Actividad SEO – Seminario 2024

**Lucas Bigiatti**

1. ¿Qué significa SEO?

2. ¿Qué son las palabras clave (keywords) en SEO?

3. ¿Por qué es importante el SEO para un sitio web?

4. ¿Qué es un sitio web responsive?

5. ¿Por qué es importante tener un sitio web responsive?

6. ¿Cuáles son algunos ejemplos de técnicas para crear un sitio web responsive?

7. ¿Qué es una consulta de medios (media query) en CSS y cómo se utiliza en diseño responsive?

8. ¿Cuáles son las ventajas de un diseño "mobile-first" en un sitio web responsive?

9. ¿Qué es Google Analytics?

10. ¿Cuál es el propósito principal de Google Analytics?

1. SEO (Search Engine Optimization) es el conjunto de técnicas y estrategias utilizadas para mejorar la visibilidad de un sitio web en los resultados orgánicos de los motores de búsqueda como Google. El objetivo del SEO es aumentar el tráfico de calidad a un sitio web al lograr una posición más alta en los resultados de búsqueda.
2. Las keywords son términos o frases que los usuarios escriben en los motores de búsqueda cuando están buscando información. En SEO, las palabras clave son fundamentales porque se utilizan para optimizar el contenido de un sitio web, de modo que aparezca en los resultados de búsqueda cuando alguien busca esos términos.
3. El SEO es crucial porque ayuda a que un sitio web aparezca en los primeros resultados de los motores de búsqueda, lo que incrementa la visibilidad, atrae más tráfico de calidad y, en última instancia, puede mejorar las conversiones y ventas. Un buen SEO también contribuye a la credibilidad y autoridad del sitio.
4. Un sitio web responsive es aquel que está diseñado y desarrollado para adaptarse y ofrecer una experiencia de usuario óptima en una amplia variedad de dispositivos, desde computadoras de escritorio hasta teléfonos móviles. Esto significa que el sitio se ajusta automáticamente al tamaño de la pantalla del dispositivo, asegurando que el contenido sea fácil de leer y navegar.
5. Tener un sitio web responsive es esencial porque los usuarios acceden a Internet desde una variedad de dispositivos con diferentes tamaños de pantalla. Un sitio web que no se adapta correctamente puede ofrecer una mala experiencia de usuario, lo que puede llevar a que los visitantes abandonen el sitio. Además, Google favorece a los sitios web responsivos en sus rankings de búsqueda, lo que hace que el SEO sea más efectivo.
6. **Diseño fluido (Fluid Grids**): Utilizar un diseño basado en porcentajes en lugar de valores fijos en píxeles para que los elementos se ajusten proporcionalmente al tamaño de la pantalla.

**Imágenes flexibles (Flexible Images):** Asegurarse de que las imágenes puedan redimensionarse y escalarse para adaptarse a diferentes tamaños de pantalla sin perder calidad.

**Consultas de medios (Media Queries):** Usar CSS para aplicar diferentes estilos según el tamaño de la pantalla o el dispositivo.

1. Una consulta de medios (media query) en CSS es una técnica que permite aplicar diferentes estilos CSS según las características del dispositivo, como el ancho de la pantalla. Se utiliza en el diseño responsive para cambiar el diseño y el estilo del sitio web dependiendo del tamaño de la pantalla, asegurando así que el contenido sea accesible y bien presentado en cualquier dispositivo.
2. **Mejor rendimiento en dispositivos móviles**: Comenzar con un diseño móvil asegura que el sitio esté optimizado para los dispositivos con pantallas más pequeñas y conexiones más lentas.

**SEO mejorado:** Google da prioridad a los sitios web optimizados para móviles, mejorando su clasificación en los resultados de búsqueda.

**Experiencia de usuario consistente:** Proporciona una experiencia de usuario sólida en dispositivos móviles, que luego se expande para pantallas más grandes, en lugar de intentar reducir una versión de escritorio a móvil.

1. Google Analytics es una herramienta gratuita de análisis web proporcionada por Google que permite a los propietarios de sitios web rastrear y analizar el tráfico del sitio. La herramienta ofrece una amplia gama de datos sobre cómo los visitantes interactúan con el sitio, desde qué páginas visitan hasta cuánto tiempo permanecen en ellas.
2. El propósito principal de Google Analytics es proporcionar a los propietarios de sitios web datos valiosos sobre el comportamiento de los usuarios, ayudándoles a entender mejor cómo los visitantes interactúan con su sitio. Estos datos pueden ser utilizados para tomar decisiones informadas sobre la optimización del sitio, mejorar la experiencia del usuario, y aumentar la efectividad de las estrategias de marketing.