador que use el modo estándar.

Data - Datos y cifras en bruto recopilados para su análisis.

Data Sampling - Análisis de una muestra representativa de datos en lugar del conjunto completo, lo que puede reducir la precisión de los informes.

Dead-End Page - Página sin enlaces salientes que no ofrece a usuarios ni bots un siguiente paso.

Declined Keywords - Palabras clave cuyas posiciones de posicionamiento han bajado para un sitio en un periodo determinado.

Deep Link - Enlace que apunta a una página interna concreta en lugar de a la página de inicio de un sitio.

Deindexing - Eliminación de páginas del índice de un motor de búsqueda.

Demographics - Características estadísticas de un público, como la edad, el sexo y la ubicación.

Destination Site - El sitio al que un enlace o campaña dirige a los usuarios.

Digital PR - Conseguir menciones de marca y enlaces de medios y publicaciones mediante historias con valor informativo.

Direct Traffic - Visitas de usuarios que llegan a un sitio sin fuente de referencia, por ejemplo escribiendo la URL.

Directory Links - Backlinks procedentes de directorios de empresas en línea o directorios web.

Disallow - Directiva del robots.txt que indica a los bots que no accedan a las rutas especificadas.

Disavow - Pedir a Google que ignore ciertos backlinks al evaluar tu sitio.

Disavow File - Archivo de texto que enumera los dominios o URL que quieres que Google ignore.

Disavow Tool - Herramienta de Google Search Console para enviar una lista de backlinks que Google debería ignorar.

Discovered but Not Indexed - Estado en Search Console en el que Google ha encontrado una URL pero aún no la ha rastreado ni indexado.

Display Ads - Anuncios visuales tipo banner que se muestran en sitios mediante redes publicitarias.

Distance - En SEO local, la distancia a la que una empresa se encuentra de quien busca, un factor clave de posicionamiento local. También conocido como Proximity.

DNS (Domain Name System) - El sistema que traduce los nombres de dominio legibles a las direcciones IP que usan los servidores.

Dofollow Link - Enlace normal que transmite señales de posicionamiento, el estado por defecto cuando ningún atributo rel lo restringe.

DOM (Document Object Model) - Representación estructurada y en memoria de una página que el navegador construye y que los scripts pueden leer y modificar.

DOM Size - El número de nodos en el DOM de una página, que en exceso puede ralentizar el renderizado.

Domain - La dirección legible de un sitio, como example.com.

Domain Age - Cuánto tiempo lleva registrado un dominio, citado a veces como una señal de confianza secundaria.

Domain Authority (DA) - Métrica propia de Moz de 0 a 100 que predice hasta qué punto un dominio podría posicionarse.

Domain Name - El nombre registrado que identifica un sitio, como example.com.

Domain Name Registrar - Empresa acreditada para registrar y gestionar nombres de dominio.

Domain Rating (DR) - Métrica de Ahrefs de 0 a 100 que mide la fuerza del perfil de backlinks de un dominio.

Domain Structure - La forma en que se organizan el dominio, los subdominios y los directorios de un sitio.

Doorway Page - Página de poco valor creada solo para posicionarse en las búsquedas y redirigir a los usuarios a otro sitio, lo que va contra las directrices. También conocido como Gateway Page, Bridge Page.

DuckDuckGo - Motor de búsqueda web centrado en la privacidad.

Duplicate Content - Contenido idéntico o muy similar que aparece en más de una URL.

Dwell Time - Cuánto tiempo permanece un usuario en una página tras hacer clic en un resultado antes de volver a la SERP.

Dynamic URL - URL cuyo contenido depende de parámetros de consulta y que suele contener caracteres como ? y &.

E

E-E-A-T (Experience, Expertise, Authoritativeness, Trustworthiness) - Marco de calidad de Google de las directrices para evaluadores, que añadió la Experiencia al anterior E-A-T.

Ecommerce - La compra y venta de bienes o servicios por internet.

Ecommerce SEO - Optimización de las tiendas en línea y de sus páginas de categoría y de producto para la búsqueda orgánica.

Edge Caching - Almacenamiento en caché del contenido en servidores en el borde de la red, cerca de los usuarios, para servirlo más rápido.

Edge SEO - Aplicación de cambios SEO en el nivel del CDN o del borde de la red, sin modificar el código del sitio.

Edge SEO Testing - Ejecución de experimentos SEO a través del borde de la red o la capa del CDN.

Editorial Link - Backlink obtenido de forma natural, por mérito, sin solicitud ni pago.

Ego Bait - Contenido que halaga a personas influyentes para conseguir sus enlaces o que lo compartan.

Email Outreach - Contactar con personas mediante correos personales para proponer un contenido, un enlace o una colaboración.

Engagement - La medida en que los usuarios interactúan con tu contenido.

Engagement Metrics - Métricas de interacción de los usuarios, como el tiempo en la página, la profundidad de desplazamiento o los clics.

Engagement Rate - En GA4, el porcentaje de sesiones que fueron sesiones con interacción.

Enterprise SEO - SEO a gran escala para sitios con miles de páginas y organizaciones complejas.

Entities - Cosas distintas y claramente definidas (personas, lugares, marcas, conceptos) que los motores de búsqueda reconocen y relacionan.

Entity Grounding - Anclar un contenido o una respuesta de IA a una entidad conocida para que el significado sea inequívoco.

Entity-Based SEO - Optimización en torno a entidades claramente definidas y a las relaciones entre ellas, no solo a palabras clave.

Entry Page - La primera página a la que llega un visitante durante una sesión.

Estimated Accuracy - Indicador de Semrush sobre lo fiable que es una estimación dada de tráfico o de palabra clave.

Estimated Traffic - Estimación aproximada de una herramienta SEO sobre cuánto tráfico orgánico recibe un sitio o página.

Etag - Encabezado HTTP que identifica una versión concreta de un recurso para poder almacenarlo en caché de forma eficiente.

Event Rich Results - Resultados de búsqueda enriquecidos que muestran los detalles de un evento, como la fecha y el lugar, a partir de datos estructurados.

Evergreen Content - Contenido que sigue siendo pertinente y útil mucho después de su publicación.

Exact Match Anchor Text - Texto ancla que coincide exactamente con la palabra clave objetivo de la página a la que apunta.

Exact Match Keyword - Palabra clave que se segmenta en su forma exacta; en Google Ads, tipo de concordancia que activa anuncios solo para ese término o variantes cercanas.

Expertise-Authority-Trust (E-A-T) - Versión anterior del marco de calidad de contenido de Google, antes de añadir la Experiencia.

External Link / Outbound Link - Un enlace en tu página que apunta a otro sitio.

F

Faceted Navigation - Navegación por filtros en sitios grandes o de comercio electrónico, que puede crear innumerables combinaciones de URL rastreables.

FAQ Rich Result - Resultado enriquecido que muestra preguntas y respuestas desplegadas a partir de datos FAQ estructurados.

FAQ Schema - Datos estructurados que marcan pares de pregunta y respuesta; Google ahora solo muestra resultados FAQ enriquecidos para sitios con autoridad.

Favicon - Pequeño icono que representa a un sitio en las pestañas del navegador y junto a algunos resultados de búsqueda.

Featured Image - La imagen representativa principal asignada a una entrada o página, usada para miniaturas y para compartir.

Featured Snippet - Respuesta destacada que se muestra en la parte superior de algunos resultados de búsqueda, tomada de una página posicionada.

Fetch and Render - Comprobar cómo Googlebot recupera y renderiza visualmente una página para revelar problemas de rastreo o renderizado.

Fetch and Render Tool - Herramienta obsoleta de Search Console que mostraba cómo Googlebot recuperaba y renderizaba una URL.

File Compression - Reducir el tamaño de un archivo para ahorrar ancho de banda y acelerar la carga de la página.

First Contentful Paint (FCP) - Métrica de rendimiento que marca el momento en que el primer texto o imagen se dibuja en pantalla.

First Link Priority - La idea de que Google puede contar solo el primer enlace a una URL dada en una página, ignorando los duplicados posteriores.

Focus Keyword - La única palabra clave principal para la que se optimiza una página con el fin de posicionarse.

Follow-Up - Mensaje recordatorio que se envía después de que un primer correo haya quedado sin respuesta.

Footer Link - Enlace situado en el pie de un sitio, que suele aparecer en todas las páginas.

Freshness - Cuánto de reciente es la publicación o actualización de un contenido, un factor de posicionamiento para las consultas sensibles al tiempo.

FTP (File Transfer Protocol) - Protocolo estándar para transferir archivos entre un cliente y un servidor.

G

GA4 (Google Analytics 4) - La versión actual de Google Analytics, basada en eventos, que sustituyó a Universal Analytics en 2023.

Gated Content - Contenido al que un visitante solo puede acceder tras facilitar sus datos de contacto.

Gateway Timeout (504) - Estado HTTP 504 que se devuelve cuando un servidor de pasarela no recibe a tiempo una respuesta de un servidor anterior.

GBP Optimization - Mejorar un perfil de Google Business para que se posicione y convierta mejor en los resultados locales.

GDPR - El Reglamento General de Protección de Datos de la UE, que regula el tratamiento de los datos personales.

GEO (Generative Engine Optimization) - Optimización del contenido para que los motores de búsqueda generativos impulsados por IA lo muestren y lo citen.

GEO (Geolocation Optimization) - Optimización de un sitio para las señales y la segmentación basadas en la ubicación en la búsqueda local.

Geo-Targeting - Mostrar contenido o anuncios a los usuarios según su ubicación geográfica.

Geographic Modifiers - Palabras de ubicación añadidas a una palabra clave, como «fontanero Madrid», para segmentar una intención local.

Google - El motor de búsqueda web más usado del mundo y la empresa que lo opera.

Google Ads - La plataforma publicitaria de pago por clic de Google, antes AdWords.

Google Ads Keyword - Palabra clave segmentada en una campaña de Google Ads para activar anuncios de pago.

Google AdSense - El programa de Google que permite a los editores ganar dinero mostrando anuncios en sus sitios.

Google Alerts - Servicio gratuito de Google que envía notificaciones por correo cuando un nuevo contenido coincide con una consulta elegida.

Google Algorithm - El conjunto de sistemas de posicionamiento que Google usa para ordenar los resultados de búsqueda. También conocido como Search Algorithm, Algorithm.

Google Algorithm Update - Un cambio en los sistemas de posicionamiento de Google que puede modificar cómo se posicionan los sitios. También conocido como Algorithm Update, Algorithm Updates.

Google Analytics (GA) - La plataforma gratuita de Google para medir el tráfico de un sitio y el comportamiento de los usuarios.

Google Analytics Goals - Conversiones configuradas en Universal Analytics; GA4 las sustituyó por conversiones y eventos clave.

Google Autocomplete - Sugerencias de búsqueda que Google ofrece mientras un usuario escribe una consulta.

Google Bowling - Intento black hat de penalizar a un competidor dirigiendo enlaces de baja calidad a su sitio.

Google Business Profile (GBP) - La ficha gratuita de Google que gestiona cómo aparece una empresa en la Búsqueda y en Maps. También conocido como Google My Business.

Google Caffeine - La actualización de la infraestructura de indexación de 2010 que permitió a Google indexar contenido más rápido y más fresco.

Google Dance - Término de jerga para la inestabilidad de posiciones que atraviesa un sitio o página nuevo mientras Google determina su lugar.

Google Fred - Actualización de Google de 2017 asociada en general a la degradación del contenido de poco valor, escaso y sobrecargado de anuncios.

Google Keyword Planner - Herramienta de Google Ads que ofrece ideas de palabras clave y estimaciones de volumen de búsqueda.

Google Looker Studio - Herramienta gratuita de Google para crear informes y paneles interactivos a partir de tus datos, antes Data Studio.

Google Maps - El servicio de mapas de Google, central para el descubrimiento local y el SEO local.

Google Mobile-Friendly Test - Herramienta de Google para comprobar lo fácil que es usar una página en dispositivos móviles.

Google PageSpeed Insights - Herramienta gratuita de Google que informa sobre el rendimiento de una página y los Core Web Vitals, con consejos de mejora.

Google Penalty - Degradación o eliminación que Google aplica por infracciones de las directrices, en especial mediante acciones manuales.

Google Pigeon - Actualización de Google de 2014 que mejoró la pertinencia y la precisión de los resultados de búsqueda locales.

Google Pirate - Actualización de Google de 2012 que degrada los sitios con muchas reclamaciones válidas por infracción de derechos de autor (DMCA).

Google Possum - Actualización de Google de 2016 que diversificó los resultados locales según la ubicación de quien busca y el filtrado.

Google Quality Guidelines - Las reglas de Google que definen las prácticas aceptables, hoy expresadas mediante las políticas antispam y Search Essentials.

Google Search Console (GSC) - La plataforma gratuita de Google para supervisar la indexación, el rendimiento de búsqueda y los problemas técnicos de un sitio. También conocido como Google Webmaster Tools.

Google Search Operators - Comandos especiales como site: o intitle: que refinan y filtran las búsquedas de Google.

Google Search Text Ads - Anuncios de texto de pago que aparecen entre los resultados de búsqueda de Google.

Google Tag Manager - Herramienta gratuita de Google para implementar y gestionar etiquetas de marketing y analítica sin modificar el código.

Google Top Heavy Update - Actualización de Google de 2012 que degrada las páginas con demasiados anuncios en la parte superior visible.

Google Trends - Herramienta gratuita de Google que muestra la popularidad relativa de las búsquedas a lo largo del tiempo.

Google Webmaster Guidelines - El antiguo nombre de las directrices de Google para sitios, hoy Google Search Essentials.

Googlebot - El robot web de Google que descubre y recupera páginas para el índice de búsqueda.

Gray Hat SEO - Tácticas situadas entre los métodos white hat y black hat, que conllevan más riesgo que un SEO totalmente honesto.

Guest Blogging - Escribir y publicar una entrada en otro sitio, a menudo para construir autoridad y conseguir enlaces.

Guest Posting - Publicar contenido en el sitio de otra persona, normalmente como táctica para conseguir backlinks.

Guestographic - Infografía que tú creas y que otro sitio publica, normalmente con un enlace de vuelta hacia ti.

Gzip - Método de compresión muy usado que reduce los archivos para servirlos más rápido.

H

H1 Tag - Etiqueta de encabezado HTML de primer nivel, usada normalmente para el título principal de una página.

H2 / H3 Tags - Etiquetas de subtítulo que organizan las secciones de contenido bajo el H1.

Hallucination Suppression - Métodos que reducen la tendencia de un modelo de IA a generar afirmaciones falsas o infundadas.

Head Term - Palabra clave corta, amplia y de gran volumen, lo contrario de una palabra clave de cola larga.

Header Tags - Etiquetas de encabezado HTML de H1 a H6 que estructuran el contenido por orden de importancia. También conocido como Heading Tags.

Helpful Content Update - Iniciativa de Google lanzada en 2022 e integrada después en el posicionamiento principal, que premia el contenido útil y centrado en las personas.

Hidden Text - Texto oculto a los usuarios pero visible para los bots, una táctica black hat manipuladora.

Hilltop Algorithm - Algoritmo de principios de los 2000 que encuentra páginas con autoridad mediante enlaces de páginas expertas en un tema.

Historical Data - Datos sobre el rendimiento pasado usados para detectar tendencias y cambios a lo largo del tiempo.

Hit - Cada solicitud individual a un servidor por un archivo, como una página, una imagen o un script. También conocido como Website Hit.

Holistic SEO - Mejorar cada aspecto de un sitio (contenido, técnica y experiencia de usuario) en lugar de tácticas aisladas.

Home Page - La página de entrada principal de un sitio, normalmente en la URL raíz.

Homepage Link - Backlink que apunta a la página de inicio de un sitio en lugar de a una página interna.

Host Status - Sección de Search Console que informa si Google tuvo dificultades para rastrear tu host, como problemas de robots.txt, DNS o servidor.

Hostload - La cantidad de rastreo que un servidor puede soportar antes de arriesgarse a una sobrecarga.

HowTo Rich Result - Resultado enriquecido que muestra instrucciones paso a paso a partir de datos HowTo estructurados, que Google ha retirado desde entonces.

Hreflang - Atributo que informa a Google de las versiones de idioma y región de una página.

Hreflang Attribute - El marcado específico rel-alternate hreflang que indica el idioma y la región de una página.

HSTS (HTTP Strict Transport Security) - Encabezado de respuesta que obliga a los navegadores a conectarse a un sitio solo por HTTPS.

HTML (HyperText Markup Language) - El lenguaje de marcado que estructura el contenido de las páginas web.

HTML Sitemap - Página legible que enumera las páginas de un sitio para ayudar a usuarios y bots a navegar.

HTTP (Hypertext Transfer Protocol) - El protocolo que navegadores y servidores usan para intercambiar datos web.

HTTP/2 - Revisión importante de HTTP que acelera la carga al multiplexar muchas solicitudes en una sola conexión.

HTTP/3 - La versión más reciente de HTTP, que funciona sobre QUIC para lograr menor latencia y conexiones más fiables.

HTTPS - La versión cifrada y segura de HTTP que protege los datos en tránsito mediante TLS.

Hub - Página central que organiza y enlaza contenido relacionado sobre un tema.

Hub and Spoke Model - Estructura de contenido con una página hub central que enlaza con subpáginas relacionadas y más específicas.

Hummingbird - Renovación del algoritmo de Google de 2013 que desplazó el énfasis hacia el significado y la intención de una consulta. También conocido como Google Hummingbird.

Hydration - El proceso por el que el JavaScript del lado del cliente añade interactividad al HTML renderizado en el servidor.



Image Carousel - Función SERP que muestra una fila de imágenes con desplazamiento horizontal.

Image Compression - Reducir el tamaño de los archivos de imagen para acelerar la carga de la página sin perjudicar la calidad.

Image Filename - El nombre descriptivo de un archivo de imagen, una señal secundaria para el SEO de imágenes.

Image Pack - Función SERP que muestra un bloque agrupado de imágenes entre los resultados de búsqueda.

Image SEO - Optimización de las imágenes, incluido el nombre de archivo, el texto alternativo y el tamaño, para la búsqueda y el rendimiento.

Image Sitemap - Sitemap, o su extensión, que enumera las imágenes para ayudar a los motores de búsqueda a descubrirlas.

Image Title - El atributo title de una imagen, mostrado como información sobre herramientas, con pertinencia secundaria para el SEO.

Impression - Una sola ocasión en que tu ficha o anuncio aparece en los resultados de búsqueda.

Impression Share - En Google Ads, la proporción de impresiones que conseguiste de aquellas para las que eras elegible.

Improved Keywords - Palabras clave cuyas posiciones de posicionamiento mejoraron para un sitio en un periodo determinado.

Incremental Static Regeneration (ISR) - Técnica de Next.js que reconstruye páginas estáticas individuales bajo demanda tras la publicación del sitio.

Index - La base de datos de páginas que un motor de búsqueda ha almacenado y puede devolver en los resultados.

Index Bloat - Cuando se indexan demasiadas páginas de poco valor, lo que diluye las señales de calidad globales de un sitio.

Index Coverage Report - Informe de Search Console que muestra qué páginas están indexadas y por qué otras no lo están. También conocido como Page Indexing Report.

Indexability - Si una página está permitida y puede añadirse al índice de un motor de búsqueda.

Indexation Rate - El porcentaje de las páginas de un sitio que un motor de búsqueda indexa de verdad.

Indexing - El proceso de analizar una página y añadirla al índice de un motor de búsqueda.

IndexNow - Protocolo que permite a los sitios avisar al instante a los motores participantes, como Bing y Yandex, de las URL modificadas.

Infographic - Representación visual de información o datos, creada a menudo para atraer enlaces.

Information Gain - La cantidad de información nueva y única que una página añade más allá de lo que cubren las páginas ya posicionadas.

Informational Query - Búsqueda en la que el usuario quiere aprender o encontrar información, no comprar.

Intent Cluster - Grupo de palabras clave o consultas que comparten la misma intención de búsqueda subyacente.

Interaction to Next Paint (INP) - Métrica Core Web Vital que mide la rapidez con que una página responde a las interacciones del usuario; sustituyó al FID en 2024.

Internal Link - Enlace de una página a otra página del mismo sitio.

Internal Linking - Enlazar páginas dentro de un mismo sitio para facilitar la navegación y repartir la autoridad.

International SEO - Optimización de un sitio para dirigirse a usuarios de varios países e idiomas.

IP Address - Etiqueta numérica que identifica un dispositivo o servidor en una red.

J

JavaScript (JS) - El lenguaje de programación que añade interactividad y comportamiento dinámico a las páginas web.

JavaScript SEO - La práctica de hacer que los sitios con mucho JavaScript sean rastreables e indexables por los motores de búsqueda.

JSON-LD (JavaScript Object Notation for Linked Data) - El formato que Google recomienda para añadir datos estructurados a una página mediante un bloque de script.

K

Kanban - Tablero visual que gestiona las tareas y el flujo de trabajo como tarjetas que se mueven entre columnas.

Keyword - Palabra o frase que la gente escribe en los motores de búsqueda y para la que optimizas con el fin de segmentar.

Keyword (Google Ads) - Término por el que un anunciante puja para poder activar anuncios de pago.

Keyword (Not Provided) - Datos de palabras clave que Google oculta a la analítica, etiquetados como not provided.

Keyword (Organic) - Término para el que buscas posicionarte en los resultados de búsqueda orgánicos y no de pago.

Keyword (Related) - Término relacionado semánticamente con tu palabra clave principal que apoya el mismo tema.

Keyword Analysis - Evaluación de las palabras clave según la pertinencia, el volumen, la dificultad y la intención de búsqueda.

Keyword Cannibalization - Cuando varias páginas de un sitio compiten por la misma palabra clave y debilitan mutuamente su posicionamiento.

Keyword Categorization - Agrupar las palabras clave en temas o categorías para organizar la estrategia y el contenido.

Keyword Clustering - Agrupar palabras clave estrechamente relacionadas que una sola página puede segmentar a la vez.

Keyword Competition - El nivel de competencia para posicionarse orgánicamente por una palabra clave o para pujar por ella en los anuncios.

Keyword Density - Con qué frecuencia aparece una palabra clave en relación con el número total de palabras de una página.

Keyword Difficulty - Métrica de una herramienta que estima lo difícil que sería posicionarse para una palabra clave dada.

Keyword Explorer - Función de una herramienta SEO para descubrir ideas de palabras clave y analizar sus métricas.

Keyword Frequency - El número bruto de apariciones de una palabra clave en un contenido.

Keyword Funnel - Organizar las palabras clave según la etapa del recorrido de compra que reflejan.

Keyword Overview - Informe de una herramienta que resume las métricas principales de una palabra clave, como el volumen, la dificultad y la intención.

Keyword Prominence - Lo visible y temprano que aparece una palabra clave en una página, por ejemplo en el título o el primer párrafo.

Keyword Proximity - Lo cerca que aparecen entre sí las palabras clave objetivo en el texto.

Keyword Ranking - La posición de una página en los resultados de búsqueda para una palabra clave dada. También conocido como Keyword Rank.

Keyword Research - Encontrar y analizar los términos que busca tu público para orientar el contenido y el SEO.

Keyword Stemming - Reducir una palabra a su raíz para que variantes como run y running se traten como relacionadas.

Keyword Stuffing - Sobrecargar una página de palabras clave para intentar manipular el posicionamiento. También conocido como Keyword Spam.

Knowledge Graph - La base de datos de Google sobre entidades y las relaciones entre ellas, usada para enriquecer los resultados. También conocido como Google Knowledge Graph.

Knowledge Panel - Recuadro SERP que muestra datos clave sobre una entidad, tomados del Knowledge Graph. También conocido como Google Knowledge Panel.

KPI (Key Performance Indicator) - Valor medible que sigue el progreso hacia un objetivo concreto.

L

Landing Page - Página a la que llega un visitante desde una campaña, diseñada para impulsar una sola acción.

Largest Contentful Paint (LCP) - Métrica Core Web Vital que mide el tiempo de renderizado del mayor elemento visible de una página.

Last Crawl - La fecha más reciente en que un motor de búsqueda rastreó una página dada.

Last-Modified - Encabezado HTTP que indica a los clientes cuándo se modificó por última vez un recurso.

Latent Semantic Analysis (LSA) - Técnica de procesamiento del lenguaje natural que analiza las relaciones entre los documentos y los términos que contienen.

Lazy Loading - Aplazar la carga de imágenes o recursos fuera de pantalla hasta que se necesiten, para acelerar la carga inicial.

Lead - Cliente potencial que ha mostrado interés, por ejemplo facilitando sus datos.

Lead Magnet - Incentivo gratuito, como un libro electrónico, que se ofrece a cambio de los datos de contacto de un visitante.

Link Accessibility - Si los enlaces pueden descubrirse y seguirse por los bots, en lugar de estar ocultos tras scripts.

Link Attribution - Señalar la naturaleza de un enlace con atributos rel como nofollow, sponsored o ugc.

Link Authority - La fuerza y la confianza que una página que enlaza puede transmitir.

Link Bait - Contenido creado específicamente para atraer un gran número de backlinks. También conocido como Linkbait.

Link Building - El proceso de conseguir backlinks de otros sitios para mejorar la autoridad y el posicionamiento.

Link Burst - Un aumento repentino de backlinks recién conseguidos en un periodo corto.

Link Churn - La pérdida y la ganancia naturales de backlinks de un sitio a lo largo del tiempo.

Link Condom - Jerga antigua para métodos como nofollow que impiden que un enlace transmita valor de posicionamiento.

Link Distance - El número de saltos de enlace entre un sitio fuente de confianza y una página dada.

Link Diversity - La variedad de fuentes, tipos y textos ancla de los backlinks de un sitio.

Link Equity - El valor de posicionamiento que se transmite de una página a otra mediante un enlace.

Link Exchange - Acuerdo recíproco en el que dos sitios acuerdan enlazarse mutuamente.

Link Farm - Grupo de sitios creado solo para enlazarse entre sí y manipular el posicionamiento.

Link Gap - Backlinks que tiene la competencia pero tu sitio no.

Link Hoarding - La reticencia a enlazar a otros sitios para intentar retener todo el valor de los enlaces internamente.

Link Insert (Niche Edit) - Añadir un backlink a un artículo existente ya publicado en otro sitio.

Link Intersect - Análisis que encuentra sitios que enlazan a varios de tus competidores pero no a ti.

Link Juice - Término informal para el valor de posicionamiento que un enlace transmite a su destino.

Link Neighborhood - El conjunto de sitios a los que enlazas y que te enlazan, lo que señala tus asociaciones.

Link Placement Quality - Lo valiosa que es la ubicación de un enlace y el contexto que lo rodea en una página.

Link Popularity - El número y la calidad de los backlinks que apuntan a un sitio.

Link Profile - La composición global de todos los backlinks que apuntan a un sitio.

Link Prospect - Sitio o página identificado como una posible fuente de backlink.

Link Reclamation - Recuperar backlinks perdidos o convertir las menciones no enlazadas de una marca en enlaces.

Link Relevancy - Lo temáticamente relacionada que está la página que enlaza con la página a la que apunta.

Link Rot - La tendencia natural de los enlaces a romperse con el tiempo a medida que las páginas se mueven o desaparecen.

Link Scheme - Cualquier práctica de enlaces destinada a manipular el posicionamiento y que incumple las directrices de Google.

Link Spam - Enlaces irrelevantes o manipuladores colocados para intentar influir en el posicionamiento.

Link Suppression - Cuando un motor de búsqueda degrada o ignora un enlace para que no transmita valor de posicionamiento.

Link Toxicity - La medida en que un perfil de backlinks contiene enlaces dañinos o de spam.

Link Velocity - El ritmo al que un sitio gana o pierde backlinks a lo largo del tiempo.

Link Volume - El número total de backlinks que apuntan a un sitio o página.

Linkable Asset - Contenido de gran valor creado específicamente para atraer backlinks.

Linked Unstructured Citations - Menciones de una empresa en un contenido que incluye un enlace pero no una ficha de directorio estructurada.

Listicle Placement - Incluir tu marca en un artículo en formato de lista en otro sitio.

Listing Management - Mantener fichas de empresa exactas y coherentes en varias plataformas.

LLM Visibility - Con qué frecuencia y visibilidad aparece una marca en las respuestas de los grandes modelos de lenguaje.

LLMO (Large Language Model Optimization) - Optimización del contenido y las entidades para que los grandes modelos de lenguaje muestren y citen una marca en sus respuestas.

Local Ads - Anuncios de pago que se dirigen a un público local, como los Google Local Services Ads.

Local Business Schema - Datos estructurados que describen una empresa local, como su nombre, dirección y horario, a los motores de búsqueda.

Local Citation - Cualquier mención en línea del nombre, la dirección y el teléfono de una empresa local. También conocido como Local Citations, Citation (Local SEO).

Local Citations Consistency - Mantener el nombre, la dirección y el teléfono de una empresa idénticos en todas las fichas.

Local Filtering - Cuando Google filtra empresas locales similares que comparten ubicación o teléfono para diversificar los resultados.

Local Finder - La lista ampliada de resultados locales que aparece cuando un usuario hace clic para continuar desde el Local Pack.

Local Keyword Research - Encontrar términos de búsqueda con intención local para la zona de una empresa.

Local Listings - Los perfiles de una empresa en directorios, mapas y plataformas de reseñas.

Local Pack - Función SERP que muestra un mapa y una breve lista de empresas locales para una búsqueda local.

Local Query - Búsqueda con intención local que suele buscar empresas, productos o servicios cercanos.

Local Ranking Factors - Las señales (principalmente la pertinencia, la distancia y la notoriedad) que determinan el posicionamiento local.

Local Search - Buscar empresas, productos o servicios cerca de una ubicación concreta.

Local Search Grid - Vista de una herramienta que muestra cómo se posiciona una empresa en una cuadrícula geográfica de puntos.

Local Search Marketing - La práctica de mejorar la visibilidad de una empresa local en las búsquedas locales.

Local Search Marketing Services - Servicios de agencia que mejoran la presencia de una empresa en los resultados de búsqueda locales.

Local SEO - Optimización de un sitio y sus fichas para posicionarse en las búsquedas basadas en la ubicación y los resultados de mapas.

Local Teaser - Unidad SERP local compacta que muestra brevemente empresas cercanas para una búsqueda basada en la ubicación.

Log File Analysis - Estudio de los registros del servidor para ver cómo acceden de verdad a un sitio los bots de los motores de búsqueda y los usuarios.

Long-Tail Keyword - Búsqueda más larga y específica, de menor volumen pero con una intención más clara.

Lost Link - Backlink que existía antes pero ya no está presente.

LSI Keywords (Latent Semantic Indexing Keywords) - Denominación errónea común para los términos relacionados semánticamente; el verdadero latent semantic indexing no es la forma en que Google posiciona.

M

<meta name="viewport"> - Etiqueta meta que controla cómo se escala y se dispone una página en los dispositivos móviles.

Main Thread Blocking - Cuando tareas largas de JavaScript acaparan el hilo principal del navegador y perjudican la capacidad de respuesta.

Manual Action - Degradación o eliminación que aplica un revisor humano por una infracción de las directrices de Google. También conocido como Manual Penalty.

Map Rank Tracker - Herramienta que sigue el posicionamiento local de una empresa en distintos puntos del mapa.

Map Spam - Manipular los resultados de mapas locales con fichas de empresa falsas o sobrecargadas de palabras clave.

Market Consolidation - La medida en que un puñado de dominios acapara una gran parte del tráfico de búsqueda de un mercado.

Market-Level Indexing - Organizar los datos de índice o de visibilidad a escala de todo un mercado o país.

Match Score - Métrica de una herramienta que estima lo bien que un resultado coincide con una consulta o conjunto de palabras clave.

Merchant Listings - Resultados enriquecidos que muestran los detalles de un producto, como el precio y la disponibilidad, a partir de datos estructurados.

Meta Description - Resumen HTML de una página que aparece a menudo bajo su título en los resultados de búsqueda.

Meta Keywords - Etiqueta meta obsoleta para enumerar palabras clave, que Google ignora para el posicionamiento.

Meta Refresh - Código que redirige el navegador a otra URL tras un retardo especificado. También conocido como Meta Redirect.

Meta Robots Tag - Etiqueta HTML que indica a los motores de búsqueda cómo rastrear e indexar una página.

Meta Tags - Fragmentos en el encabezado HTML que ofrecen información sobre una página a los motores de búsqueda.

Metric - Indicador cuantificable usado para hacer seguimiento y evaluar el rendimiento.

Microdata - Método HTML integrado para añadir datos estructurados mediante atributos en los elementos.

Minification - Eliminar caracteres innecesarios del código para reducir el tamaño de los archivos y acelerar la carga.

Mobile Optimization - Adaptar un sitio para que funcione y se vea bien en los dispositivos móviles.

Mobile Usability - Lo fácil que es para los visitantes usar una página e interactuar con ella en los dispositivos móviles.

Mobile-First Indexing - La práctica de Google de usar la versión móvil de un sitio para la indexación y el posicionamiento.

Mobile-Friendly Website - Sitio que se ve y funciona bien en los dispositivos móviles.

Model Confidence - Lo seguro que está un modelo de IA de una predicción o una respuesta generada.

Money Page - Página que genera ingresos directamente, como una página de producto o de venta.

Morningscore - Herramienta SEO que convierte el seguimiento de posiciones, enlaces y tareas de optimización en un juego.

MozBar - Extensión de navegador gratuita de Moz que muestra métricas SEO, como el domain y el page authority.

Multi-Domain Strategy - Usar varios dominios, por ejemplo por región o por marca, como parte de un enfoque SEO.

MUM (Multitask Unified Model) - El modelo de IA de Google que comprende y genera lenguaje en varios formatos e idiomas.

N

NAP (Name, Address, Phone Number) - Los datos de contacto esenciales de una empresa, usados de forma coherente en las menciones de SEO local.

NAP Consistency - Mantener el nombre, la dirección y el teléfono de una empresa idénticos en todas las fichas.

Natural Language Understanding (NLU) - Rama del PLN centrada en captar el significado, la intención y el matiz tras el lenguaje.

Natural Link - Enlace concedido de forma editorial, por mérito, sin solicitud ni pago.

Navigation - El sistema de menús y enlaces que ayuda a los usuarios a moverse por un sitio. También conocido como Website Navigation.

Navigational Query - Búsqueda en la que el usuario intenta llegar a un sitio o página concretos.

Negative Keywords - Términos que excluyes en las campañas de pago para evitar mostrar anuncios en búsquedas irrelevantes.

Negative SEO - Tácticas dañinas destinadas a degradar el posicionamiento de un competidor en la búsqueda.

News Box - Función SERP que destaca artículos de noticias recientes y pertinentes, a menudo etiquetada como Top Stories.

Niche - Un segmento concreto y enfocado de un mercado o tema más amplio.

NLP (Natural Language Processing) - El campo que permite a los ordenadores procesar, analizar y comprender el lenguaje humano.

Nofollow Link - Enlace que pide a los motores de búsqueda no transmitir señales de posicionamiento a su destino. También conocido como rel="nofollow".

Noindex - Directiva que indica a los motores de búsqueda no incluir una página en su índice.

Noopener and Noreferrer - Atributos rel añadidos a los enlaces que se abren en una nueva pestaña por motivos de seguridad y privacidad. También conocido como rel="noopener", rel="noreferrer".

Number of Results - El número de páginas que un motor de búsqueda informa que coinciden con una consulta dada.

O

Off-Page SEO - Actividad fuera de tu sitio, principalmente la creación de enlaces, que construye autoridad y confianza.

On-Page SEO - Optimización del contenido y el HTML de una página para que se posicione más alto en las búsquedas.

Online Directories - Sitios que enumeran empresas y sirven a menudo de fuente de menciones locales.

Online Review Management - Supervisar, responder y fomentar las reseñas de los clientes en distintas plataformas. También conocido como Review Management.

Online Reviews - Valoraciones y comentarios de los clientes sobre una empresa, publicados en línea. También conocido como Reviews.

Online Visibility - Lo fácil que es encontrar una marca en los motores de búsqueda y en la web en general.

Open Graph - Etiquetas meta que controlan cómo aparece una URL cuando se comparte en las plataformas sociales. También conocido como Open Graph Meta Tags.

Opt-In - El consentimiento explícito de un usuario para recibir comunicaciones o ser rastreado.

Opt-Out - La decisión de un usuario de rechazar comunicaciones o un rastreo que de otro modo recibiría.

Organic Search Results - Resultados no de pago posicionados según la pertinencia en lugar de la publicidad.

Organic Traffic - Visitantes que llegan a un sitio desde los resultados de búsqueda no de pago.

Origin Server - El servidor que almacena el contenido original de un sitio, situado tras un posible CDN.

ORM (Online Reputation Management) - Gestionar y mejorar cómo se percibe una marca en los resultados de búsqueda y en la web. También conocido como Reputation Management.

Orphan Page - Página a la que no apunta ningún enlace interno del resto del sitio.

Out of Stock Handling - La forma en que un sitio de comercio electrónico gestiona las páginas de productos temporalmente agotados.

Outreach - Contactar con personas o sitios para construir relaciones y conseguir enlaces o menciones.

Over-Optimization - Aplicar tácticas SEO de forma tan agresiva que se vuelve en contra y perjudica el posicionamiento.

P

Page Authority (PA) - Puntuación de Moz de 0 a 100 que predice lo fuerte que puede posicionarse una página individual.

Page Experience - El conjunto de señales de Google que reflejan cómo perciben los usuarios la experiencia de una página, incluidos los Core Web Vitals.

Page Speed - La rapidez con que se carga una página web y se vuelve utilizable para los visitantes.

Page Title - El elemento title de una página, mostrado como título enlazable en los resultados de búsqueda.

Page View - Una sola ocasión en que una página se carga y se muestra. También conocido como Pageview.

PageRank (PR) - El algoritmo fundacional de Google que evalúa la importancia de una página según el número y la calidad de los enlaces que apuntan a ella.

Pages per Session - El número medio de páginas que un visitante ve en una sola sesión.

Pagination - Dividir el contenido en páginas numeradas y enlazarlas entre sí para la navegación.

Paid Link - Backlink obtenido a cambio de un pago.

Paid Search Engine Result - Ficha publicitaria que aparece en los resultados de búsqueda porque un anunciante pagó por su posición.

Paid Traffic - Visitantes que llegan a un sitio mediante un anuncio de pago.

Panda - Actualización de Google que se dirige al contenido escaso y de baja calidad, hoy parte del algoritmo principal. También conocido como Google Panda, Panda Update.

Partial Match Anchor Text - Texto ancla que incluye parte de la palabra clave objetivo junto con otras palabras.

Partial Match Penalty - Acción manual o degradación que solo afecta a ciertas páginas o palabras clave, no a todo el sitio.

Passage Indexing - La capacidad de Google de posicionar una sección pertinente aislada de una página, no solo la página en su conjunto.

Passage Retrieval - Recuperar la sección más pertinente de unos documentos para responder a una consulta.

Passage Weighting - Asignar distintos niveles de importancia a secciones individuales al posicionar una página.

PBN (Private Blog Network) - Red de sitios construida solo para dirigir enlaces a un sitio objetivo, una infracción de las directrices.

Penguin - Actualización de Google que se dirige a los enlaces manipuladores y al spam, hoy parte del algoritmo principal. También conocido como Google Penguin.

People Also Ask (PAA) - Función SERP que muestra preguntas desplegadas relacionadas con la búsqueda del usuario.

People Also Ask Boxes - Los recuadros individuales de preguntas y respuestas desplegadas dentro de la función People Also Ask.

Persona - Perfil ficticio que representa un segmento de tu público objetivo.

Personalization - Adaptar el contenido o los resultados de búsqueda al contexto y al historial de un usuario individual.

Pillar Page - Página amplia y completa que ancla un clúster temático y enlaza con subpáginas relacionadas.

Pitch - El mensaje con el que propones tu contenido, tu enlace o tu idea a un posible socio.

Pogo-Sticking - Cuando un usuario hace clic en un resultado y vuelve enseguida a la SERP para elegir otro.

Poison Words - Palabras de las que antes se creía que activaban filtros antispam o entorpecían el posicionamiento de una página.

Position - El lugar concreto que ocupa un resultado en la página de resultados de búsqueda.

PPA (Pay Per Action) - Modelo publicitario en el que solo pagas cuando se produce una acción concreta, como un registro.

PPC (Pay Per Click) - Modelo publicitario en el que pagas cada vez que alguien hace clic en tu anuncio.

Precision - En recuperación de información, la proporción de los resultados devueltos que son de verdad pertinentes.

Price Competitiveness - Cómo se compara el precio de un producto con el de la competencia, algo relevante para los resultados de compras y de productos.

Primary Category - La categoría principal asignada a un perfil de empresa o a un producto, que da forma a la pertinencia.

Primary Keyword - La única palabra clave principal en torno a la que se construye y optimiza una página para posicionarse.

Product Grid SEO - Optimizar las páginas de cuadrículas de productos y de categorías de comercio electrónico para la visibilidad en las búsquedas orgánicas.

Product Schema - Datos estructurados que describen un producto, como su precio, disponibilidad y reseñas.

Programmatic SEO - Generar innumerables páginas a gran escala a partir de datos y plantillas para segmentar grandes conjuntos de búsquedas similares.

Programming Language - Lenguaje formal usado para escribir instrucciones que ejecuta un programa.

Progressive Web Apps (PWA) - Aplicaciones web que se comportan como aplicaciones nativas, con funciones como el uso sin conexión y la posibilidad de instalarse.

Prominence - En SEO local, lo conocida y consolidada que está una empresa, un factor de posicionamiento local.

Prompt Bank - Colección guardada de instrucciones reutilizables para las herramientas de IA.

Prospecting - Identificar posibles objetivos para enlaces, colaboraciones o clientes con los que contactar.

Protocol - Conjunto de reglas que rige el intercambio de datos, como HTTP o HTTPS.

Public Relations - Gestionar cómo perciben el público y los medios a una organización.

Pull Channel - Canal de marketing en el que los clientes acuden a ti, como la búsqueda orgánica.

Pull Marketing - Atraer a los clientes haciéndote localizable cuando buscan activamente soluciones.

Purchase Conversion - Conversión en la que un visitante realiza una compra.

Purchased Link - Enlace comprado para influir en el posicionamiento, lo que incumple las directrices si no se señala ni es nofollow.

Push Channel - Canal por el que envías mensajes a un público, como los anuncios de display o el correo electrónico.

Push Marketing - Entregar mensajes de forma proactiva a un público que no los buscó activamente.

Q

Qualified Lead - Cliente potencial que cumple los criterios que indican un potencial de venta real.

Qualified Traffic - Visitantes que coinciden con tu público objetivo y tienen más probabilidades de convertir.

Quality Content - Contenido útil, exacto y que satisface de verdad la intención del usuario.

Quality Score - La valoración de calidad de Google Ads de las palabras clave, los anuncios y las páginas de destino, que influye en el coste y la posición del anuncio.

Query Deserves Diversity (QDD) - Un concepto que favorece una mezcla variada de resultados para las consultas ambiguas con varios significados.

Query Deserves Freshness (QDF) - Un concepto de Google que favorece el contenido más reciente para las consultas que muestran un aumento del interés.

QUIC - Protocolo de transporte moderno usado por HTTP/3, que reduce la latencia al funcionar sobre UDP.

R

Rank Distribution - La forma en que las palabras clave de un sitio se reparten por el rango de posiciones de posicionamiento.

Rank Tracking - Supervisar cómo cambian las posiciones de las palabras clave de un sitio a lo largo del tiempo.

RankBrain - El sistema de aprendizaje automático de Google que ayuda a interpretar las consultas nuevas y ambiguas. También conocido como Google RankBrain.

Ranking - La posición que ocupa una página en los resultados de búsqueda para una consulta.

Ranking Factor - Una señal que un motor de búsqueda usa para determinar el orden de sus resultados.

Readability Score - Métrica que estima lo fácil que es leer un texto.

Reciprocal Link - Acuerdo en el que dos sitios se enlazan mutuamente.

Reconsideration Request - Solicitud que pide a Google reevaluar un sitio después de resolver una acción manual.

Redirect - Una forma de dirigir automáticamente a usuarios y bots de una URL a otra.

Redirect Chain - Una secuencia de varias redirecciones que atraviesa una solicitud antes de la URL final.

Redirected Link - Enlace que pasa por una o varias redirecciones antes de llegar a la URL final.

Referral Traffic - Visitantes que llegan a tu sitio mediante enlaces situados en otros sitios.

Referring Domain - Dominio único que enlaza a tu sitio al menos una vez.

Regex (Regular Expressions) - Patrones de texto usados para coincidir cadenas, útiles en filtros, auditorías y Search Console.

Regional Keywords - Palabras clave vinculadas a una región o ubicación concretas.

Reinclusion - Devolver un sitio o sus páginas al índice tras una eliminación o una penalización.

Related Searches - Sugerencias de búsqueda relacionadas con tu consulta que aparecen al final de la página de resultados.

Relative URL - URL escrita en relación con la página actual, que omite el protocolo y el dominio.

Relevance - Lo bien que una página o empresa se ajusta a la consulta de quien busca, un factor de posicionamiento clave.

Render-Blocking Scripts - Scripts que deben cargarse y ejecutarse antes de que el navegador pueda renderizar el contenido visible.

Rendering - El proceso de convertir el código de una página en la apariencia visual que ve el usuario.

Rendering Delay - El retardo entre una solicitud y el momento en que el contenido de una página queda totalmente renderizado.

Resource Hints - Indicaciones HTML, como preload, preconnect y dns-prefetch, que aceleran la carga de los recursos.

Resource Pages - Páginas curadas que reúnen y enlazan recursos útiles sobre un tema.

Responsive Design - Enfoque de diseño en el que la disposición de una página se adapta con fluidez a cualquier tamaño de pantalla.

Retrieval-Augmented Generation (RAG) - Enfoque de IA que recupera documentos pertinentes y los usa para anclar una respuesta generada.

Review Sentiment - El tono global, positivo o negativo, que se expresa en las reseñas de una empresa.

Review Velocity - El ritmo al que una empresa reúne nuevas reseñas a lo largo del tiempo.

Rich Snippet - Resultado de búsqueda enriquecido con información adicional tomada de los datos estructurados de una página.

Robots Meta Directives (nosnippet, max-snippet, max-image-preview, noarchive) - Directivas robots que controlan cómo puede aparecer una página en los resultados, incluida la longitud del fragmento, las vistas previas de imágenes y el almacenamiento en caché.

Robots.txt - Archivo que indica a los bots a qué partes de un sitio pueden o no pueden acceder.

ROI (Return on Investment) - Métrica de la ganancia obtenida en relación con el coste de una inversión.

Root Domain - El dominio de nivel superior registrado, sin ningún prefijo de subdominio.

S

SaaS (Software as a Service) - Software que se ofrece en línea por suscripción, en lugar de instalarse localmente.

SAM (Serviceable Available Market) - La parte de un mercado total que una empresa puede atender de forma realista.

sameAs - Propiedad schema que vincula una entidad con sus perfiles y URL oficiales.

Schema Markup - Vocabulario de datos estructurados añadido a las páginas para habilitar resultados enriquecidos.

Schema.org - El vocabulario colaborativo que estandariza los datos estructurados entre los motores de búsqueda.

Scraped Content - Contenido copiado de otros sitios sin permiso ni valor añadido.

Scraping (Web Scraping) - Extracción automática de datos o contenido de sitios mediante software.

Screaming Frog - Rastreador de escritorio muy usado para auditorías SEO técnicas.

Scroll Depth - Lo profundo que los visitantes desplazan una página antes de irse.

Scrum Board - Tablero visual que sigue las tareas y el progreso en un flujo de trabajo Scrum.

Search Demand Curve - La distribución de la demanda de búsqueda, de los términos de gran volumen en la parte alta a la cola larga.

Search Engine - Software que encuentra, indexa y posiciona páginas web en respuesta a las consultas de los usuarios.

Search Engine Advertising - Pagar por mostrar anuncios entre los resultados de un motor de búsqueda.

Search Engine Poisoning - Manipular los resultados para que páginas dañinas o engañosas aparezcan en las búsquedas.

Search Engine Rank - La posición que ocupa una página entre los resultados de un motor de búsqueda.

Search Engine Results Page (SERP) - La página de resultados que un motor de búsqueda devuelve para una consulta dada.

Search Generative Experience Visibility - Con qué frecuencia y visibilidad aparece una marca en las respuestas de búsqueda generadas por IA.

Search Intent - El objetivo subyacente con el que un usuario escribe una consulta.

Search Quality Rater Guidelines - La guía pública de Google que ayuda a los evaluadores humanos a juzgar la calidad de los resultados y el E-E-A-T.

Search Query - Las palabras que un usuario escribe en un motor de búsqueda para encontrar algo. También conocido como Query, Search Term.

Search Result Snippet - El título, la URL y la descripción que se muestran para un resultado individual en la SERP.

Search Results - Las fichas que un motor de búsqueda devuelve en respuesta a una consulta. También conocido como Results.

Search Traffic - Visitantes que llegan a un sitio mediante los motores de búsqueda.

Search Visibility - Métrica que estima lo visible que es un sitio según las palabras clave por las que se posiciona.

Search Volume - El número de veces que se busca una palabra clave en un periodo determinado. También conocido como Volume.

Seasonal Trends - Los picos y valles predecibles de la demanda de búsqueda a lo largo del año.

Secondary Keywords - Palabras clave de apoyo que una página segmenta además de su palabra clave principal.

Seed Keywords - Los primeros términos básicos usados para arrancar la investigación de palabras clave.

SEM (Search Engine Marketing) - Marketing que aumenta la visibilidad en los motores de búsqueda, a menudo mediante anuncios de pago.

Semantic Completeness - Lo exhaustivamente que una página cubre los conceptos y subtemas relacionados con su tema.

Semantic Core - El conjunto completo de palabras clave que define la cobertura temática de un sitio.

Semantic Search - Búsqueda que interpreta el significado y la intención tras una consulta, no solo las palabras clave.

Semantic Similarity - Lo cerca que están dos fragmentos de texto o dos términos en cuanto a significado.

Semrush - Conjunto de software todo en uno popular para el SEO y el marketing digital.

Semrush Rank - La clasificación de Semrush de los dominios según su tráfico de búsqueda orgánico estimado.

Sentiment - El tono emocional, positivo o negativo, que se expresa sobre una marca o tema.

Sentiment Analysis - Usar el procesamiento del lenguaje natural para determinar la emoción expresada en un texto.

SEO (Search Engine Optimization) - La práctica de mejorar un sitio para que se posicione más alto en los resultados de búsqueda orgánicos.

SEO Audit - Evaluación a fondo del estado SEO, los problemas y las oportunidades de un sitio.

SEO Benchmarking - Medir el rendimiento SEO en relación con la competencia o los resultados anteriores.

SEO Briefing - Documento que guía a los redactores en la optimización de un contenido.

SEO Checklist - Lista de tareas usada para asegurar que una página o sitio está bien optimizado.

SEO Consultant - Experto que asesora a las empresas para mejorar su rendimiento de búsqueda.

SEO Emojis - Usar emojis en los títulos o las etiquetas meta para llamar la atención, aunque Google a menudo los elimina de los fragmentos.

SEO Podcast - Programa de audio dedicado a los temas de la optimización para motores de búsqueda.

SEO Service - Servicio profesional que se ofrece para mejorar los resultados SEO de un cliente.

SEO Silo - Agrupar el contenido relacionado en secciones estrechamente temáticas para construir pertinencia temática.

SEO Tips - Recomendaciones prácticas para mejorar el rendimiento de búsqueda de un sitio.

SEO URL - URL limpia, descriptiva y adecuada a las palabras clave, diseñada para apoyar las búsquedas y a los usuarios.

SEO vs. SEM - Comparación entre la optimización orgánica (SEO) y el marketing de búsqueda de pago (SEM).

SEOnaut - Apodo desenfadado para un profesional del SEO.

SERP Feature - Cualquier resultado no estándar en la SERP, como un fragmento, un paquete de imágenes o un paquete local.

SERP Real Estate - La cantidad de espacio visual que tus fichas ocupan en la página de resultados.

SERP Shaker - Término para un cambio importante y generalizado en las posiciones de los motores de búsqueda.

SERP Source - El sitio del que procede un resultado de búsqueda dado.

SERP Volatility - La medida en que las posiciones en los resultados de búsqueda fluctúan a lo largo del tiempo.

Server-Side Rendering (SSR) - Generar el HTML de una página en el servidor antes de enviarlo al navegador.

Service Area Business (SAB) - Empresa que atiende a los clientes en su ubicación en lugar de desde una tienda.

SGE (Search Generative Experience) - La experiencia de Google que mostraba respuestas generadas por IA sobre los resultados y que evolucionó hacia los AI Overviews.

Shopify - Plataforma de comercio electrónico alojada muy usada para crear tiendas en línea.

Shopping Grid - Cuadrícula de fichas de productos que aparece en los resultados de búsqueda de compras.

Short-Tail Keywords - Palabras clave cortas, amplias y de gran volumen, con una intención ambigua.

Site Architecture - La forma en que las páginas de un sitio están estructuradas, organizadas y enlazadas entre sí.

Site Audit - Análisis automatizado que identifica problemas SEO técnicos y on-page.

Site Speed - La rapidez con que las páginas de un sitio se cargan en general para sus visitantes.

Sitelinks - Enlaces adicionales a subpáginas mostrados bajo un resultado principal para facilitar la navegación. También conocido como Google Sitelinks.

Sitemap - Archivo que enumera las URL de un sitio para ayudar a los motores de búsqueda a descubrirlas y rastrearlas.

Sitemap Index - Archivo que apunta a varios sitemaps, usado para sitios muy grandes.

Sitewide Backlink - Backlink que aparece en todas las páginas del sitio que enlaza.

Sitewide Link - Enlace que se repite en todas las páginas de un sitio, situado a menudo en el encabezado o el pie.

Skyscraper Technique - Encontrar contenido popular, crear algo mejor y conseguir los enlaces que atrae.

SMM (Social Media Marketing) - Marketing de una marca y su contenido mediante las plataformas de redes sociales.

SMMO (Social Media Optimization) - Optimizar el contenido y los perfiles para aumentar el alcance y la interacción en las plataformas sociales.

Social Signals - Interacción en las redes sociales, como los me gusta y las veces compartido, a veces vinculada a la visibilidad.

Social Syndication - Republicar contenido en los canales sociales para ampliar su alcance.

Social Traffic - Visitantes que llegan a un sitio desde las plataformas de redes sociales.

Soft 404 - Página que devuelve un código de estado de éxito pero muestra a los usuarios un mensaje de no encontrado.

Source Attribution - Identificar y atribuir la fuente original de un contenido, unos datos o una visita.

SOV (Share of Voice) - La parte de tu marca en la visibilidad de búsqueda global para un conjunto de palabras clave en relación con la competencia.

Spam - Contenido irrelevante, manipulador o de baja calidad creado para engañar a los motores de búsqueda.

Spam Classifier - Sistema que detecta y marca automáticamente el contenido o los enlaces de spam.

Spam Score - Métrica de Moz que estima la probabilidad de que un sitio sea spam o esté penalizado.

Spam Signals - Características de una página o sitio que sugieren que podrían ser spam.

Spamdexing - Manipular el índice y el posicionamiento de un motor de búsqueda con métodos de spam. También conocido como Webspam, Search Engine Spam.

Spammy Tactics - Métodos SEO manipuladores que incumplen las directrices de los motores de búsqueda.

Splash Page - Página de introducción que se muestra antes del sitio principal, a menudo de carácter promocional.

Sponsored Link - Enlace marcado como de pago o patrocinado con un atributo rel, como exigen las directrices. También conocido como rel="sponsored".

Sponsored Link Disclosure - Marcar con claridad los enlaces y el contenido de pago como patrocinados, como exigen las directrices.

Srcset - Atributo HTML de imagen que ofrece varias fuentes de imagen para una carga adaptable.

SSL Certificate - Certificado digital que habilita las conexiones HTTPS cifradas, hoy técnicamente mediante TLS.

Static URL - URL que permanece sin cambios y no tiene parámetros de consulta dinámicos.

Status Code - Código HTTP que un servidor devuelve para señalar el resultado de una solicitud.

Stop Words - Palabras comunes, como the, and u of, que los motores de búsqueda suelen ignorar.

Structured Data - Marcado estandarizado que describe el contenido de una página para que los motores de búsqueda lo comprendan.

Subdirectory - Carpeta anidada en la estructura de URL de un sitio, el equivalente de una subcarpeta.

Subdomain - Prefijo de un dominio que forma una sección distinta, como blog.example.com.

Subfolder - Un directorio en la ruta de una URL, como example.com/blog.

Submission - Enviar un sitio o una URL a los motores de búsqueda o a directorios.

SXO (Search Experience Optimization) - Combinar el SEO con la experiencia de usuario para que una página satisfaga a los usuarios, no solo a las posiciones.

T

TAM (Total Addressable Market) - La oportunidad de ingresos total disponible para un producto o servicio.

Taxonomy - El sistema de categorías y etiquetas usado para organizar el contenido de un sitio.

Taxonomy SEO - Optimizar las páginas de categoría, etiqueta y otras páginas de taxonomía para las búsquedas.

Technical SEO - Optimizar el rastreo, la indexación y la infraestructura subyacente de un sitio.

The Fold - La línea en una página por debajo de la cual el contenido requiere desplazamiento para verse.

Thin Content - Páginas que ofrecen poco o ningún valor añadido a los usuarios.

Three-Way Link Exchange - Acuerdo en el que el sitio A enlaza a B, B a C y C de vuelta a A, para enmascarar la reciprocidad.

Thumbnails - Pequeñas imágenes de vista previa, como las que se muestran para los vídeos en los resultados de búsqueda.

Tiered Link Building - Construir enlaces hacia tus backlinks existentes, por capas, para amplificar su fuerza.

Time on Page - El tiempo medio que los visitantes pasan en una sola página.

Time to First Byte (TTFB) - El tiempo entre una solicitud y la recepción del primer byte de la respuesta del servidor.

Title Tag Optimization - Dar forma al elemento title de una página para mejorar la pertinencia y la tasa de clics.

TLD (Top-Level Domain) - El sufijo de un dominio tras el último punto, como .com, .org o .es.

TLS (Transport Layer Security) - El protocolo que cifra los datos entre un cliente y un servidor, el sucesor de SSL.

Top Stories - Función de noticias en la SERP que destaca artículos recientes y pertinentes para una consulta.

Topic Cluster - Grupo de páginas relacionadas organizadas en torno a una página pilar central.

Topic Efficiency - Lo eficazmente que un sitio capta tráfico para un tema en relación con el contenido invertido.

Topical Authority - La experiencia y la profundidad percibidas de un sitio en todo un ámbito temático.

Topical Coverage - Lo exhaustivamente que un sitio cubre todos los aspectos de un tema.

Topical Relevance - Lo estrechamente relacionado que está un contenido con un tema dado.

Total Blocking Time (TBT) - Métrica de laboratorio que suma el tiempo en que el hilo principal estuvo bloqueado, reflejando la interactividad.

Toxic Backlinks - Enlaces dañinos o de spam que pueden perjudicar el posicionamiento de un sitio.

Tracking Code - Fragmento de código colocado en un sitio para recopilar datos de analítica o de conversión.

Traffic - El número total de visitantes que recibe un sitio.

Traffic % - La parte del tráfico global atribuida a una palabra clave, una página o un canal.

Traffic Cost - El coste estimado de conseguir tu tráfico orgánico mediante anuncios de pago.

Traffic Potential - El tráfico orgánico total que un tema o palabra clave puede aportar de forma realista.

Transactional Query - Búsqueda que señala la intención de comprar o realizar una acción concreta.

Trend - La dirección general en la que algo, como el interés de búsqueda, evoluciona.

Trust Dampening - Reducir el valor de posicionamiento transmitido por enlaces procedentes de fuentes de poca confianza.

Trust Flow - Métrica de Majestic que estima la calidad de los enlaces de un sitio según la fiabilidad de sus fuentes.

TrustRank - Algoritmo que distingue las páginas útiles del spam partiendo de sitios fuente de confianza.

Twitter Cards - Etiquetas meta que controlan cómo aparece una URL cuando se comparte en Twitter, hoy X.

U

UGC Link Attribute - Valor rel que marca los enlaces que aparecen en el contenido generado por los usuarios. También conocido como rel="ugc".

Unique Visit - Una visita contada una sola vez por visitante único en un periodo determinado.

Universal Analytics (UA) - La antigua plataforma de analítica de Google, sustituida por GA4 en 2023.

Universal Search - Mezclar distintos tipos de resultados, como imágenes, noticias y vídeos, en una sola SERP.

Unlinked Mention - Una mención de tu marca en un contenido que no incluye un enlace.

Unnatural Link - Enlace creado para manipular el posicionamiento, en lugar de obtenido de forma editorial.

URL (Uniform Resource Locator) - Una dirección web que apunta a un recurso concreto en internet.

URL Folder - Un segmento de directorio en la ruta de una URL.

URL Parameter - Un par clave-valor añadido a una URL tras un signo de interrogación para enviar datos.

URL Rating (UR) - Métrica de Ahrefs de 0 a 100 para la fuerza del perfil de backlinks de una página.

URL Slug - La parte legible de una URL que identifica una página concreta. También conocido como Slug.

URL Structure - La forma en que las URL de un sitio están organizadas y formateadas en todo el sitio.

Usability - Lo fácil e intuitivo que es para los visitantes usar un sitio.

User Engagement - Lo activamente que los usuarios interactúan con un sitio o su contenido.

User Experience (UX) - La calidad global de la interacción de una persona con un sitio o producto.

User Intent - El objetivo que un usuario quiere alcanzar con una búsqueda.

User Interface (UI) - Los elementos visuales y los controles a través de los cuales un usuario interactúa con un producto.

User-agent - Una cadena que identifica al navegador o bot que envía una solicitud a un servidor.

User-Friendly - Diseñado para ser fácil, claro y agradable de usar para las personas.

UTM Code - Una etiqueta añadida a una URL para hacer seguimiento del rendimiento de una campaña en las herramientas de analítica.

UTM Parameters - Las etiquetas individuales clave-valor en una URL de campaña marcada con UTM.

V

Variant Indexing - La forma en que los motores de búsqueda gestionan la indexación de varias variantes de un producto o página.

Vary Header - Encabezado HTTP que indica a las cachés cómo varía una respuesta según los encabezados de la solicitud.

Vector Search - Búsqueda que coincide el contenido según la similitud semántica mediante incrustaciones vectoriales.

Vertical Search - Búsqueda limitada a una categoría de contenido concreta, como imágenes u ofertas de empleo.

Vertical Search Engine - Motor de búsqueda centrado en un solo tema o tipo de contenido.

Video Carousel - Función SERP que muestra una fila de vídeos con desplazamiento horizontal.

Video Optimization - Optimizar el contenido de vídeo para que rinda bien en las búsquedas y capte a los espectadores.

Viewport - El área visible de una página web en la pantalla de un dispositivo.

Viral Content - Contenido que se propaga rápida y ampliamente al compartirse.

Visibility - Lo visiblemente que un sitio aparece en los resultados de búsqueda.

Visibility Score - Métrica que estima la visibilidad de búsqueda global de un sitio.

Visit (Session) - Una sola sesión de navegación que un usuario pasa en un sitio.

Voice Search - Búsqueda pronunciando una consulta en voz alta a un dispositivo o asistente.

Voice Search SEO - Optimizar el contenido para que pueda destacarse en las búsquedas por voz.

Volatility - La medida en que las posiciones de los motores de búsqueda fluctúan a lo largo del tiempo.

W

Warm Cache - Caché ya llena de datos para que las solicitudes puedan atenderse con rapidez.

Web Architecture - El diseño estructural de cómo se conectan los sistemas web, los servidores y las páginas.

Web Stories - Historias visuales a pantalla completa y táctiles que pueden aparecer en la búsqueda de Google.

Webpage - Un solo documento en la web, accesible en su propia URL.

Website - Una colección de páginas web relacionadas publicadas bajo un solo dominio.

Website Architecture - La forma en que las páginas y secciones de un sitio están estructuradas y enlazadas entre sí.

Website Quality - El nivel global del contenido, la experiencia de usuario y la fiabilidad de un sitio.

Website Structure - La organización y la jerarquía de las páginas dentro de un sitio.

White Hat SEO - Prácticas SEO éticas que respetan las directrices de los motores de búsqueda.

WordPress - El sistema de gestión de contenidos más usado para crear sitios web.

WPO (Website Performance Optimization) - Mejorar la velocidad de carga y el rendimiento global de un sitio.

X

X-Robots-Tag - Encabezado HTTP que controla la indexación y el rastreo de cualquier tipo de archivo.

XML (Extensible Markup Language) - Lenguaje de marcado flexible usado para almacenar y transmitir datos estructurados.

XML Sitemap - Archivo legible por máquina que enumera las URL de un sitio para los motores de búsqueda. También conocido como Sitemap.xml.

Y

Yahoo - Portal web y motor de búsqueda de larga trayectoria cuyos resultados proporciona Bing.

Yandex - El principal motor de búsqueda en Rusia.

MYL (Your Money or Your Life) - Páginas que pueden afectar a la salud, las finanzas o la seguridad, y a las que Google aplica estándares de calidad más altos.

Yoast SEO - Plugin SEO popular para WordPress.

Z

Zero-Click Search - Búsqueda que se responde directamente en la página de resultados, sin un clic a un sitio.

Zombie Pages - Páginas de poco valor que no aportan tráfico y pueden diluir la calidad global de un sitio.