INFO-TYPERS · GUÍA SIN COSTO · v1.0

¿qué palabras clave uso en Google?

Tu primera lista de palabras clave para Google

Tus semillas, la fórmula de las 25 ideas, lo que te dice Google, el semáforo de compra y tus negativas. Con la hoja de trabajo para llenar a mano.

VERSIÓN INTERACTIVA

typersagency.com/blog/primera-lista-de-palabras-clave

TYPERS

LA IDEA EN UNA FRASE

Tu lista en 5 pasos



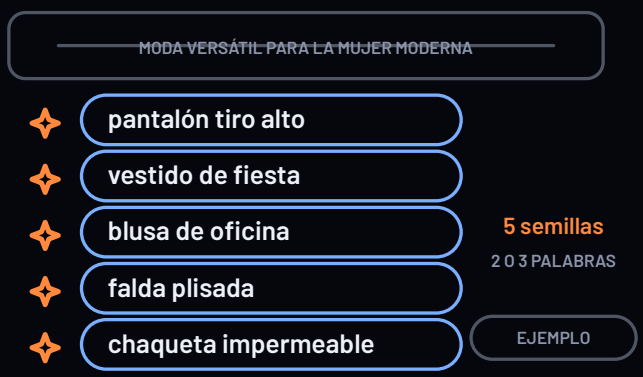
Una palabra clave es la búsqueda que eliges para que salga tu anuncio en Google. Si eliges las palabras que tu cliente escribe, tu anuncio le sale a quien sí te está buscando.

- Semillas: 5 cosas que vendes, dichas como las pide tu cliente.
- Fórmula: cada semilla se vuelve 5 ideas. Ya tienes 25.
- Google: te dice cómo busca la gente de verdad.
- Semáforo: verde compra, amarillo aprende, rojo no te sirve.
- Negativas y grupos: dónde no salir y con qué empiezas.

Hazlo con el armador de esta página o con la hoja de trabajo del PDF. Datos de la Ayuda oficial de Google Ads y de la Búsqueda de Google, consultada el 8 de noviembre de 2026. Almacén Lucía es una tienda de ropa inventada para los ejemplos.

PASO 1 DE 5

01
Escribe tus 5 semillas



- Anota 5 cosas que vendes, una por renglón, como las pediría alguien desde el celular.
- Una semilla es corta: el producto y, si hace falta, una palabra más. Dos o tres palabras.
- Pruébala en voz alta: si tu cliente se la diría a un vendedor («¿tiene vestidos de fiesta?»), sirve.

EJEMPLO · TIENDA INVENTADA

«Almacén Lucía anotó: pantalón tiro alto, vestido de fiesta, blusa de oficina, falda plisada y chaqueta impermeable.»

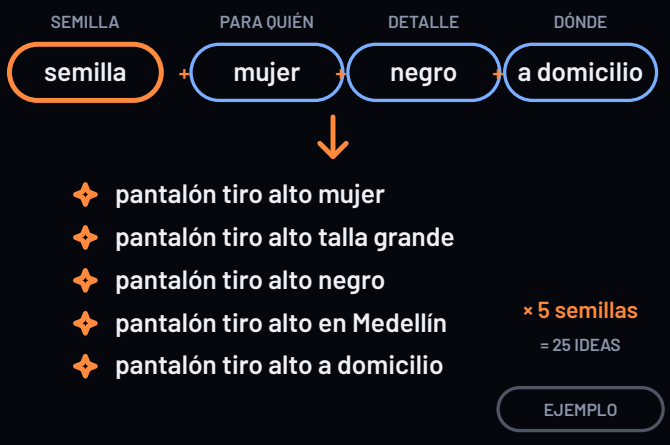
ERROR COMÚN

Usar el eslogan o el nombre de tu marca como semilla. Nadie lo busca así.

PASO 2 DE 5

02

Multiplícalas con la fórmula



- Semilla + para quién + detalle + dónde u ocasión. No hace falta usar todo: cada pieza suma una idea.
- Para quién: mujer, hombre, niña, talla grande.
- Detalle: color, material, estilo o talla.
- Dónde u ocasión: tu ciudad o barrio, «cerca», «a domicilio», «para matrimonio», «para oficina».
- 5 semillas por 5 ideas cada una son 25. Google aconseja juntar al menos 25 ideas antes de organizarlas.

EJEMPLO · TIENDA INVENTADA

««Pantalón tiro alto» se volvió «pantalón tiro alto mujer», «pantalón tiro alto talla grande», «pantalón tiro alto negro», «pantalón tiro alto en Medellín» y «pantalón tiro alto a domicilio».»

ERROR COMÚN

Armar frases que nadie escribiría, como «pantalón moderno versátil para la mujer actual».

PASO 3 DE 5

03
Pregúntale a Google



- Autocompletar: escribe cada semilla en Google y anota cómo te completa la frase. Según Google, esas predicciones reflejan búsquedas reales.
- Búsquedas relacionadas: al final de los resultados aparecen otras búsquedas parecidas a la tuya.
- Corrige tu lista: si Google nunca te completa una idea, cámbiala por la que sí aparece.
- Planificador de palabras clave (dentro de Google Ads): le das tus semillas o tu web y te sugiere ideas con el promedio de búsquedas al mes. Google lo presenta como un recurso sin costo, pero para ver ideas pide la cuenta configurada con los datos de facturación.
- Si ya pautas, abre el informe de términos de búsqueda: muestra lo que la gente escribió de verdad cuando vio tu anuncio.

EJEMPLO · TIENDA INVENTADA

«Almacén Lucía escribió «pantalón tiro alto» en Google y sumó «pantalón tiro alto bota ancha» y «pantalón tiro alto con correa».»

ERROR COMÚN

Copiar una lista de palabras de internet sin mirar si se parece a lo que vendes.

PASO 4 DE 5

04
Ponle semáforo a cada idea



VERDE · QUIERE COMPRAR
comprar pantalón tiro alto

AMARILLO · QUIERE APRENDER
cómo combinar un pantalón

ROJO · NO ES TU CLIENTE
patrones de pantalón

EJEMPLO

- Verde, quiere comprar: «comprar», «precio», «cerca», «a domicilio», «tienda», una talla o un color. Esas van a tu anuncio.
- Amarillo, quiere aprender: «cómo», «ideas», «qué es». No te venden hoy: úsalas en tus publicaciones y tu página web.
- Rojo, no es tu cliente: «patrones», «empleo», «segunda mano». Pasan a tu lista de negativas.
- Si dudas, búscala tú: si salen tiendas, es verde; si salen videos o artículos, es amarilla.

EJEMPLO · TIENDA INVENTADA

««Comprar pantalón tiro alto» quedó en verde, «cómo combinar un pantalón tiro alto» en amarillo y «patrones de pantalón tiro alto» en rojo.»

ERROR COMÚN

Pagar anuncios por las amarillas. Te llegan clics de gente que todavía no va a comprar.

PASO 5 DE 5

05

Agrupa, escribe tus negativas y decide



18 verdes en 3 grupos

PATRÓN · PATRONES
MOLDE · MOLDES
EMPLEO · TRABAJO

EJEMPLO

1. Agrupa las verdes por tema: pantalones, vestidos, blusas. Google sugiere un grupo de anuncios por producto o categoría.
2. Escribe tus negativas con su singular y su plural: Google no los cubre solo. «Patrón», «patrones», «molde», «empleo», «trabajo».
3. Revisa en el Planificador cuánto se busca cada idea y decide con cuáles empiezas en cada grupo.
4. Elige cómo escribirla: tal cual es amplia (la que Google usa si no eliges otra); "entre comillas" es de frase; [entre corchetes] es exacta, con más control y menos búsquedas.
5. Vuelve a tu lista seguido: en el informe de términos de búsqueda aparecen negativas nuevas.

EJEMPLO · CASO DE MUESTRA

«Almacén Lucía terminó con 18 ideas verdes en 3 grupos (pantalones, vestidos y blusas), 4 amarillas para sus reels y 3 rojas que, con sus plurales, le dieron 7 negativas.»
Las cifras del Planificador son promedios redondeados: úsalas para comparar, no como promesa de visitas.

ERROR COMÚN

Arrancar con tres palabras sueltas, como «ropa», y sin negativas.

HOJA DE TRABAJO 1 DE 2

Tus semillas y tu fórmula

Llénala con lápiz. En la página web, el armador hace lo mismo y te deja descargar la lista.

TUS 5 SEMILLAS · LO QUE VENDES, EN 2 O 3 PALABRAS

1

2

3

4

5

LA FÓRMULA · SEMILLA + PARA QUIÉN + DETALLE + DÓNDE U OCASIÓN

Para quién: (ej.: mujer, hombre, talla grande)

Detalle: (ej.: color, material, estilo)

Dónde u ocasión: (ej.: tu ciudad, cerca, a domicilio, para oficina)

TUS NEGATIVAS · CON SU SINGULAR Y SU PLURAL

TU LISTA ESTÁ LISTA SI…

- Tienes al menos 25 ideas.
- Cada idea tiene su semáforo.
- Tus verdes están en grupos por tema.
- Tienes al menos 3 negativas, con singular y plural.

HOJA DE TRABAJO 2 DE 2

Tus 25 ideas con semáforo

#	PALABRA CLAVE	V · A · R	GRUPO
1			
2			
3			
4			
5			
6			
7			
8			
9			
10			
11			
12			
13			
14			
15			
16			
17			
18			
19			
20			
21			
22			
23			
24			
25			

V: quiere comprar (va al anuncio) · A: quiere aprender (va a tus publicaciones) · R: no es tu cliente (pasa a negativas).

PREGUNTAS FRECUENTES

Preguntas rápidas

¿Tengo que pagar para usar el Planificador?

Google lo presenta como un recurso sin costo. Eso sí, para ver ideas te pide tener tu cuenta de Google Ads configurada con los datos de facturación.

¿Me sirve la lista si no hago anuncios?

Sí. Las mismas palabras te sirven para escribir tu página web, las descripciones de tus productos y tus publicaciones, porque son las que usa tu cliente.

¿Cada cuánto reviso mi lista?

Si ya pautas, mira seguido el informe de términos de búsqueda: Google recomienda revisarlo para encontrar búsquedas que no te sirven y volverlas negativas.

GLOSARIO

Las palabras que vas a encontrar

Palabra clave: La palabra o frase que eliges para que tu anuncio aparezca en búsquedas parecidas.

Término de búsqueda: Lo que la persona escribe de verdad en Google.

Palabra clave negativa: La palabra con la que le dices a Google en qué búsquedas no mostrar tu anuncio.

Concordancia: Qué tan parecida tiene que ser la búsqueda a tu palabra clave: amplia, de frase o exacta.

Intención: Lo que la persona quiere al buscar: comprar o aprender.

Semilla: Lo que vendes, dicho en dos o tres palabras como lo busca tu cliente. De ahí salen las demás ideas.

Lo que esta guía no promete

- No promete primeros lugares en Google ni ventas: te ayuda a que tu anuncio le salga a quien busca lo que vendes.
- Las búsquedas al mes del Planificador son promedios redondeados, no visitas aseguradas.
- Google cambia sus menús; si algo se ve diferente, sigue la Ayuda oficial de Google Ads.

FUENTES

De dónde sale cada dato

Ayuda oficial de Google Ads y de la Búsqueda de Google, consultada el 8 de noviembre de 2026.

Google Ads · Sugerencias básicas para crear una lista de palabras clave
https://support.google.com/google-ads/answer/2453981?hl=es-419

Búsqueda de Google · Cómo funcionan las predicciones de autocompletar
https://support.google.com/websearch/answer/7368877?hl=es-419

Búsqueda de Google · Cómo definir mejor las búsquedas (búsquedas relacionadas)
https://support.google.com/websearch/answer/2466433?hl=es-419

Google Ads · Utilice el Planificador de palabras clave
https://support.google.com/google-ads/answer/7337243?hl=es-419

Google Ads · Acerca de las previsiones del Planificador de palabras clave
https://support.google.com/google-ads/answer/3022575?hl=es-419

Google Ads · Acerca de la organización de palabras clave en el Planificador
https://support.google.com/google-ads/answer/12059261?hl=es-419

Google · Cómo utilizar eficazmente el Planificador de palabras clave
https://business.google.com/es-all/resources/articles/using-google-ads-keyword-planner/

Google Ads · Acerca del informe de términos de búsqueda
https://support.google.com/google-ads/answer/2472708?hl=es

Google Ads · Acerca de las palabras clave negativas
https://support.google.com/google-ads/answer/2453972?hl=es-419

Google Ads · Tipos de concordancia de palabras clave
https://support.google.com/google-ads/answer/7478529?hl=es-419

CÓMO LO HACEMOS EN TYPERS

En Typers armamos con cada negocio su lista de palabras clave y sus negativas para que la pauta le salga a quien sí lo busca.

¿TUS PALABRAS SON LAS DE TU CLIENTE?

Revisamos contigo tu lista de palabras clave. Pide tu diagnóstico sin costo.

DIAGNÓSTICO SIN COSTO · TYPERSAGENCY.COM/BRIEF

Más guías en typersagency.com/blog. Síguenos como Info-Typers para aprender más.