



DICCIONARIO SEO

Este diccionario explica de una forma sencilla y muy práctica todo lo que necesitas saber sobre SEO. Encuentra en él definiciones muy detalladas de todas aquellas palabras que se te escapan y que necesitas conocer.

Sin ir más lejos, aquí tienes las definiciones más valoradas del SEO.

1. Accelerated Mobile Pages o AMP

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

2. Ahrefs ®

Es una herramienta capaz de analizar el perfil de enlaces de un dominio o url concreta. Aporta datos sobre los enlaces entrantes y salientes de una web, calidad, IP y tipo de enlace.

3. Alojamiento Web / Hosting

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

4. Arquitectura Web

La arquitectura web es la forma en la que está estructurada un sitio web, también se entiende como la jerarquización de información del sitio, el cual ha de ser lógico y coherente.

5. ASO

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

6. Atributo ALT

El atributo ALT es un atributo HTML. El atributo ALT se coloca directamente en la etiqueta de la imagen. El contenido puesto dentro del atributo ALT proporciona un texto alternativo para mostrar en su lugar.

7. Auditoría SEO

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

8. AWD

Siglas de Adaptive Web Design, método de adaptación de una web a versión móvil utilizando un layout distinto al de la versión de escritorio.

9. Blog

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

10. Backlinks o Enlaces Entrantes

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

11. Breadcrumbs o Migas de pan

En términos de SEO, es una pequeña ruta de texto que muestra la ubicación de un usuario en un sitio web.

12. Buyer persona

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

13. Breakpoints

También llamados Media Query Breakpoints, son "puntos de ruptura" que se crean en el archivo CSS, cuya funcionalidad es adaptar el diseño, al formato de diferentes dispositivos.

14. Caché

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

15. Canonicals

Un Canonical, es un atributo "(rel="canonical")" para la etiqueta de HTML "<link>". Este atributo, sirve para decir cual es la URL principal del contenido que estás mostrando.

16. Canibalización de Palabras Clave

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

17. Carpeta raíz

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

18. CDN

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

19. Clickbait

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

20. Cliente web

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

21. Cloaking o encubrimiento SEO

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

22. CMS

Content management system (CMS) o sistema de gestión de contenidos, es un software informático que permite el manejo, la creación y modificación de contenido digital principalmente en páginas web de una forma sencilla.

23. Content Marketing

También conocido como Marketing de contenidos. Este es una estrategia de marketing que se utiliza para atraer, involucrar y retener a una audiencia mediante el desarrollo y distribución de contenido relevante y útil.

24. Contenido duplicado

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

25. Cookie

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

26. Copywriting

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

27. Crawl Budget/ Presupuesto de rastreo

El Crawl Budget se conoce como el presupuesto de rastreo y es la suma entre el Crawl Demand y el Crawl limit . El Crawl Demand es lo que a Google le va interesando entrar a tu web en función de las actualizaciones que recibe el contenido de tu web y la popularidad del mismo. El Crawl Limit o tasa de rastreo es el tiempo que Google está dispuesto a invertir en tu web.

28. Crawler, Spiderbot, Araña web o Rastreador web

Se denomina así a los programas que inspeccionan páginas web con el objetivo de rastrearlas y ver que contienen.

29. Crawling o rastreo

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

30. CRO

La optimización de la tasa de conversión (CRO) es el proceso sistemático de aumentar el porcentaje de visitantes del sitio web que realizan una acción deseada, ya sea completar un formulario, convertirse en clientes o de otra manera.

30. CSS

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

31. CTA

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

32. CTR o Click Through Rate

El CTR es la relación entre el número de visualizaciones y el número de clics. $\text{Clics} \div \text{impresiones} = \text{CTR}$.

33. CDA o Domain Authority

DA o domain authority (también conocido como autoridad de la web o autoridad del sitio) es una métrica desarrollada por Moz® que mide la autoridad, fuerza o relevancia que tiene un dominio web.

34. Desindexar

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

35. Disavow

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

36. Dom

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

37. Dominio expirado o caducado

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

38. Dominio Web

Un dominio es el nombre o texto que identifica de forma única cada sitio web de Internet. El dominio incluye tanto el nombre como la terminación, conocida como extensión de dominio.

39. Editor de texto

Programa que sirve para crear y editar código de programación.

40. Ecommerce

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

41. EMD o Exact Match Domain

Un EMD o EXACT MATCH DOMAIN es un dominio con concordancia de palabra clave. Es decir, que incluye en el nombre del dominio la palabra clave exacta para la que se quiere posicionar la web.

42. Enlace o link

Un enlace es un elemento, ya sea una imagen o texto que se puede clicar para ser conducido a otra página o URL. Los enlaces pueden ser dofollow o nofollow

43. Enlace Dofollow

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

44. Enlace Nofollow

Los nofollow son enlaces marcados con el atributo `rel="nofollow"`, que indica a las arañas web que no los tengan en cuenta.

45. Enlace `target="_blank"`

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

46. Enlaces y otras etiquetas REL

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

47. Enlaces Javascript

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

42. Featured Snippets

Google en ocasiones según el resultado de búsqueda muestra fragmentos destacados que se muestran en cuadros con el objetivo de resolver la intención de búsqueda del usuario de forma instantánea.

43. Framework

Framework, traducido al español significa metodología de trabajo. Aplicado al SEO y al software son formas de hacer las cosas, como el AMP que es una metodología de optimización móvil.

44. GA4 o Google Analytics 4

Google Analytics 4 (anteriormente conocido como "Aplicación + Web") es la nueva versión de Google Analytics. GA4 posee un nuevo tipo de propiedad el cual permite medir los eventos, acciones diferenciadas, y las interacciones de los usuarios de forma unificada

46. Git

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

47. Google Adsense

Google Adsense es un sistema gratuito que permite insertar anuncios de la plataforma de Google a través de la implementación de un código en tu web.

48. Google Adwords o Google Ads

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

49. Google Bot

Googlebot es el nombre genérico del rastreador web de Google. Este se encarga de rastrear páginas web e indexarlas en su base de datos para, después, organizar los resultados de búsqueda en base a las peticiones del usuario.

50. Google Analytics

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

51. Google Data Studio

Data Studio es una herramienta gratuita que convierte los datos del sitio en paneles e informes informativos, fáciles de leer, fáciles de compartir y totalmente personalizables.

52. Google Keyword Planner

Google Keyword Planner o planificador de palabras clave es la herramienta que Google pone a disposición para hacer investigación de palabras clave, encontrar nuevas ideas de keywords y detectar palabras clave long tail que pueden resultarnos interesantes.

53. Google Search Commands o Footprints

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

54. Google Search Console.

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

55. Google Tag Manager

Google Tag Manager es un sistema de gestión de etiquetas (TMS) que permite actualizar rápida y fácilmente los códigos de medición y los fragmentos de código relacionados conocidos colectivamente como etiquetas en el sitio web o aplicación móvil.

56. Headlines o Encabezados

Los encabezados (Headlines, aunque la traducción literal sería Titulares) ayudan a los usuarios y a los motores de búsqueda a leer y comprender el texto.

57. Hreflang

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

58. Htaccess

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

59. HTML

HTML (Hyper Text Markup Language) es un lenguaje de marcado que define la estructura del contenido.

60. IDE

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

61. Indexación

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

62. Interlinking o enlazado interno

Los enlaces internos son hipervínculos que apuntan a (destino) el mismo dominio que el dominio en el que existe el enlace (origen).

63. IP o Internet Protocol

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

64. JS o JavaScript

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

65. Jump Links

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

66. Keyword o Palabra Clave

Una palabra clave o keyword (KW) es una búsqueda que los usuarios hacen en Google o cualquier otro buscador.

67. Keyword Informativa

Las palabras claves informativas son aquellas que se utilizan cuando un usuario en línea busca más información sobre algo .

68. Keyword Long Tail o Palabra Clave de Cola Larga

Las palabras claves long tail o de cola larga son palabras clave más largas o combinaciones de diferentes palabras clave.

69. Keyword Research o Estudio de Palabras Clave

La investigación de palabras clave les brinda a los especialistas en marketing una mejor comprensión de qué tan alta es la demanda de ciertas palabras clave.

70. Keyword Stuffing

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

65. KPI

Los Key Performance Indicator de optimización de motores de búsqueda son valores que utilizan los equipos de marketing para medir el rendimiento del sitio web.

66. Keyword Transaccional

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

67. Landing Page

Landing page o página de destino es una página específica. Esta suele ser para algún tipo de promoción en concreta.

68. Laravel

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

69. Librería / Bibliotec

Una librería en programación es un conjunto de implementaciones funcionales en un lenguaje de programación.

70. Link Juice

Link juice se usa para describir y medir cuánto poder pasa un backlink a otro sitio y, por lo tanto, lo fortalece.

75. Link Building

Link Building o construcción de enlaces es el proceso de adquirir hipervínculos de otros sitios web al suyo.

76. Link Baiting

Link building o cebo de enlaces es el proceso de creación de contenido con el único objetivo de lograr que otros sitios web lo vinculen o lo compartan de forma natural sin necesidad de preguntar qué utiliza el usuario cuando quiere adquirir un producto o servicio.

77. Lead

Un **lead** es una persona o empresa que ha manifestado un interés por los productos o servicios de tu marca.

78. Lead generation

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

79. Logs

Los servidores, sistemas operativos, dispositivos de red y aplicaciones generan automáticamente una entrada de registro (log entry) cada vez que realizan una acción/evento.

80. Magento

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

81. Meta Description

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

82. Meta Tags

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

83. Meta Title

Es una meta que no existe a no ser que nos refiramos al Open Graph Title.

84. Meta Robots

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

85. Metadatos

Los metadatos son datos sobre datos. En otras palabras, es información que se usa para describir los datos contenidos en algo como una página web, documento o archivo

86. Motores de búsqueda

Son los mecanismos que recopilan y distribuyen información existente en la red para responder a las búsquedas que realizan los usuarios mediante las keywords

87. Microsoft Bing ®

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

88. MySQL

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

89. Navegación por facetas

La navegación por facetas es una manera de ordenar y filtrar resultados dentro de una web, mostrando resultados según las opciones elegidas.

90. MNoindex

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

91. Nofollow

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

92. NoSQL

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

93. Ofuscar enlaces

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

94. Open Graph / OG

Los Open Graphs son unos protocolos creados por Facebook® que sirven para mostrar un formato enriquecido en diferentes plataformas, como Facebook®, LinkedIn®, WhatsApp® o Skype® entre otras.

95. PA o Page Authority

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

96. PageRank ®

El PAGERANK es una métrica interna que Google utiliza para clasificar el valor de una web, a partir de los enlaces que recibe, su calidad, los dominios que lo enlazan, la antigüedad del dominio.

97. PHP

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

98. Penalizaciones SE

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

99. phpMyAdmin

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

100. Python

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

101. Plugin

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

102. Prestashop

PrestaShop CMS de código abierto enfocado al e-commerce.

103. Público Objetivo

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

104. Product Owner

Un propietario de producto (PO) desempeña el rol en un equipo de desarrollo de productos responsable de administrar la acumulación de productos a fin de lograr el resultado deseado que un equipo de desarrollo de productos busca lograr.

105. Query

La traducción literal del término es consulta. Desde una perspectiva SEO, una Search Query es una consulta de búsqueda.

106. Redirección

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

107. REGEX

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

108. Request

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

109. Rich Snippets

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

110. PRObots.txt

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

111. RWD

Siglas de Responsive Web Design, también conocido como Responsive. Es un método de adaptación de una web de escritorio a versión móvil por medio del CSS.

112. Schema

USchema.org es una comunidad fundada por Google, Microsoft, Yahoo y Yandex, la cual genera un estándar para hacer datos estructurados.

113. Screaming Seo Frog

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

114. Search Engine Optimization (SEO)

El SEO hace referencia al proceso de mejorar el tráfico orgánico de un sitio, además del posicionamiento conseguido en las páginas de resultados de los motores de búsqueda como Google, Bing y otros.

115. SEO local

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

116. SEO técnico

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

117. SEO Blackhat

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

118. SEO en Real Time

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

119. SEO On Page o en la página

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

120. SEO Off Page o fuera de la página

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

121. SEA

El Search Engine Advertising, o SEA, es la práctica de comercializar una empresa mediante anuncios pagados que aparecen en las páginas de resultados de los motores de búsqueda (o SERP).

122. SEM

El Search Engine Marketing, o SEM, es el conjunto de SEO y SEM y todas las prácticas relacionadas con los motores de búsqueda.

123. Semrush

Semrush es un conjunto de herramientas todo en uno para mejorar la visibilidad en línea y descubrir conocimientos de marketing.

124. SERPs de Google

La palabra SERP es un acrónimo de Search Engine Results Page. Es decir, son las páginas de resultados de búsqueda de Google.

125. Servidor

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

126. Shopify

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

127. Sistrix

SISTRIX es una herramienta profesional de SEO utilizada para encontrar y analizar la visibilidad de su marcador digital para todos los dominios, URL y directorios de la competencia.

128. Sitemap

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

129. Slug

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

130. Status Code

Son códigos de 3 dígitos según el protocolo http que resuelve la respuesta del servidor ante una petición.

131. Squeeze Page

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

132. SXO

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

133. SQL

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

134. Texto Ancla o Anchor text

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

135. Thin Content

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

136. Title

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

137. Twitter Cards

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

138. URL

Una dirección dada a un recurso único en la web.

139. UX

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

140. Web

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

141. Web Horizontal

Web cuya temática es variada y heterogénea

142. Web Vertical

Web enfocada a una temática en particular.

143. WordPress

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

144. WPO

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

145. Yandex

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