2. Preparando el terreno

- SEO On Page
- Conviértete en un maestro del keyword research

Copyright 2026

SEO On Page

Doy por sentado que tienes una web o un blog o que al menos tienes intención de crear uno.

Quizá has elegido un dominio gratuito en wordpress, blogspot, wix... la parte positiva es que de momento no has invertido ni un céntimo de tu bolsillo. La parte negativa es que realmente no es tuyo, sino de la plataforma en cuestión y si algún día quieren cerrarlo, utilizarlo en su beneficio u otras causas, están en su pleno derecho.

Si vas a invertir tu tiempo y conocimiento en la creación de un blog, te recomendaría una inversión mínima de menos de 100€ al año para tener un dominio propio y hosting (servidor) en wordpress. La plantilla puedes quedarte con una gratuita de las muchas que ofrece wordpress.org. Entonces sí tendrás un blog propio.

Dominio:

El nombre que quieres poner al blog. Por ejemplo: eleternoestudiante.com

Elige siempre que puedas un dominio .com o .es

Hosting:

Hay empresas que si contratas con ellas el hosting, te ofrecen un descuento con el dominio. Aquí puedes ver algunos ejemplos de hosting para WordPress

Copyright 2026



Hosting Inicio SSD WordPress	Hosting Base SSD WordPress	Hosting Medio SSD WordPress	Hosting Pro SSD WordPress
5,95€ mes	7,95€ mes	9,95€ mes	11,95€ mes
1 solo dominio	Hasta 3 dominios	Hasta 5 dominios	Hasta 30 dominios
5GB de almacenamiento	10GB de almacenamiento	15GB de almacenamiento	30GB de almacenamiento
100GB de tráfico mensual	200GB de tráfico mensual	300GB de tráfico mensual	500GB de tráfico mensual
1024MB de memoria RAM	1024MB de memoria RAM	1024MB de memoria RAM	1024MB de memoria RAM
50% de 1 CPU	60% de 1 CPU	70% de 1 CPU	80% de 1 CPU
10 cuentas de email	20 cuentas de email	30 cuentas de email	50 cuentas de email
¡LO QUIERO!	¡LO QUIERO!	¡LO QUIERO!	¡LO QUIERO!

Sabias que si eres docente en Aragón, tienes un hosting de WordPress gratuito en Catedu
Puedes pedirlo en soporte.catedu.es

Plantillas

Lo importante es que sea intuitiva y muy limpia de código, para que la velocidad de carga no sea pesada.

Hay muchísimas plantillas gratuitas orientadas a revistas, blogs. Una de las más destacadas y utilizadas por su facilidad y ligereza es Twenty seventeen

El hosting que contrates, te ayudarán a instalar wordpress y la plantilla para que tú no tengas que ocuparte de esta parte más técnica. En el caso de que ya tengas blog con contenidos te ayudarán a migrarlo si te has decidido por dar una limpieza de cara a tu blog.

Si no tienes blog, piensa sobre el nombre del dominio y compara hostings. Elige el que más te llame y a por ello. Si ya tienes blog, reflexiona si quieres meterte en un cambio o si te quedas como estás, optimizándolo.

Copyright 2026

Plugin SEO Yoast

Y vuelvo al SEO, que si no me desvío del camino...

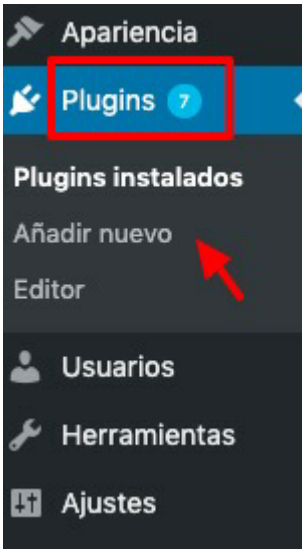
En este punto voy a listar una serie de aspectos básicos que hay que trabajar de tu on page para que tu blog esté óptimo de cara a los buscadores.

> Instala el plugin SEO Yoast: https://es.wordpress.org/plugins/wordpress-seo/

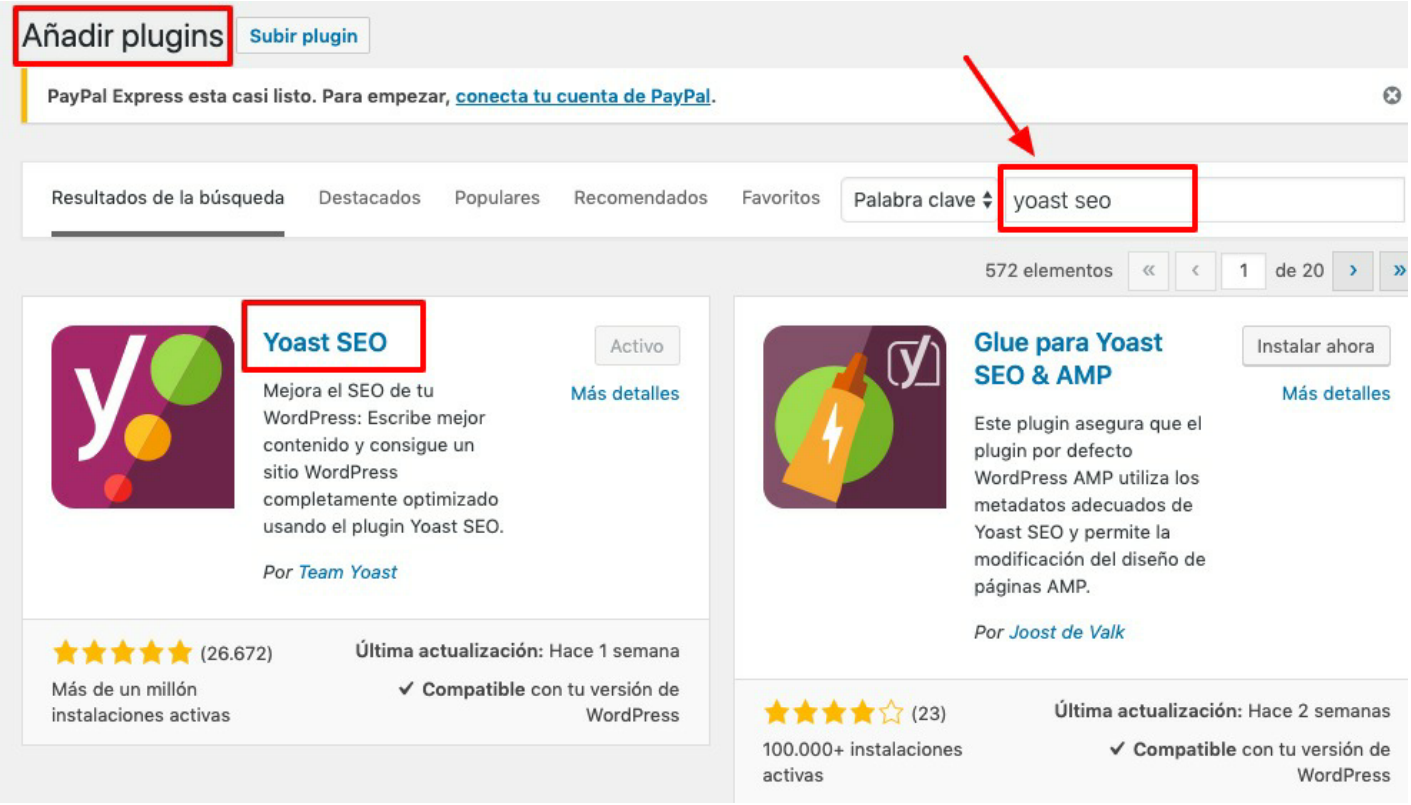
Se trata de un plugin muy completo que te va a ayudar con el SEO de tu blog.

¿Cómo instalo el plugin?

Entras en el escritorio wordpress de tu blog y en la columna de la izquierda buscas “plugins”, colocas el ratón sobre él y se despliega una ventana “añadir nuevo”



Una vez que das a añadir nuevo, se abre una ventana con un buscador. Escribes en el buscador “yoast seo” y al botón “instalar ahora”



Una vez que le das a instalar, aparecerá la palabra “activo”.

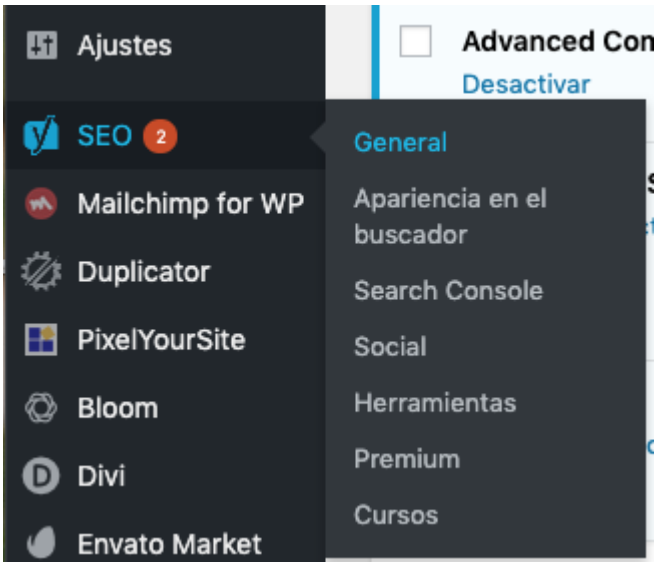
Ahora te aparecerá en la columna de la izquierda, casi siempre debajo de “ajustes”.

Hay muchísimos tutoriales sobre cómo configurar Yoast SEO, tanto en artículo como en vídeo.

Os deja enlace a un vídeo de Alex Serrano que creo que lo explica muy bien paso a paso.

Una vez que lo tengas instalado, te van a aparecer las siguientes opciones:

Copyright 2026



En el vídeo de Alex Serrano explica paso a paso cómo configurarlo según las necesidades de tu blog.

Con SEO Yoast bien configurado tendrás:

- un sitemap.xml optimizado
- un robots.txt
- podrás vincularlo a tus redes sociales
- podrás conectarlo con Google Search Console (herramienta gratuita de Google para analizar datos de tu blog)
- y mucho más…

Sobre todo, cómo vamos a ver en el punto de “sé un estratega y posiciona con tus contenido, te va a guiar en la redacción y optimización de tu artículo.

> Sigue paso a paso la configuración de SEO Yoast.

¡Ojo! esto para blogs que parten de cero. Si tu blog ya tiene recorrido, habría que hacer una auditoría breve para que no aparecieran errores 404.

En el caso de que ya tengas numerosos artículos escritos, quédate solo con la parte que acabamos de ver de seo yoast.

Errores 404

Son los errores que aparecen cuando los enlaces están rotos o la página no existe.

Imagina que publicas un post, pero pasado un tiempo lo eliminas. Esa url estaba indexada, es decir, en los resultados de google. Cuando google se pasa a buscar esa página, no la encuentra porque la has eliminado, y entonces devuelve un 404.

Es necesario que revises tu blog en busca de errores 404, ya que a google no les gusta demasiado.

Algunas herramientas gratuitas para revisar los errores 404:

- https://www.brokenlinkcheck.com/
- extensión para instalar broken link checker https://chrome.google.com/webstore/detail/broken-link-checker/nibppfobembgfmejpjaaeocbogeonhch
- extensión para instalar: check my links https://chrome.google.com/webstore/detail/check-my-links/ojkcdipcgfaekbeaelaapakgnjflfglf (mi favorita)

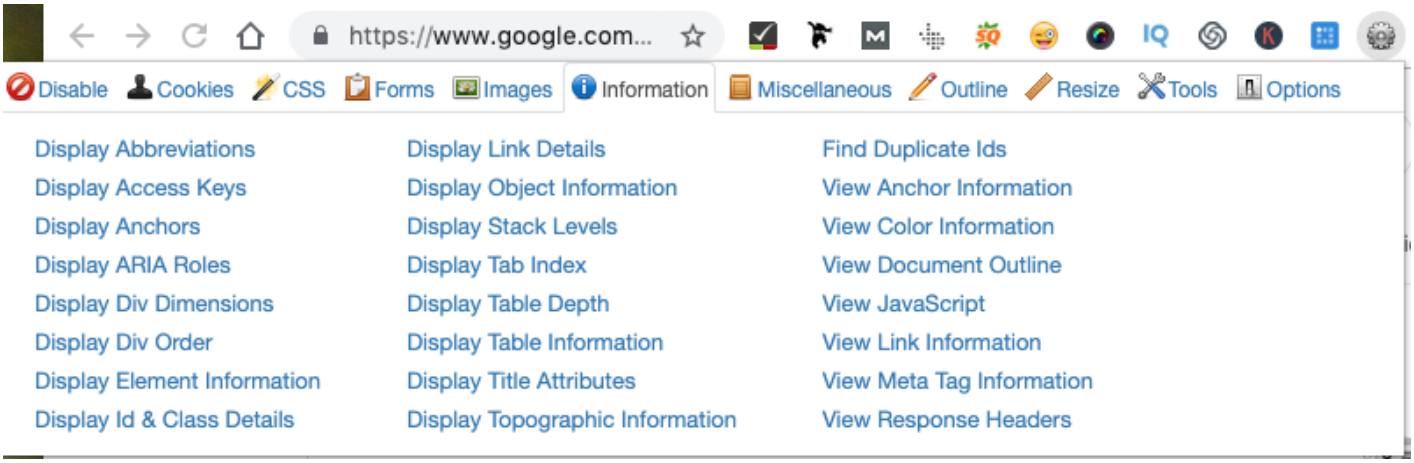


> Instala la extensión que prefieras. Utiliza la herramienta para analizar varios artículos de vuestro blog y comprobar que no hay errores 404.

Encabezados

Cada artículo debe tener obligatoriamente un H1 y sería recomendable dividir toda la información mediante H2 y h3.

Con la extensión gratuita webdeveloper (chrome, firefox, etc), una vez que la tienes instalada, abres cualquier artículo, clicas sobre la rueda dentada y se abre una ventana, en la tercera columna eliges “view document outline”



y ves la arquitectura de ese artículo:

https://www.rgalgora.com/buscar-palabras-clave/

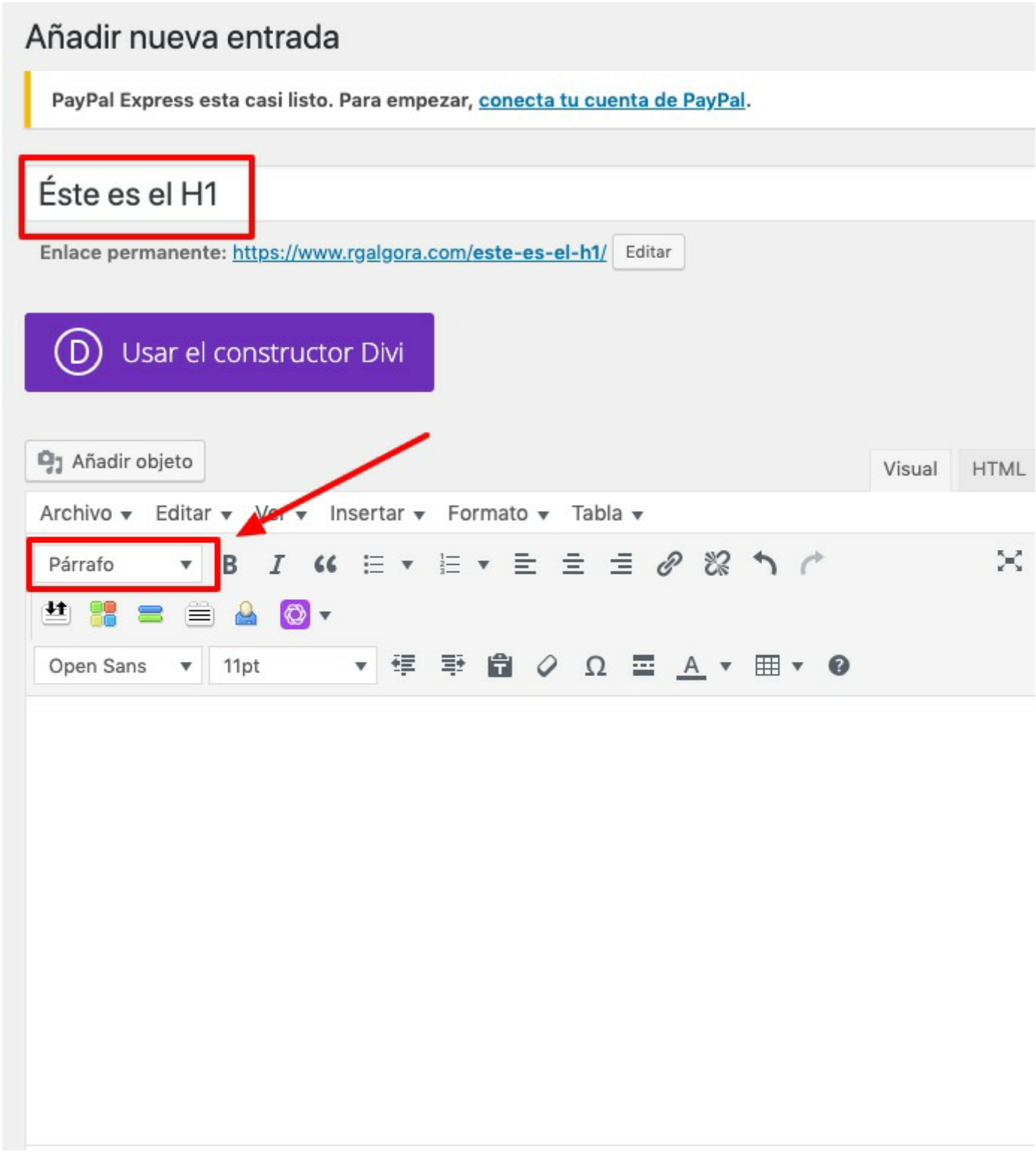
⊟ 42 headings

<h1> Aprende a buscar palabras como un auténtico profesional

- <h2> Buscar palabras clave diferentes. Éstas ya las utiliza todo el mundo
- <h2> Identifica campos semánticos y descubre un oasis de palabras clave
- <h2> Crea tu primera lista de campos semánticos
  - <h3> Buyer Persona
  - <h3> (No heading text)
  - <h3> Foros
  - <h3> (No heading text)
  - <h3> Wikipedia

Cuando escribes un artículo en wordpress, la primera caja de texto es para el H1 y en el desplegable de “párrafo” se puede seleccionar “título 2”, “título 3” y sucesivos.

Copyright 2026



Instala la extensión webdeveloper, elige un artículo y clicando sobre la rueda dentada -> “view document online” comprobar que tiene H1 y una arquitectura adecuada de encabezados.

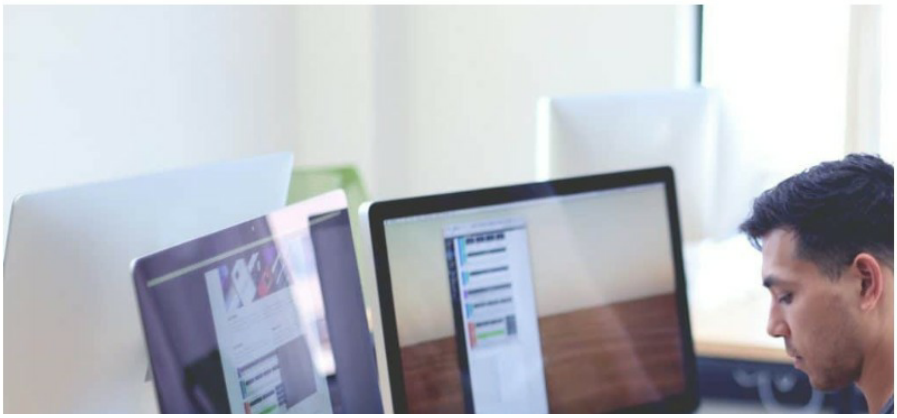
Copyright 2026

Optimización de las imágenes

Las imágenes son algunos de los elementos que dan más quebraderos de cabeza en SEO. Lo normal es que se suban sin optimizar, pero a partir de ahora, eso se ha acabado.

Pasos para optimizar una imagen:

1. Comenzamos con la reducción del peso de la imagen. Existen varias herramientas para ello, como photoshop y algunas online como tinypng.com y compressor.io
2. Nombra el archivo utilizando la palabra clave. Nada de “45637.jpg”, si no “arquitectura-renacentista.jpg”, por ejemplo.
3. Se sube a wordpress a a través de medios -> añadir nuevo (columna izquierda, arriba)
4. Por regla general, una foto de 1024 px es suficiente para web.
5. Se indica título y texto alternativo, utilizando palabra clave.

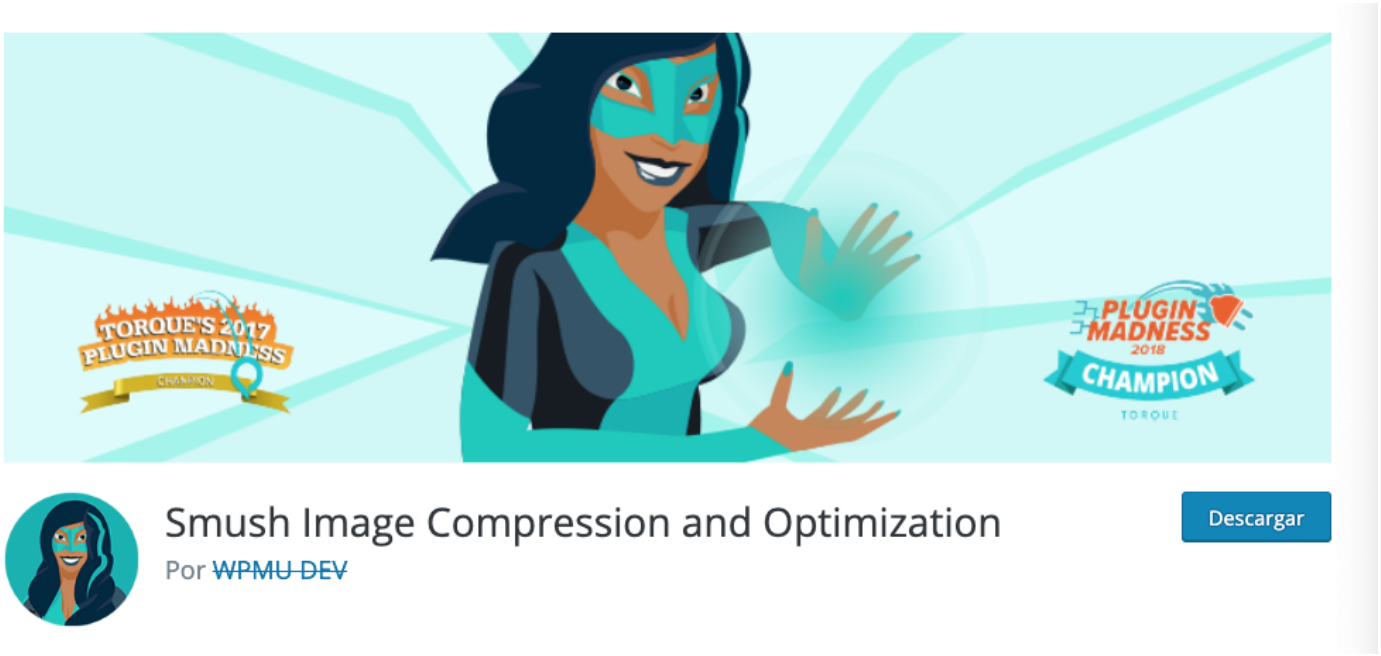




Ojo, no se debe repetir título ni alt, por lo que si tienes varias imágenes en tu post de “arquitectura renacentista”, puedes añadir por ejemplo “arquitectura renacentista estilo plateresco”, “arquitectura renacentista salamanca”, etc.

En el caso de que ya tengas muchas imágenes subidas a tu blog, para reducir el peso de las mismas te recomiendo que instales el plugin gratuito Smush Imagen Compression and Optimization.

Podrás optimizar por lotes todas las imágenes que ya están subidas.



> Instala el plugin y reduce el peso de las imágenes o reduce su peso si es la primera vez que las subes. Revisa y rellena los campos de título y texto alternativo.

Titles y metadescriptions (títulos y descripciones)

Esta parte pertenece al on page pero vamos a verla con detenimiento en el punto de generar contenido.

Velocidad de carga

Existen varias herramientas que nos indican la velocidad de nuestro blog. Las tres más importantes son:

- page speed insights (de google)
- gtmetrix: elige tu navegador y país UK, que es lo más cercano.
- pingdoom tools: elige Londres también.

En numerosas ocasiones solo con mejorar la optimización de las imágenes, la velocidad mejora muchísimo. En otras cosas será necesario tocar aspectos más técnicos.

> Revisa tu blog con estas tres herramientas y comprueba si optimizando las imágenespuedes mejorar la velocidad. En ocasiones no solo es el peso, sino también la escala de la fotografía.

Como ves, el mundo del SEO puede ser inabarcable. Para un blog docente considero que implementado y configurando correctamente SEO Yoast y teniendo en cuenta la velocidad de carga, la optimización de las imágenes, encabezados, errores 404 y títulos y metadescripciones ya habremos hecho un gran trabajo.

Extra - PARA NOTA-

Si tu blog no tiene más de 500 urls (que por regla general en este sector no va a ser así) puedes utilizar de manera totalmente gratuita la herramienta Screaming Frog

https://www.screamingfrog.co.uk/

Simplemente la tienes que descargar en tu ordenador, logarte y analizar tu blog. La herramienta te devolverá todas las urls que tiene tu blog y muchísima información de cada una de ellas.

Te aviso que este extra es para nota. Porque realmente te esté interesando mucho este mundillo, quieras cacharrear y probar, mirar cosas para tu site. En caso contrario, no te compliques.

Para guiarte en el uso de la ranita, una de las personas que mejor conoce screaming frog es la consultora SEO Mj Cachón. Aquí tenéis su guía.

Copyright 2026

Conviértete en un maestro del keyword research

Recuperamos el término del glosario para grabarlo a fuego:

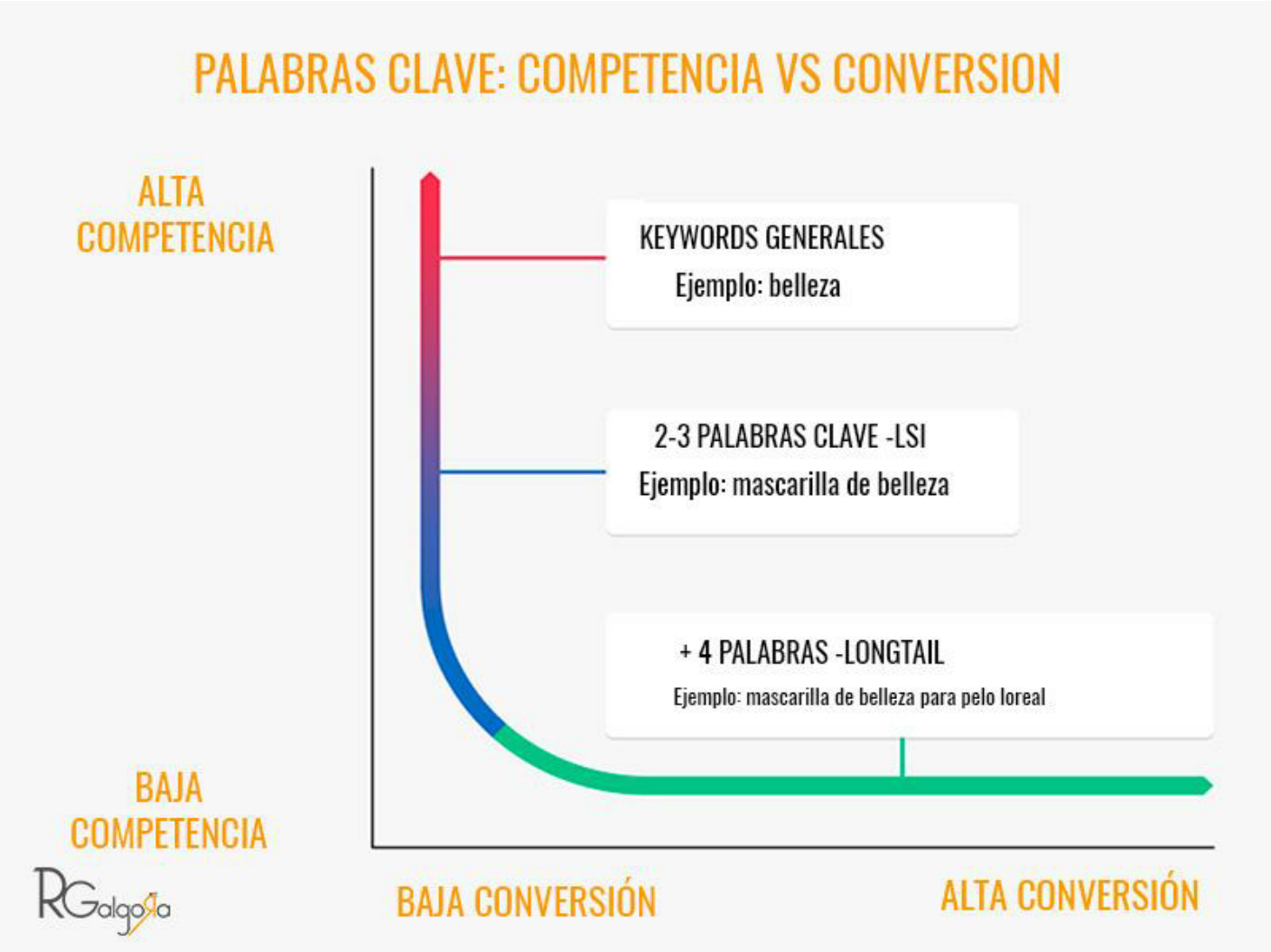
> una palabra clave o keyword es una palabra o conjunto de palabras que utilizamos los usuarios en un buscador para encontrar la información que deseamos

Tipos de palabras clave

Existen tres tipos de palabras clave:

- **general o de keyword exacta**: mayor volumen de búsqueda y mayor competencia
  - ejemplo: belleza.
- **LSI (Latent Semantic Indexing)**: formada por 2-3 palabras clave. Volumen de búsqueda menor que general pero aún amplio y competencia menor, aunque todavía complicado.
  - ejemplo: mascarilla de belleza.
- **Long tail**: más de cuatro palabras. Volumen de búsqueda bajo y competencia más baja. Aquí triunfa el dicho de “muchos poquitos hacen un muchito”
  - ejemplo: mascarilla de belleza para pelo loreal.

Copyright 2026



La estrategia en el blog tiene que estar siempre enfocada a palabras clave LSI y sobre todo a long tail. Descartamos generales por su alta competencia.

IMPORTANTE: no se puede “atacar” a una misma palabra clave en diferentes artículos. Sí se pueden escribir artículos complementarios, pero no posts que respondan a una misma intención de búsqueda.

Esta idea es esencial para tu blog. Ejemplo: si tienes un blog de historia del arte y escribes un artículo sobre “ el estilo plateresco en España”, más adelante puedes escribir un post sobre “el estilo herreriano en España” e incluso uno más generalista de “la arquitectura renacentista en España” y enlazar estos tres artículos.

Lo que no debes hacer es escribir un nuevo post sobre “el estilo plateresco en España” para contar otros aspectos. En este caso debes revisar, ampliar y/o modificar el artículo que ya tienes redactado.

Copyright 2026

¿Qué necesitamos para realizar un buen keyword research?

Si queremos que personas que están buscando sobre lo que escribimos lleguen hasta los contenidos de nuestro blog, entonces es necesario conocer cómo buscan estas personas.

Los ingredientes básicos para realizar un buen estudio de palabras clave son:

- tener claro el concepto generalizado sobre lo que se va a escribir
- hoja en blanco de excel o google sheets
- herramientas para realizar el estudio

Tener claro el concepto generalizado sobre el que se va a escribir.

Luis es profesor de música y a través de su blog enseña a sus alumnos diferentes conceptos y prácticas. Cada semana destina varias horas de su tiempo a este blog y en numerosas ocasiones han elogiado su trabajo: sus artículos están muy trabajados y ayudan muchísimo a sus alumnos y a otros estudiantes del centro.

Poder ayudar a más personas a aprender música es una idea que comienza a rondar por su cabeza, pero no sabe muy bien cómo hacerlo. Entonces el SEO llega a su vida.

En el mundo de la docencia hay muchísimos blogs y la mayoría están sin optimizar. Esto supone una gran oportunidad, ya que los profesores que hagan pequeñas acciones en su blog - siempre que no haya páginas de muchísima autoridad que traten sobre lo mismo - podrán ver como sus post rápidamente se meten en la primera página de google.

Aprovechar esta oportunidad es justamente lo que hace Luis. Tiene claro el concepto generalizado sobre el que quiere escribir, después, según los resultados que arrojen las herramientas, se adaptará a una u otra palabra clave.

Como veremos más adelante, a la hora de generar contenido no hay lugar a la improvisación. Se trabaja con un calendario editorial y por lo tanto se parte de un listado de conceptos generalizados, sobre los que se realiza el estudio de palabras clave.

> Tarea: crea un listado de diferentes temas que te gustaría abordar en tus próximos artículos. - mínimo 10- .

No te saltes ninguna tarea y así al finalizar el curso tendrás tu calendario editorial para los próximos tres meses.

Hoja en blanco en excel o google sheet

Con el fin de ir volcando todos los datos que nos van a dar las herramientas, necesitamos un documento con una pestaña por cada palabra clave y en cada pestaña cuatro columnas:

- palabra clave
- volumen de búsqueda
- competencia
- tendencia

> Tarea: crea un documento y una pestaña por cada tema que quieres abordar en tus próximos posts con sus correspondientes columnas

En cada pestaña del documento general ve apuntando todos los datos que obtienes de las diferentes búsquedas con herramientas.

Herramientas gratuitas para hacer el estudio

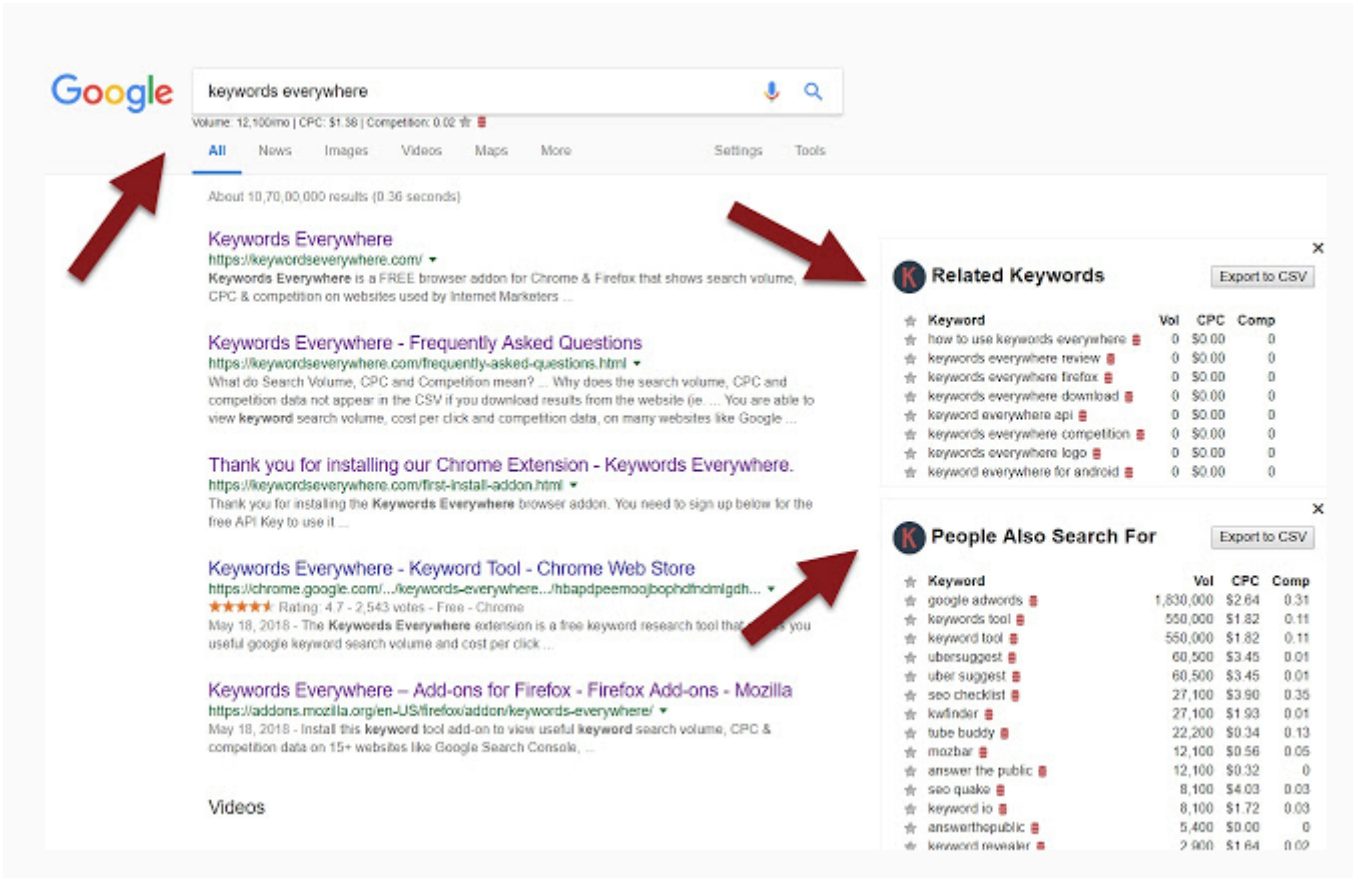
Aunque tengamos estas cuatro columnas en el documento, no siempre dispondremos de todos los datos al tratarse en muchos casos de herramientas gratuitas, aunque sí nos haremos una idea generalizada de por dónde ir.

Nota: a la hora de buscar palabras clave es mejor no utilizar tildes, ya que suelen tener menos búsquedas mensuales (la gente no suele usar tildes al buscar en google).

Herramientas gratuitas:

Keyword everywhere

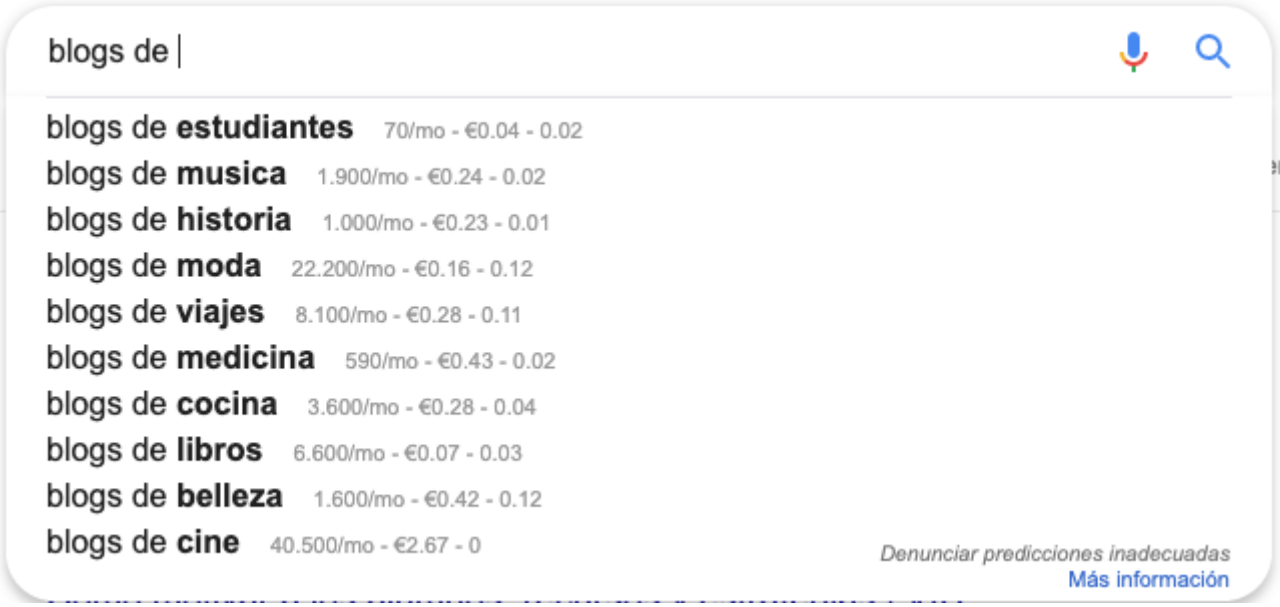
Es una extensión gratuita para chrome, firefox, opera... Tan solo tienes que buscarla en google, “keywords everywhere chrome”, por ejemplo, instalarla y cada vez que realices una búsqueda te dará el volumen de búsqueda en un recuadro destacado que aparece a la derecha.



> Tarea: añade todos los datos que obtienes en la pestaña de tu documento

Google suggest

Cuando escribes una palabra en el buscador, se despliega una ventana mostrándote sugerencias relacionadas. Si además tienes instalada la extensión keywords everywhere te dará el volumen de búsqueda en esa misma ventana.



Para conseguir mayor número de sugerencias existe el truco de poner un prefijo o sufijo a la búsqueda con todas las letras del abecedario o utilizar la herramienta [infinitesuggest] que se basa en el mismo procedimiento.



> Tarea: añade todos los datos que obtienes en la pestaña de tu documento

Búsqueda relacionadas

Si hacemos scroll hasta el final de la página, google nos sigue dando sugerencias. Muestra palabras relacionadas con tu búsqueda, que son las más buscadas de su base de datos



> Tarea: añade todos los datos que obtienes en la pestaña de tu documento

Ubbersuggest

Es una herramienta muy completa , gratuita que te da una visión general de tu blog, ideas de palabras clave, analiza el tráfico que te llega en la actualidad, volumen de búsqueda, tendencia de búsqueda...

dinamicas de grupo | Español / España | Buscar

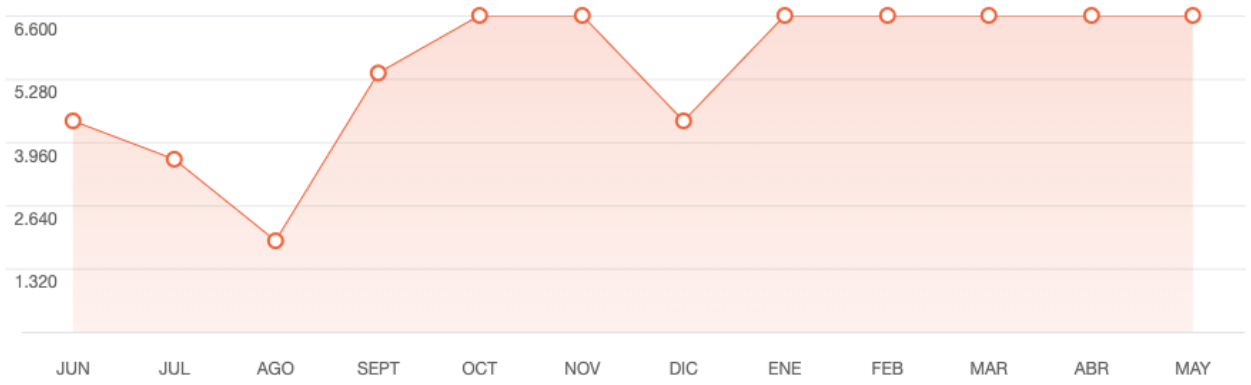
Análisis de palabra clave: dinamicas de grupo

VOLUMEN DE BÚSQUEDAS	SEO DIFFICULTY	PAID DIFFICULTY	COSTO POR CLICK (CPC)
5.400 PROMEDIO	15 FÁCIL	2 FÁCIL	€0,54



Esta palabra clave es **fácil** de posicionar en Google. Tienes **una probabilidad de 85%** de posicionarse entre los 20 primeros resultados.

Volumen 6.600 búsquedas por mes — Volumen de búsquedas mensual



IDEAS DE PALABRA CLAVE — SUGERENCIAS | RELACIONADAS

PALABRA CLAVE	TENDENCIA	VOLUMEN	CPC	PD	SD
dinamicas de grupo		5.400	€0,54	2	15
dinamicas de grupo para adultos		880	€1,20	3	7
dinamicas de grupo divertidas		590	€1,15	2	6
dinamicas de grupo adultos		590	€1,04	3	6

Tarea: añade todos los datos que obtienes en la pestaña de tu documento

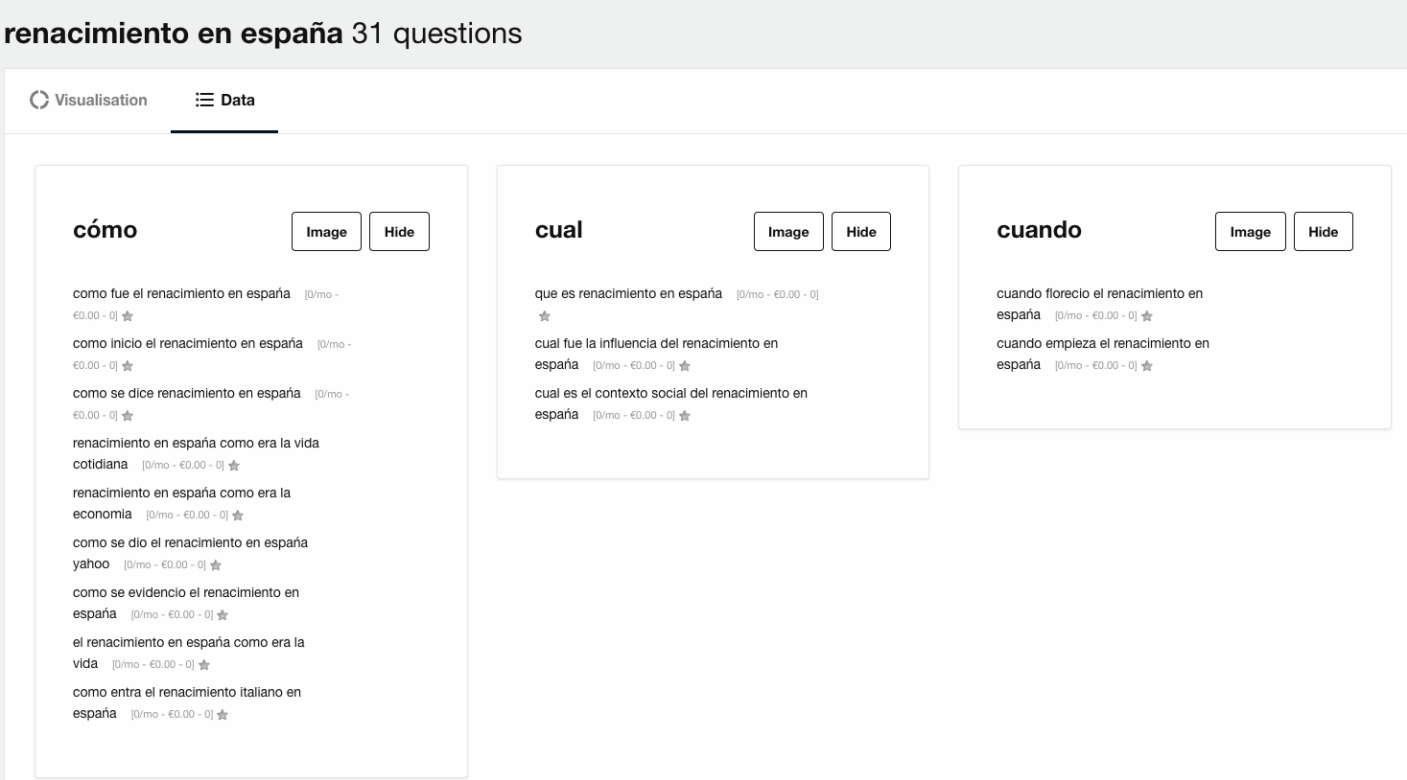
Copyright 2026

Answerthepublic

Herramienta que arroja las preguntas más frecuentes en relación con un concepto o palabra clave.

Puedes elegir el idioma, escribir el concepto o palabra clave y dar a buscar. Te muestra los datos a modo de flor o de listados.

En esta herramienta no se muestran correctamente los volúmenes de búsqueda, pero sirve para guiarnos a la hora de estructurar la información y dar respuestas.

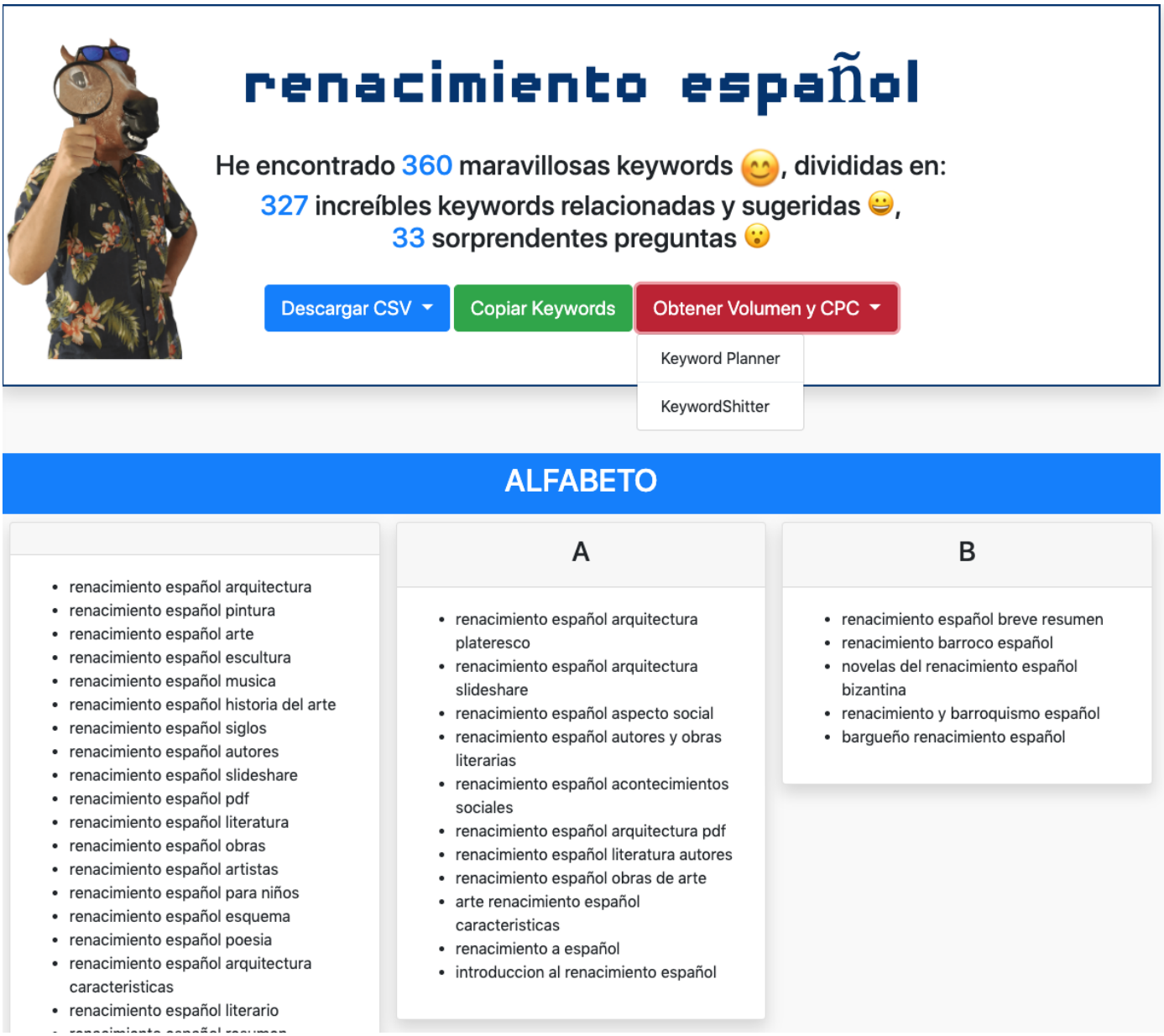


> Tarea: añade todos los datos que obtienes en la pestaña de tu documento

Kiwosan

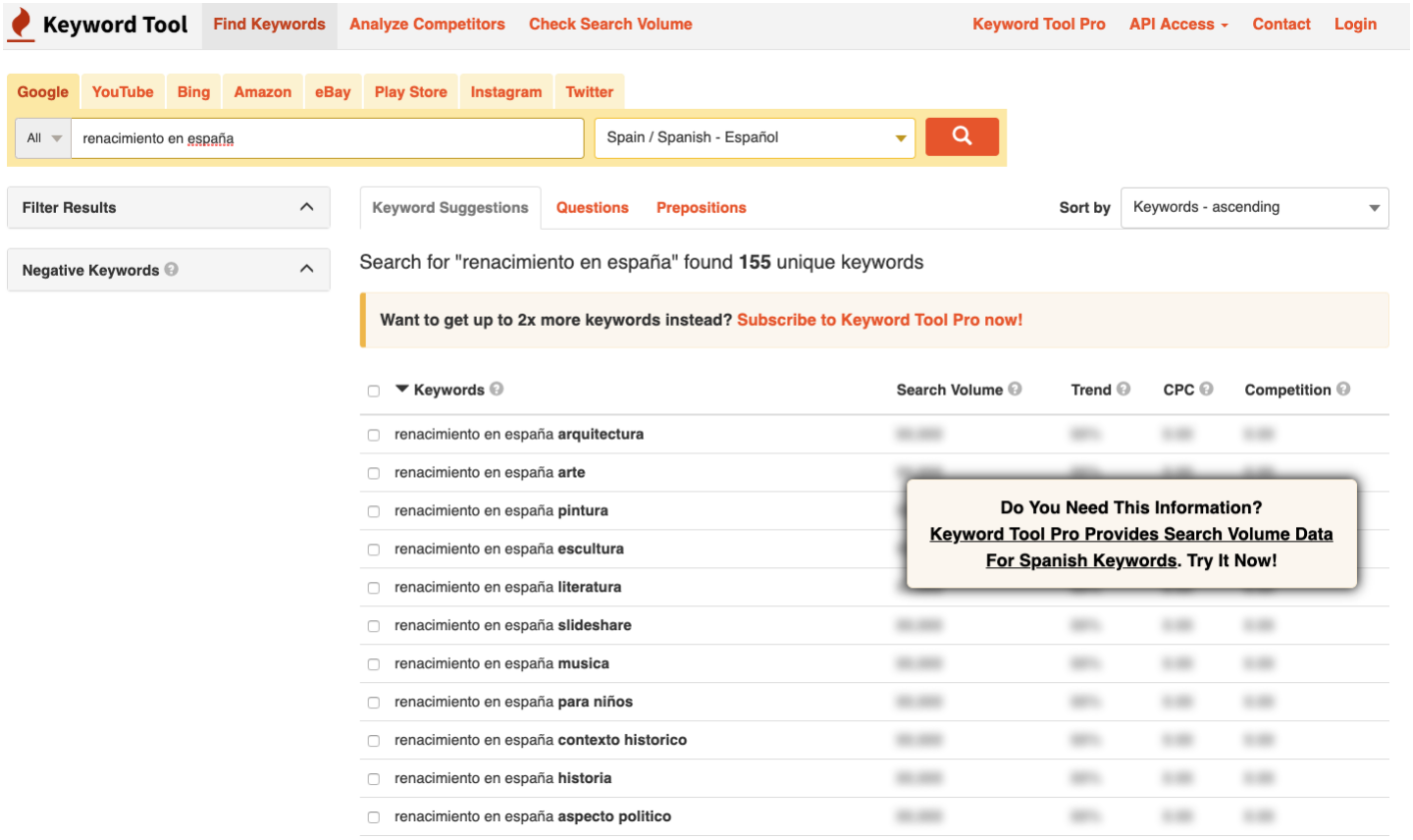
Con esta herramienta tienes un mes de prueba gratuito (el precio de la mensualidad es muy bajo). Te ofrece muchísimas sugerencias de palabras clave y preguntas relacionadas con la que tú le indicas. Digamos que mezcla los datos de sugerencias, búsquedas relacionadas y anwerthepublic. Todo en uno.

Para ver el volumen de búsqueda, puedes: * descargar un archivo csv * copiar las keywords en la columna de tu documento * llevarte directamente las palabras sugeridas al keyword planner



keywordtool.io

Esta herramienta te da el listado de palabras clave si bien para ver el volumen de búsqueda, competencia y tendencia hay que pagar. Pero existe un truco que te voy a desvelar en las próximas líneas.



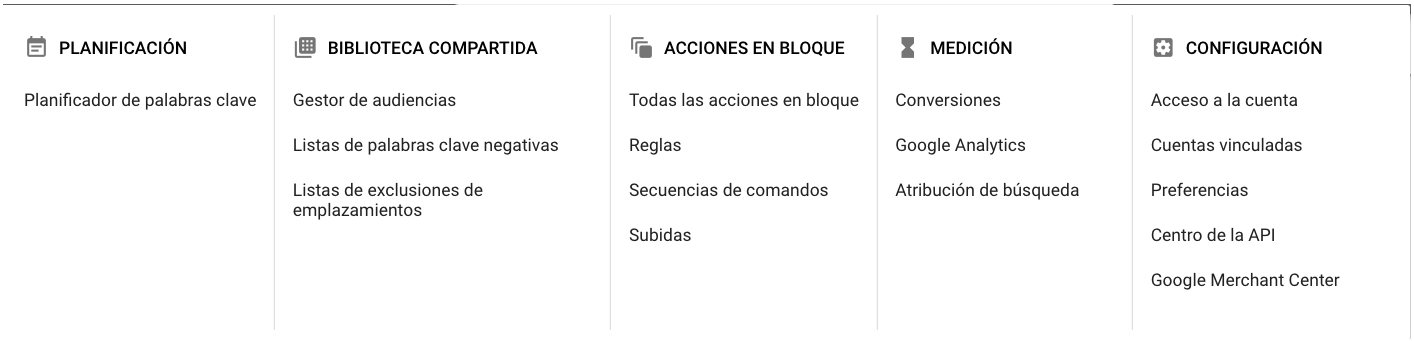
> Tarea: añade todos los datos que obtienes en la pestaña de tu documento

Planificador de palabras clave: google adwords

El planificador de palabras clave o keyword planner es una herramienta de google adwords, la plataforma de anuncios de google, que permite encontrar palabras clave con volumen de búsqueda y competencia.

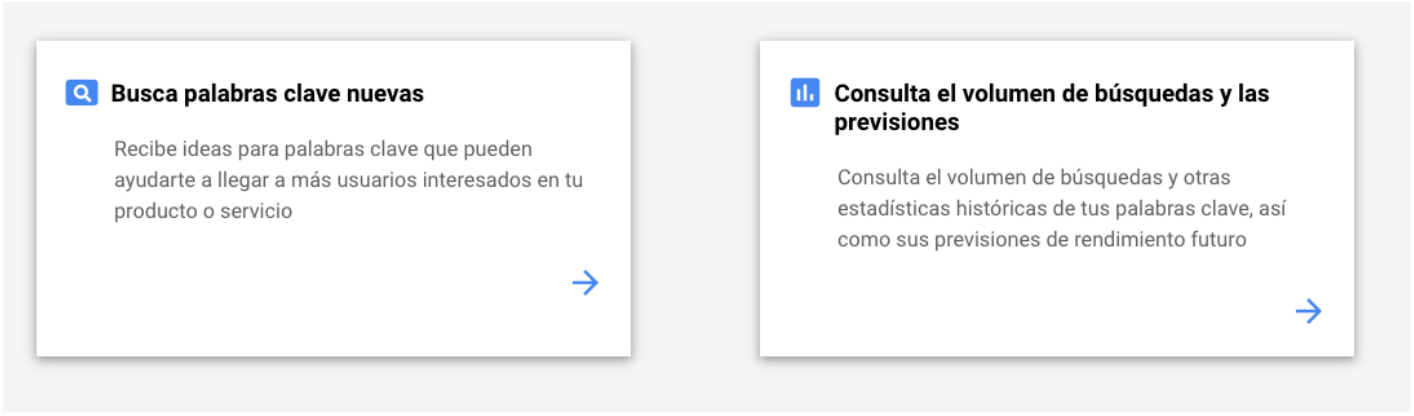
Para poder acceder al planificador de palabras clave es necesario que te des de alta en google adwords si aún no tienes cuenta.

Una vez que tengas creada tu cuenta, en la parte superior busca “herramientas y ajustes” -> planificación -> planificador de palabras clave



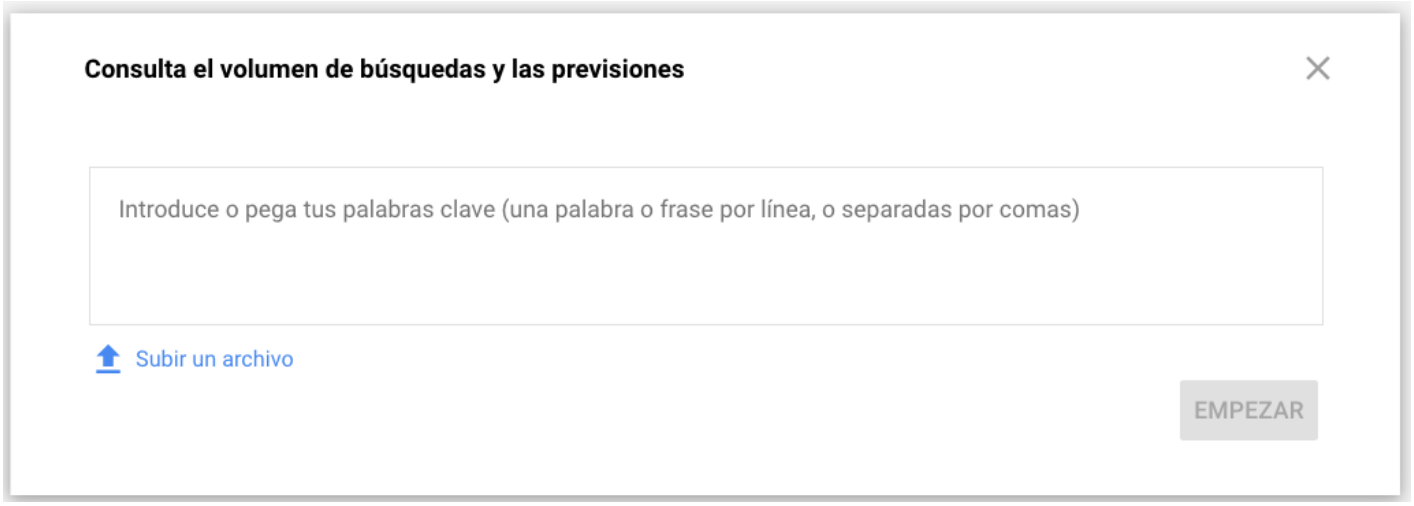
El planificador te permite o buscar palabras clave nuevas, a raíz de alguna idea dada, o consultar el volumen de búsqueda y las previsiones.

Elegimos esta segunda opción.



Si no te has saltado ninguna de las tareas mencionadas líneas más arriba, tendrás un documento con una columna “palabra clave” con varias palabras ya apuntadas.

Es hora de copiar esta columna (Ctrl + C) y copiarlas (Ctrl + V) en el planificador de palabras clave. Si lo prefieres también puedes subir el archivo



Copyright 2026

Como además tenemos la extensión de keywords everywhere instalada, nos dará datos más completos que si no la tuviéramos.

Palabra clave	Vol	CPC	Comp
arquitectura renacentista	12.100	€0.43	0
estilo herreriano españa	0	€0.00	0
estilo plateresco	880	€0.00	0
plateresco en españa	0	€0.00	0
renacimiento en españa	8.100	€0.00	0

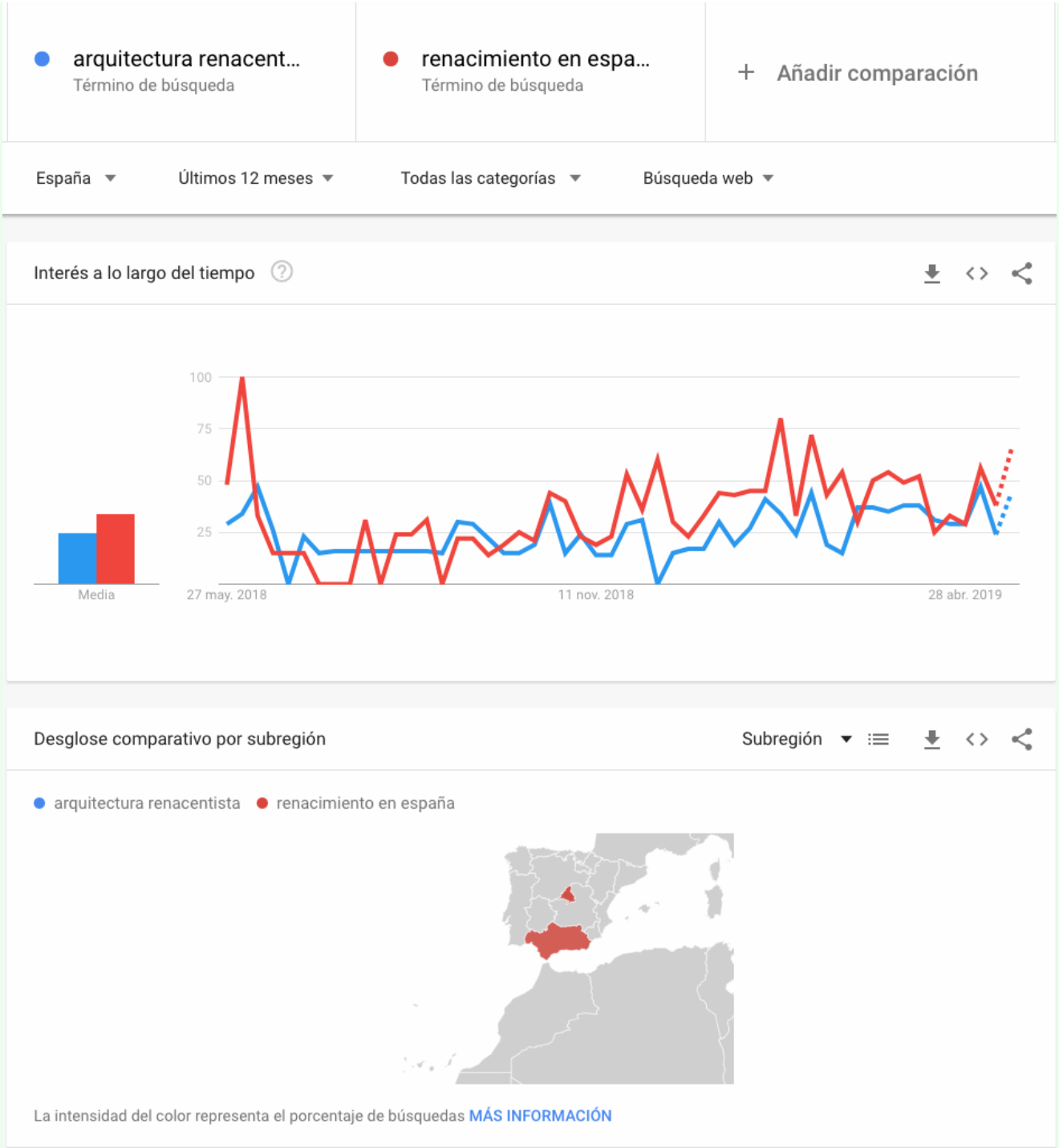
El CPC es el coste por clic. No hay que olvidar que estamos en la plataforma de anuncios de google y lo que nos indica esta columna es lo que cuesta cada clic de ese anuncio.

Como se ve, estos términos no tienen apenas competencia. Cuánto más alto sea el CPC, más competencia tendrá esa palabra clave.

Podéis seleccionar todas las palabras clave o aquellas que son de vuestro interés y exportarlo en un archivo CSV.

> **Tarea 1**: ahora que tenemos todos los datos, es hora de hacer limpieza. Eliminamos palabras clave repetidas y en el caso de que no concuerden volúmenes de búsqueda o competencia, siempre tendrá prioridad los datos del planificador de palabras clave.

> **Tarea 2**: vamos a ver la tendencia de búsqueda de los términos. Si hay varias palabras clave similares y no sabes cuál elegir, utiliza google trends. En el ejemplo me quedaría con “renacimiento en España”



Ya tenemos nuestro documento totalmente cumplimentado y sabemos a qué palabra clave vamos a orientar nuestro próximo artículo.

¡Buen trabajo!

Extra

Puedes consultar mi vídeo o mi artículo sobre cómo buscar palabras clave para mayor información.

https://www.youtube.com/embed/tCpvOHSJWxE

BLOG: https://www.rgalgora.com/buscar-palabras-clave/

Extra 2

Si quieres cacharrear con alguna herramienta de pago, puedes darte de alta y probar la versión gratuita de semrush, sistrix, keywordtool o ahrefs.

¡Seguimos disfrutando del camino!