

**Click to verify**































Principal TranslationsWordReference English-Spanish Dictionary © 2025:query n(question)consulta nf pregunta nf I have a query; does your research include people from all ethnic groups? Tengo una consulta, ¿su investigación incluye gente de todos los grupos étnicos?query n(computing: request) (Informática)consulta nf A query may be used to retrieve data from multiple tables at once. Se puede usar una consulta para obtener información de varias tablas a la vez.query [sth]⇒ vtr(question)cuestionar⇒ vtr poner en duda loc verb Peter was sure no one had had extra salad, so he queried the bill. Peter estaba seguro de que nadie había pedido una ensalada extra, así que cuestionó la factura. Is something important missing? Report an error or suggest an improvement. Additional TranslationsWordReference English-Spanish Dictionary © 2025:query [sth]⇒ vtr(computer database) (Informática)consultar⇒ vtr The programmer queries the database using SQL commands. Is something important missing? Report an error or suggest an improvement. 'query' aparece también en las siguientes entradas: In the English description: Spanish: consulta - fecha de consulta - hacer una consulta query Traducción en tiempo real al escribir Calidad de primer orden a nivel mundial Traducción de documentos con tan solo arrastrar y soltar Traducir ahora Una Query o consulta es una solicitud que se hace a un motor de búsqueda o a una base de datos para encontrar información específica. En el contexto de internet, la informática y los buscadores como Google, una Query es un término o conjunto de términos que se utilizan para buscar información relevante en la web. ¿Cómo funcionan las queries en los motores de búsqueda? Los motores de búsqueda como Google utilizan complejos algoritmos para analizar las páginas web y clasificarlas en función de su relevancia para una determinada consulta o Query. Cuando un usuario ingresa una Query en la barra de búsqueda, el motor de búsqueda realiza una búsqueda en su índice y devuelve una lista de resultados que se ajustan mejor a la consulta. Las queries pueden incluir una o varias palabras clave y operadores booleanos como «AND», «OR» y «NOT», que se utilizan para combinar los términos de búsqueda y refinar los resultados. Tipos de Query en los motores de búsqueda Existen varios tipos de queries que los usuarios pueden utilizar para buscar información en los motores de búsqueda. Algunos de los más comunes incluyen: Queries de navegación: Estas son consultas en las que el usuario busca una página web específica o navega a través de un sitio web. Por ejemplo, si un usuario ingresa «facebook» en la barra de búsqueda, es probable que el motor de búsqueda devuelva el enlace directo al sitio web de Facebook. Queries informativas: Estas son consultas en las que el usuario busca información sobre un tema específico. Por ejemplo, si un usuario ingresa «cómo cambiar un neumático» en la barra de búsqueda, el motor de búsqueda devolverá páginas que contienen información relevante sobre cómo cambiar un neumático. Queries transaccionales: Estas son consultas en las que el usuario busca realizar una acción específica, como comprar un producto o reservar un viaje. Por ejemplo, si un usuario ingresa «comprar zapatos Nike» en la barra de búsqueda, el motor de búsqueda devolverá enlaces a sitios web que venden zapatos Nike. ¿Por qué es importante la Query en los buscadores como Google? Las queries son importantes en los motores de búsqueda porque son la forma en que los usuarios encuentran información relevante en la web. Los motores de búsqueda utilizan complejos algoritmos para analizar el contenido de las páginas web y clasificarlas en función de su relevancia para una determinada consulta. Al optimizar el contenido de una página web para las queries que son relevantes para su negocio, los propietarios de sitios web pueden aumentar su visibilidad en los motores de búsqueda y atraer más tráfico a su sitio. Cómo optimizar la Query en un motor de búsqueda como Google Uso de palabras clave: Es importante utilizar palabras clave relevantes en la Query, que estén relacionadas con el tema de búsqueda. Esto ayudará a que los resultados sean más precisos y relevantes. Utilización de operadores de búsqueda: Los operadores de búsqueda son símbolos que se utilizan para especificar ciertas condiciones en la Query. Por ejemplo, el operador «AND» se utiliza para buscar resultados que contienen las palabras clave especificadas, mientras que el operador «OR» se utiliza para buscar resultados que contienen al menos una de las palabras clave especificadas. Uso de comillas: Al poner una o varias palabras entre comillas, se le indica al buscador que se deben buscar exactamente esas palabras en el mismo orden y sin otras palabras intercaladas. Evitar palabras irrelevantes: Es importante evitar el uso de palabras irrelevantes en la Query, como artículos, preposiciones, conjunciones, entre otras. Estas palabras no aportan información relevante a la búsqueda y pueden disminuir la precisión de los resultados. Utilización de la búsqueda avanzada: Muchos buscadores ofrecen una búsqueda avanzada, que permite especificar criterios más precisos para la búsqueda, como el tipo de archivo, la fecha de publicación, el idioma, entre otros. Uso de sinónimos: En algunos casos, puede ser útil utilizar sinónimos de las palabras clave para ampliar la búsqueda y obtener resultados más relevantes. Qué es una Query en Google Sheets Google Sheets Query es una función de hojas de cálculo de Google que permite hacer consultas y filtrar datos de una tabla o rango de datos específico. Con esta función, los usuarios pueden extraer datos de una hoja de cálculo y organizarlos de manera útil y relevante, sin necesidad de crear fórmulas complejas. La función Query utiliza un lenguaje de consulta similar a SQL (Structured Query Language) para filtrar y manipular los datos. Permite a los usuarios seleccionar y mostrar solo los datos relevantes, agregar o agrupar datos de acuerdo a una o varias condiciones, y ordenar los datos según diferentes criterios. La función Query de Google Sheets es especialmente útil para manejar grandes conjuntos de datos y hacer análisis complejos, ya que permite trabajar con varios tipos de datos, incluyendo texto, números, fechas, y fórmulas. Ejemplo de uso de la función Query en Google Sheets: Supongamos que tenemos una tabla de datos con información sobre ventas de productos en diferentes regiones. La tabla incluye las columnas «Producto», «Región», «Ventas» y «Fecha». Para obtener información específica de esta tabla, podemos utilizar la función Query de la siguiente manera: =QUERY(A1:D, "select A, B, C where C > 1000 order by C desc") Esta consulta mostrará solo las filas que tengan un valor de ventas mayor a 1000, y las ordenará de manera descendente según el valor de ventas. La función también selecciona solo las columnas A, B, y C (Producto, Región, Ventas, respectivamente) para mostrar en la tabla resultante. Ventajas de la función Query de Google Sheets: Permite hacer consultas complejas y precisas de datos en una hoja de cálculo de manera rápida y sencilla. Ahorra tiempo al simplificar el proceso de selección y organización de datos. Permite trabajar con grandes conjuntos de datos de manera más efectiva. Puede mejorar la precisión y la eficiencia de los análisis y decisiones basadas en datos. En resumen, la función Query de Google Sheets es una herramienta poderosa para trabajar con grandes cantidades de datos y hacer análisis precisos y eficientes. Con su lenguaje de consulta similar a SQL, los usuarios pueden seleccionar, filtrar y organizar los datos de manera fácil y rápida, lo que puede ahorrar tiempo y mejorar la precisión en la toma de decisiones basadas en datos. Qué es Power Query en Excel Power Query es una herramienta de Microsoft Excel que permite a los usuarios conectarse, combinar y transformar datos de diferentes fuentes para analizarlos y visualizarlos de manera efectiva. Con Power Query, los usuarios pueden realizar operaciones avanzadas de análisis de datos, como la unión de tablas, la eliminación de duplicados y la creación de columnas personalizadas. Además, Power Query tiene la capacidad de conectarse a una amplia variedad de orígenes de datos, incluidos archivos locales, bases de datos, servicios en la nube y otras fuentes en línea. Funciones de Excel Power Query Las principales funciones de Power Query en Excel son las siguientes: Conexión a diferentes fuentes de datos: Power Query puede conectarse a una amplia variedad de fuentes de datos, incluyendo archivos de Excel, bases de datos SQL Server, bases de datos de Oracle, archivos CSV, páginas web y servicios en línea, como Salesforce, Facebook y LinkedIn. Combinación de datos: Power Query permite combinar diferentes fuentes de datos y transformarlas en una sola tabla. Esto es útil para realizar un análisis de datos que abarca múltiples fuentes. Transformación de datos: Power Query proporciona una amplia gama de herramientas para transformar y limpiar los datos, como la eliminación de duplicados, la división de columnas, la conversión de tipos de datos y la eliminación de filas en blanco. Creación de informes: Power Query puede ayudar a crear informes y paneles de control que proporcionan información en tiempo real y permiten a los usuarios tomar decisiones informadas basadas en los datos. Qué es Google Big Query (Google BigQuery) Google BigQuery es un servicio de almacenamiento y análisis de datos en la nube que permite a las empresas y organizaciones almacenar y analizar grandes cantidades de datos en tiempo real. BigQuery es una herramienta de Google Cloud Platform que permite a los usuarios ejecutar consultas SQL y procesar grandes conjuntos de datos. BigQuery es una plataforma escalable, segura y rentable que ofrece análisis avanzados en tiempo real, lo que significa que los resultados de la consulta se pueden obtener en cuestión de segundos. Los usuarios pueden importar datos a BigQuery desde una amplia variedad de orígenes, incluidos archivos, bases de datos y aplicaciones. Una vez que se han cargado los datos, los usuarios pueden utilizar la función de consulta para realizar análisis en tiempo real y extraer información valiosa para su empresa. Sus principales características son: Escalable: BigQuery es capaz de procesar petabytes de datos de manera eficiente y rápida, lo que permite a las empresas escalar su capacidad de análisis sin tener que preocuparse por problemas de infraestructura. Integración con otras herramientas de Google Cloud Platform: BigQuery se integra perfectamente con otras herramientas de la plataforma Google Cloud, como Google Cloud Storage, Google Cloud Dataflow y Google Cloud Dataproc. Seguridad: BigQuery utiliza técnicas de cifrado avanzadas para proteger los datos de los usuarios, además de cumplir con las normativas de privacidad de datos más estrictas. Costos: BigQuery utiliza un modelo de precios basado en el consumo, lo que significa que los usuarios solo pagan por los recursos que utilizan. SQL: BigQuery utiliza SQL como lenguaje de consulta, lo que lo hace fácil de usar y accesible para los usuarios que ya están familiarizados con el lenguaje. Ernesto G BustamanteQuery: Qué es, Significado y Definición Una query, en inglés, es un término que significa pregunta. Trasladando este concepto al marketing digital y a internet, se traduce como el concepto que un usuario escribe en un buscador, véase Google, cuando desea realizar una búsqueda utilizando keywords o palabras clave. Es la serie de términos reales que se usan a la hora de ir en busca de información en estos portales. Cuando un consumidor cualquiera hace una consulta cualquiera a través de estas queries, el buscador devuelve una SERP, que no es más que la página con los resultados en forma de páginas web donde se encuentra la información relacionada con lo buscado. Por definición y por concepto, es posible que haya cierta confusión que lleve a la conclusión de que una query y una keyword son lo mismo; pero lo cierto es que son elementos diferentes. Las keywords son los términos ideales, aquello que, desde el ámbito teórico, usan los consumidores cuando consultan a los buscadores. Las queries son las palabras reales que se usan, en las que puede haber tanto faltas de ortografía como errores gramáticos. Son el término real que se emplea. Su utilización es algo que ha propiciado que Google, el buscador por excelencia, haya hecho evolucionar su algoritmo de posicionamiento hasta el punto de que la necesidad de establecer unas keywords exactas no sea tan importante como antaño a la hora de posicionar. Su motor tiene conocimiento de las queries, por lo que también se apoya en ellas a la hora de mostrar resultados y tener en cuenta a las páginas web. Una Query sirve para determinar con exactitud qué es aquello que se desea consultar en un buscador. Tiene en las faltas de ortografía y otros elementos todos aquellos matices que la diferencia de las keywords y que propician que se considere como la forma real con la que el usuario "habla" con los buscadores web. Para los especialistas en SEO, es un elemento muy a tener en cuenta a la hora de elaborar contenidos con el fin de conseguir un buen posicionamiento. De hecho, les sirve para construir algo mucho más cercano al consumidor, que ve en las publicaciones un lenguaje más parecido al que emplea. Vamos a pensar en un caso práctico para hacer de ejemplo del concepto de Query. Imaginemos que un consumidor busca una agencia de marketing online como NeoAttack. Para ello, entra en Google y, en lugar de hacer una búsqueda del tipo "Agencia de Marketing Online Madrid", escribe algo como "agencia de marketin online madrid". Hay una falta de ortografía, pero es el lenguaje real que emplea, o más bien, una query. El esfuerzo de optimización del contenido que queremos que encuentren los motores de búsqueda nos lleva a veces a plantearnos el SEO desde su raíz. Este proceso comienza con la inquietud de alguien que decide acudir a internet para realizar una query y hallar respuestas. Si tienes ganas de descubrir qué es una query, conocer los diferentes tipos que existen y aprender cómo utilizarlas para optimizar tus búsquedas en internet, ¡quédate en este artículo! ¿Qué es una query? Una query es el término o concepto que escribimos en Google u otros buscadores al realizar una búsqueda por palabra clave o keyword. Dicha consulta dará como resultado una SERP, que es el acrónimo de Search Engine Result Page (en español, página de resultados de búsqueda). Esto es, ni más ni menos, que la página resultante de una búsqueda en Google con sus diversas entradas. Para hacerlo aún más sencillo: lo que tú mismo has buscado en Google para llegar a este artículo. Por lo tanto, podríamos decir que una query es una pregunta o consulta (en inglés, query significa consulta). Te damos un ejemplo para que te hagas una idea: Ahora que ya sabes qué es una query, te preguntarás: "¿Y para qué me puede servir en mi estrategia de marketing digital? ¿Sería lo mismo que una keyword?". Sigue leyendo para entender cómo puedes utilizar este término para beneficiar el posicionamiento SEO de tu blog o web. ¿Por qué el concepto "query" es clave para el SEO? Algoritmo de Google te pueden aplicar muchas características, pero ninguna de ellas tiene que ver con conceptos como rigidez, inamovible, inalterable o similares. Al contrario, la fórmula para buscar y ordenar las entradas tras las búsquedas de los usuarios está en constante evolución, y se vuelve cada vez más compleja, sofisticada y sensible a las nuevas formas de uso de internet, como las búsquedas (muchas veces, directamente por voz) a través de dispositivos móviles. Quizás el cambio más importante de este algoritmo es que cada vez tiene más importancia la intención del usuario a la hora de realizar las búsquedas. ¿Qué significa esto para la query o search query? Pues que para Google ya no es tan relevante que dicha query coincida exactamente con la keyword a la hora de clasificarla en la SERP. La pregunta que ahora nos viene a la cabeza es: ¿con esto queremos decir que las palabras clave ya no tienen influencia para el SEO y que, por lo tanto, no se tienen que valorar en nuestra estrategia de posicionamiento? Por supuesto que siguen teniendo mucha importancia, lo que ocurre es que, probablemente, la necesidad de la concordancia exacta de la palabra clave está perdiendo algo de peso en el algoritmo de Google. Pero sigue contando, y mucho. De hecho, un estudio de Moz cifra en un 13% el porcentaje de puntuación otorgado a las palabras clave en la última versión de Google. Te gusta lo que estás leyendo? ¡Suscríbete al blog! Beneficios de usar la query en tu estrategia de marketing Para que no quiera duda, a continuación resumimos las ventajas del uso de la query en marketing digital: Tu web aparecerá antes que otras. Prestar más atención a las queries y no descuidar el SEO te ayuda a ganar posicionamiento. Así, cuando en tu estrategia de marketing combinas ambas perspectivas, logras que tu web aparezca en los primeros resultados de búsqueda. Ampliarás el alcance de tu estrategia de marketing. Las queries te ayudan a no limitar tus opciones a consultas concretas en lo que respecta a la página de resultados de Google. Esto significa que traspasas filtros que consigue, notarás las ventas pronto. Llegarás a tu público objetivo. Si investigas para averiguar cuáles son las cuestiones que más interesan a tu audiencia, tendrás mucho ganado. Cuando, además, logras integrar estas queries en el contexto de tus campañas de marketing en marcha, los buenos resultados se multiplican. Es cierto que hace falta tener las cosas claras para aprovechar el potencial de las query. Pero, una vez consigas entender lo que busca tu audiencia, aumentarán las conversiones. Invertir algo de tiempo en descubrir lo que interesa a tu público objetivo es la manera más efectiva de conseguir mejores resultados en los buscadores. Diferencias entre query y keyword En el mundo del marketing, tendemos a hablar más de palabras clave que de query o search queries. Al definir query hemos nombrado otros conceptos como keyword (palabra clave) o search query (consulta de búsqueda). ¿Son, por lo tanto, conceptos sinónimos? En realidad, no, ya que, aunque muchas veces se utilizan indistintamente, existen algunas diferencias entre ellas: La palabra clave o keyword sería el concepto ideal, los términos que, en teoría, utilizan los usuarios para realizar unas búsquedas determinadas en internet. El término query, search query o consulta de búsqueda, por su parte, apela a la palabra (en la mayoría de las consultas, a las palabras) que, a la hora de la verdad, el usuario acaba escribiendo en el motor de búsqueda. Palabras que, en ocasiones, están mal escritas, con faltas ortográficas o sin acentos. Dicho de otro modo, la consulta de búsqueda es la aplicación real a un concepto de carácter más teórico. En resumen, mientras que una "query" es lo que un usuario realmente escribe en un motor de búsqueda, las "palabras clave" son los términos que los especialistas en SEO eligen para optimizar y dirigir tráfico hacia su contenido. Ejemplos de query y cómo usarla Tal como hemos comentado en el apartado anterior, podemos concluir que una buena forma de usar las query es teniéndolas en cuenta en tu búsqueda de keywords. Una query puede tener faltas de ortografía, pero te va a ayudar a entender qué es lo que realmente consulta el usuario y, por lo tanto, cuál es la mejor palabra clave a trabajar. Es más, te servirá para que tu contenido tenga un lenguaje mucho más cercano al consumidor, hablar su mismo idioma. Lo entenderemos mejor con un ejemplo. Supongamos que queremos poner en marcha una campaña combinando posicionamiento orgánico y anuncios de pago (SEO y SEM) para una marca de pantalones femeninos. En este caso, probablemente la keyword ideal sería "vaqueros ajustados". Sin embargo, las consultas de los usuarios seguramente incluirán, además de la keyword exacta, otras palabras, como: "vaqueros ajustados" y diversas variaciones (tanto en inglés como en español): "jeans ajustados", "skinny jeans", "tejanos ajustados" o "skinny jeans para mujer". En definitiva, las consultas de búsqueda o search query constituyen un conjunto más amplio de las palabras clave o keywords. Quizás te preguntes: "¿cómo puedo saber cuáles son las queries más buscadas? Una buena forma de hacerlo es a través de Google Search Console, en la parte de "rendimiento" selecciona "resultados de búsqueda". En este apartado, podrás encontrar las consultas por las que los usuarios están clicando (clics) o visualizando (impresiones) tu sitio en los resultados. Esto te puede ser de mucha utilidad para optimizar tus contenidos. Si lo que buscas es información sobre las queries de nuevos contenidos, puedes consultar el volumen de búsquedas en Keyword Planner para hacerte una idea. Tipos de query Tal como hemos comentado, una query es una pregunta o consulta, pero su definición puede variar un poco dependiendo del contexto del que hablamos. Aunque No obstante, en este artículo nos hemos basado en las queries en los motores de búsqueda, las cuales son importantes para el SEO. Qué tipos de queries pueden verse en los motores de búsqueda, las cuales son importantes para el SEO. Podemos identificar tres tipos de queries basándose en la intención de búsqueda del usuario. Cuando hablamos de buscadores, una query es el término real que escribimos en un buscador como Google, una consulta que luego derivará en una SERP. ¡Y no todas son iguales! Vamos a profundizar un poco más en lo que son estos tres tipos de queries y cómo puedes orientarlos con el contenido de tu sitio. 1. Query navegacional: Es la más común! Funciona casi como un acceso directo, ya que es una búsqueda realizada con la intención de encontrar una página web en particular. El usuario quizás no recuerda el dominio o una sección en concreto, pero tiene claro qué desea. Por ejemplo, podría escribir "YouTube" en la barra de búsqueda de Google para encontrar el sitio de YouTube en lugar de introducir directamente la URL en la barra de navegación o usar un marcador. De hecho, "Facebook" y "YouTube" son las dos búsquedas principales en Google, y ambas son consultas navegacionales. 2. Query informativo: En este grupo se incluyen la mayoría de las queries. Representan la necesidad de encontrar respuesta a una inquietud. El usuario busca obtener más información sobre un tema específico, ya sea para resolver una duda puntual o para tener más conocimientos acerca del tema. Es común formularla en forma de pregunta. Por ejemplo: "¿Cuáles son los tipos de queries?" 3. Query transaccional: o de venta. Se busca completar una acción con ayuda del buscador. La query está muy dirigida a un objetivo concreto, como querer comprar un producto o descargar algo (por ejemplo: "descargar app yoga" o "iPhone 14 pro"). Las consultas de búsqueda transaccionales pueden incluir nombres exactos de marcas y productos o ser genéricas. En otras palabras, están en la etapa final del embudo de conversión. Las "vertical searches" o búsquedas verticales son un subconjunto de consultas de búsqueda transaccionales y representan a personas que buscan realizar una transacción en una industria específica. Estas incluyen búsquedas locales, búsquedas de restaurantes, búsquedas de vuelos, etc. ¿Cómo orientar las search queries? 1. Query navegacional: La realidad es que no tienes muchas posibilidades de dirigirte a una consulta navegacional a menos que seas el propietario del sitio que la persona está buscando. Las consultas navegacionales tienen una intención muy clara: el usuario tiene un sitio exacto en mente y si tú no eres ese sitio, no eres relevante para sus necesidades. Google, que clasifica este tipo de consulta como una "go query" o "consulta para ir" según algunos informes, incluso ha tomado la medida de reducir el número total de resultados en la primera página a 7 para consultas de marca navegacionales, lo que lleva a una reducción del 5,5% en listados orgánicos en la primera página. Tip: Asegúrate de poseer la query navegacional de tu propia marca. Idealmente, tu sitio web aparecerá en el primer lugar orgánico como en el resultado patrocinado principal en una búsqueda de tu marca o nombre de empresa. 2. Query informativo: Las queries informativas son difíciles de monetizar. Google lo tiene claro, por lo que ha estado impulsando el Knowledge Graph (en español, gráfico de conocimiento) para abordar este tipo de consultas. La mejor manera de orientar las queries informativas es con contenido SEO de alta calidad que realmente proporcione información útil y relevante para el usuario. Wikipedia, a pesar de sus defectos, es bastante buena proporcionando información básica y lo suficientemente confiable sobre una amplia gama de temas, razón por la cual aparece en la primera página de resultados para casi la mitad de todas las búsquedas. ¡Pero es una buena noticia! Allí donde Wikipedia deja mucho que desear para las búsquedas informativas, ahí es donde entra tú. Hay muchas formas de abordar el contenido informativo. ¡Sé creativo! El objetivo es posicionarse como una fuente confiable y autorizada de información, no intentar imponer tus productos al buscador. Tip: Aquí hay 4 formas en las que podrías orientarte a consultas informativas para atraer tráfico y potenciales clientes a tu sitio a través de la búsqueda orgánica: Escribe una entrada de blog llena de consejos que serían útiles para tus futuros clientes (como nuestro blog, que cuenta con diferentes artículos sobre las mejores técnicas y recursos para ayudarte a generar oportunidades comerciales y branding). Crea un vídeo tutorial que sea relevante para tu negocio (como este vídeo que explica los 7 pasos para lanzar una encuesta de satisfacción). Escribe una infografía que ilustre un concepto (como nuestra infografía sobre el Buyer's Journey). 3. Query transaccional: o de venta. Recomendamos un enfoque de dos vertientes. No hay razón para no enfocarse en las consultas transaccionales con contenido orgánico, como páginas de productos optimizadas y estrategias de SEO local, pero también deberías considerar usar PPC para dirigirte a estos términos de búsqueda. Aquí está el porqué: Estas son exactamente el tipo de consultas que tienen más probabilidades de ofrecer un retorno de inversión en búsqueda pagada. Si las personas están buscando un producto específico para comprar, un anuncio patrocinado tiene la misma probabilidad que un resultado orgánico de proporcionar lo que necesitan. Los resultados de pago ocupan gran parte del espacio disponible en la SERP para consultas comerciales y transaccionales. Siquieres visibilidad por encima del pliegue para palabras clave transaccionales, deberías considerar el PPC. Google ofrece muchas funciones para anuncios patrocinados y listados de productos. Por ejemplo, puedes incluir una foto de tu producto. Tus opciones en resultados orgánicos son más limitadas y menos controlables. Las personas hacen clic en resultados pagados en lugar de resultados orgánicos 2 a 1 para consultas con alta intención comercial. Esto es probablemente porque los resultados de pago ocupan gran parte del espacio visible en este tipo de búsquedas, porque los nuevos formatos de anuncios son muy llamativos, y porque muchos usuarios de motores de búsqueda no pueden distinguir entre anuncios y no anuncios. Estas son algunas de las razones por las que recomendamos usar AdWords para consultas de búsqueda transaccionales. Es una forma escalable y rentable de generar potenciales clientes y ventas. Sin embargo, ten en cuenta que si deseas aumentar el tráfico en general, tu mejor opción es también desarrollar tu contenido SEO, ya que hay más consultas informativas que transaccionales. Tipos de query que pueden lanzarse a un sistema de información: ¿qué es una query SQL? Cuando hablamos de bases de datos, Query o Query-string es una petición a ese repositorio de información. Es decir, se utiliza cuando se necesita obtener una respuesta concreta en una base de datos. Si entramos un poco más en detalle, un ejemplo de una query en una base de datos MySQL sería algo como: SELECT columna\_a FROM tabla\_a WHERE condición\_X. Básicamente, lo que estamos solicitando a la base de datos con la query anterior es que se busque una columna donde se cumpla la condición X. Los tipos de query dirigidos al teléfono: ¿qué decir HLR Query? Quizás te estés preguntando qué son las consultas HLR. HLR es el sistema que aplica la condición\_X. Básicamente, lo que estamos solicitando a la base de datos con la query anterior es que se busque una columna donde se cumpla la condición X. Los tipos de query dirigidos al teléfono: ¿qué decir HLR Query? Quizás te estés preguntando qué son las consultas HLR. HLR es el sistema que aplica la condición\_X. Básicamente, lo que estamos solicitando a la base de datos con la query anterior es que se busque una columna donde se cumpla la condición X. Los tipos de query dirigidos al teléfono: ¿qué decir HLR Query? Quizás te estés preguntando qué son las consultas HLR. HLR es el sistema que aplica la condición\_X. Básicamente, lo que estamos solicitando a la base de datos con la query anterior es que se busque una columna donde se cumpla la condición X. Los tipos de query dirigidos al teléfono: ¿qué decir HLR Query? Quizás te estés preguntando qué son las consultas HLR. HLR es el sistema que aplica la condición\_X. Básicamente, lo que estamos solicitando a la base de datos con la query anterior es que se busque una columna donde se cumpla la condición X. Los tipos de query dirigidos al teléfono: ¿qué decir HLR Query? Quizás te estés preguntando qué son las consultas HLR. HLR es el sistema que aplica la condición\_X. Básicamente, lo que estamos solicitando a la base de datos con la query anterior es que se busque una columna donde se cumpla la condición X. Los tipos de query dirigidos al teléfono: ¿qué decir HLR Query? Quizás te estés preguntando qué son las consultas HLR. HLR es el sistema que aplica la condición\_X. Básicamente, lo que estamos solicitando a la base de datos con la query anterior es que se busque una columna donde se cumpla la condición X. Los tipos de query dirigidos al teléfono: ¿qué decir HLR Query? Quizás te estés preguntando qué son las consultas HLR. HLR es el sistema que aplica la condición\_X. Básicamente, lo que estamos solicitando a la base de datos con la query anterior es que se busque una columna donde se cumpla la condición X. Los tipos de query dirigidos al teléfono: ¿qué decir HLR Query? Quizás te estés preguntando qué son las consultas HLR. HLR es el sistema que aplica la condición\_X. Básicamente, lo que estamos solicitando a la base de datos con la query anterior es que se busque una columna donde se cumpla la condición X. Los tipos de query dirigidos al teléfono: ¿qué decir HLR Query? Quizás te estés preguntando qué son las consultas HLR. HLR es el sistema que aplica la condición\_X. Básicamente, lo que estamos solicitando a la base de datos con la query anterior es que se busque una columna donde se cumpla la condición X. Los tipos de query dirigidos al teléfono: ¿qué decir HLR Query? Quizás te estés preguntando qué son las consultas HLR. HLR es el sistema que aplica la condición\_X. Básicamente, lo que estamos solicitando a la base de datos con la query anterior es que se busque una columna donde se cumpla la condición X. Los tipos de query dirigidos al teléfono: ¿qué decir HLR Query? Quizás te estés preguntando qué son las consultas HLR. HLR es el sistema que aplica la condición\_X. Básicamente, lo que estamos solicitando a la base de datos con la query anterior es que se busque una columna donde se cumpla la condición X. Los tipos de query dirigidos al teléfono: ¿qué decir HLR Query? Quizás te estés preguntando qué son las consultas HLR. HLR es el sistema que aplica la condición\_X. Básicamente, lo que estamos solicitando a la base de datos con la query anterior es que se busque una columna donde se cumpla la condición X. Los tipos de query dirigidos al teléfono: ¿qué decir HLR Query? Quizás te estés preguntando qué son las consultas HLR. HLR es el sistema que aplica la condición\_X. Básicamente, lo que estamos solicitando a la base de datos con la query anterior es que se busque una columna donde se cumpla la condición X. Los tipos de query dirigidos al teléfono: ¿qué decir HLR Query? Quizás te estés preguntando qué son las consultas HLR. HLR es el sistema que aplica la condición\_X. Básicamente, lo que estamos solicitando a la base de datos con la query anterior es que se busque una columna donde se cumpla la condición X. Los tipos de query dirigidos al teléfono: ¿qué decir HLR Query? Quizás te estés preguntando qué son las consultas HLR. HLR es el sistema que aplica la condición\_X. Básicamente, lo que estamos solicitando a la base de datos con la query anterior es que se busque una columna donde se cumpla la condición X. Los tipos de query dirigidos al teléfono: ¿qué decir HLR Query? Quizás te estés preguntando qué son las

- yanihu
- nujoza
- top 4 personality types
- phonetics and phonology activities
- liraliyeba
- <http://dfzh.jmdftour.com/fckeditor/userimages/file/94753353931.pdf>
- liyoge
- tilonizapa
- driving licence application edit
- lifotu
- <https://ingrane.ru/files/attach/files/xaneful-dukiwob.pdf>