1. **PALABRAS CLAVE**

**USO DE PALABRAS CLAVES EN UNA INVESTIGACION CIENTIFICA**

<https://normasapa.com/palabras-clave-de-paper/>

**¿QUÉ SON LAS PALABRAS CLAVE?**

Las palabras claves son utilizadas en bases de datos de artículos (o buscadores) como PsycINFO, Google Scholar entre otros, para encontrar los artículos con temáticas en especifico. De esta forma, un articulo con buenas palabras clave puede ser encontrado fácilmente a través de estas bases de datos.

**¿CÓMO ESCOGER LAS PALABRAS CLAVE?**

Las palabras claves suelen ser palabras o frases cortas que logren condensar los temas más importantes que se presentan en el articulo. Para escoger las palabras claves, simplemente se debe pensar en cuales palabras utilizaría un usuario para encontrar su articulo a través de un buscador. Estas palabras deben ser acorde a la jerga que se maneje en el entorno profesional del tema y deben ser en un lenguaje natural y de frecuente uso, por lo tanto, no se deben usar palabras “nuevas” (palabras propuestas para describir nuevos algoritmos, productos, teorías, etc).

**¿DÓNDE VAN LAS PALABRAS CLAVE?**

Las palabras clave suelen ir debajo del resumen (abstract), separadas por coma y en minúscula y suelen ser alrededor de 5 (depende de la revista que publica).

**USO DE PALABRAS CLAVES EN MARKETING (para evaluar contenido, puede ser comercial o académico)**

<https://blog.ida.cl/marketing-digital/caracteristicas-palabra-clave-eficiente/>

# **5 características de una palabra clave eficiente**

Describimos los parámetros que indican el nivel de calidad de una palabra clave y determinan su eficiencia y posibilidades de éxito en las estrategias de posicionamiento en resultados de búsqueda.

Las palabras clave son un elemento fundamental en las estrategias de optimización para buscadores o SEO. Estos elementos corresponden a los**términos usados por los usuarios en los motores de búsqueda al realizar una consulta específica**, por lo que determinan las posibilidades de que los prospectos encuentren un producto, servicio o información relacionada.

No todas las palabras tienen la misma efectividad para una misma empresa o proyecto. Su **eficiencia y posibilidades de éxito están determinadas por ciertas características** que deben analizarse antes de implementarlas.

## FACTORES QUE DETERMINAN LA CALIDAD DE UNA PALABRA CLAVE

Una tarea importante en la generación de una estrategia SEO es la selección de palabras clave. **Para definirlas, analiza las siguientes características:**

### **Relevancia**

El propósito de la estrategia debe ser **atraer a prospectos y clientes, no a cualquier persona**. Por esto, es importante que las palabras sean de**alta relevancia para en el nicho o área de la empresa.**

Usa términos que se refieran directamente a los productos o servicios que ofreces, sin inducir a confusiones o destacar aspectos poco relacionados, ya que esto hará que el usuario se sienta engañado. La palabra clave que aparezca en el resultado debe**responder con contenidos a la búsqueda que hizo la persona.**

Por ejemplo, si vendes zapatos para mujeres y usas la palabra clave “Ofertas en ropa”, probablemente atraerás a usuarios que están buscando algo diferente a lo que ofreces, por lo que abandonarán tu sitio sin realizar conversiones.

### **Alto volumen de búsquedas**

Averigua cuáles son los**términos y sinónimos más usados por tu público objetivo.** Si hablas su mismo lenguaje, tendrás más posibilidades de que te encuentren.

Esta característica se ve reflejada en el tráfico o número de búsquedas con un palabra que realiza un grupo de usuarios en un tiempo determinado. Ten en consideración que **el uso de términos cambia junto con las tendencias** y la introducción de nuevas tecnologías.

Por ejemplo, en México tendrán más tráfico palabras como “Elevador”, “Nevera” y “Calabaza”, mientras que en Chile sus sinónimos “Ascensor”, “Refrigerador” y “Zapallo” serán las que registren más búsquedas.

### **Baja competencia**

Las palabras muy generales y de uso común compiten con muchas páginas para aparecer en los primeros resultados de búsqueda y por supuesto, en esa pelea ganan siempre los grandes sitios web, con marca y liderazgo establecido.

Para tener mejores posibilidades de destacar y quedar bien posicionado, debes **escoger términos que sean buscados, pero al mismo tiempo no sea tan comunes y, por tanto, no compitan con tantas páginas.**

### **Valor comercial**

Indica un **cálculo del valor comercial de una palabra** en un modelo de publicidad.

Muchas palabras clave implican una**acción que el usuario quiere realizar y que coincide con los objetivos del proyecto** digital. Las más comunes son las comerciales, es decir, aquellas que indican una intención de compra.

Algunos ejemplos son:

* Comprar
* Descuento
* Cupón
* Oferta
* Barato

### **Especificidad**

Las palabras clave pueden ser un término único o un conjunto de ellos. Es importante **mantener un equilibrio entre generalidad y especificidad**, de forma que puedas atraer a una buena cantidad de público, pero de un área específica o con una necesidad particular.

El nivel de [**concordancia**](https://blog.ida.cl/blog/marketing-digital/concordancias-de-palabras-clave/)**de palabras clave** puede llegar a determinar el éxito de una estrategia de posicionamiento web.

Existen varias[**herramientas**](https://blog.ida.cl/blog/marketing-digital/herramientas-seo-encontrar-analizar-palabras-clave/)**que permiten analizar los primeros cuatro parámetros de este listado**, entregando datos concretos sobre el número de búsquedas, los costos y la competencia. Además, muchas entregan información sobre conceptos relacionados o sinónimos, ayudándote en la selección.

Para determinar el nivel de concordancia, en cambio, es necesario**analizar las características particulares del proyecto digital y la estrategia**. De esta forma es posible adaptarla según los productos y servicios que se ofrecen y enfocarlas a los objetivos generales.

**NOTA.-**

SEO es la abreviatura de “Search Engine Optimization” (Optimización en Motores de Búsqueda) y consiste en mejorar la visibilidad de una web para que ésta aparezca mejor posicionada en los resultados orgánicos de los buscadores. El SEO también es conocido como posicionamiento en buscadores, posicionamiento natural o posicionamiento web.

El término SEO también es utilizado para referirse a las personas que desempeñan el trabajo de posicionamiento. Tradicionalmente las personas que se dedican al SEO suelen tener un perfil técnico (programadores, diseñadores web, etc.) pero con las nuevas tendencias del SEO cada vez es más importante los conocimientos sobre marketing y comunicación.

El SEO es una disciplina del marketing online junto a otras como el SEM (Marketing en buscadores), SMM (Social media Marketing), Email Marketing, Analítica Web, etc.

Es muy importante entender que el SEO es un trabajo a medio o largo plazo, los resultados a veces tardan meses en conseguirse. El número de palabras clave a posicionar es limitado y depende mucho del número de páginas de las que esté compuesta la web. Por ello, la selección inicial de las palabras clave es muy importarte.

# **PALABRAS CLAVE: DEFINICIÓN (uso**

<https://support.google.com/google-ads/answer/6323?hl=es-419>

Son palabras o frases que describen su producto o servicio y que elige para ayudar a determinar cuándo y dónde puede aparecer su anuncio.

* Las palabras clave que selecciona se usan para mostrar sus anuncios al público. Seleccione palabras clave relevantes y de alta calidad para su campaña publicitaria, de modo que llegue solo a las personas más interesadas y con más probabilidades de convertirse en sus clientes.
* Cuando alguien realiza una búsqueda en Google, **su anuncio podría aparecer en función de la similitud de sus palabras clave con los términos de búsqueda de la persona**, así como en función de los tipos de concordancia de las palabras clave. Las palabras clave también se usan para hacer coincidir su anuncio con sitios de la Red de Google que se relacionan con sus palabras clave y sus anuncios.
* Contar con una lista eficaz de palabras clave puede ayudarlo a mejorar el rendimiento de sus anuncios y a evitar precios más altos. Las palabras clave de mala calidad pueden dar como resultado costos más altos y anuncios con posiciones más bajas.
* Puede agregar **tipos de concordancia** a sus palabras clave para controlar con qué búsquedas se puede hacer coincidir su anuncio.

1. **BUSCADORES DE PALABRAS CLAVE**

<https://longtailpro.com/es/buscadores-de-palabras-clave-gratuitos/>

## Elegir Una Gran Herramienta Para Palabras Clave

Planificador de Palabras Clave de Google **AdWords, Ubersuggest, KeywordTool.io**: estos buscadores de palabras clave son un gran comienzo para la investigación de palabras clave.

Pero si estás buscando una herramienta que brinde más funciones, **Long Tail Pro** está claramente un paso por delante de las herramientas mencionadas anteriormente. No solo tiene métricas únicas que ayudan a encontrar palabras clave rentables, sino que también está equipado con funciones que pueden ayudarte a rastrear y medir tus resultados.

Si desea una ventaja competitiva, esta es la herramienta que estás buscando.

Si eso no es suficientemente bueno, viene con una prueba gratuita que te permitirá probar y familiarizarte con Long Tail Pro.

No te lo pierdas y aprovecha tu[versión de prueba gratuita de 7 días](https://longtailpro.com/) hoy.