3. Generando contenido

- Sé un estratega y posiciona con tus contenidos
- Conociendo a la competencia
- Detecta tus contenidos pilares
- El calendario editorial: días de publicación
- El calendario editorial: el documento
- Pautas de redacción SEO
- Optimización de URL y de snippets
- Checklist redacción SEO

Copyright 2026

Sé un estratega y posiciona con tus contenidos

Si has realizado las tareas que he ido proponiendo a lo largo del curso, ahora mismo tendrás:

- instalado el plugin seo yoast
- optimizadas todas tus imágenes
- una auditoría básica de cómo se encuentra tu blog
- un documento con al menos diez palabras clave

Ha llegado el momento de aplicar todo el trabajo realizado hasta ahora y desarrollar un calendario editorial para las publicaciones de tu blog.

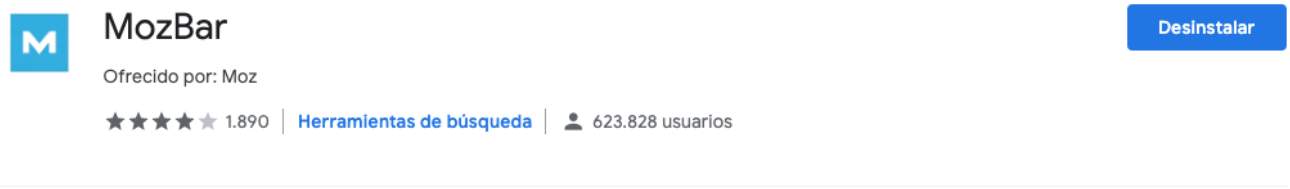
Gracias al documento de las palabras clave, conocemos el volumen y la tendencia de búsqueda de estos términos.

Copyright 2026

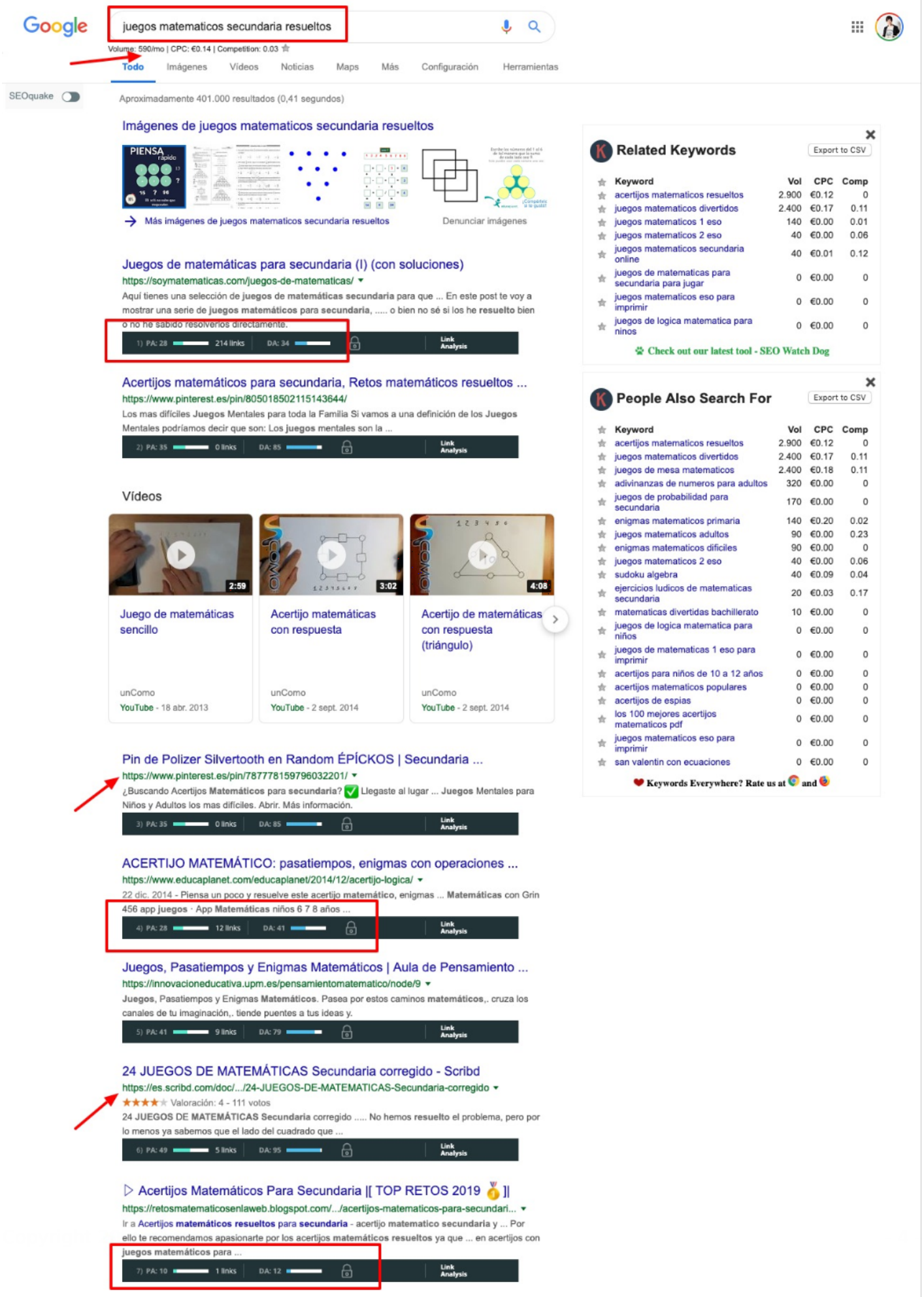
Conociendo a la competencia

Ahora vamos a mirar con mayor detenimiento la competencia que existe en las serps para esa palabra clave. Recuerda que vamos a poner nuestro foco sobre todo en las palabras “long tail”, esto es, que tengan cuatro o más términos. Si vemos que no hay mucha autoridad, podemos atacar las LSI, palabras de 2-3 términos.

Para conocer la autoridad de tus competidores, te voy a pedir que añadas la extensión de Mozbar.



Una vez que la tengas instalada, realiza una búsqueda de tu primera palabra clave. Vamos a imaginar que quieres escribir un artículo sobre “juegos matemáticos secundaria resueltos”, con un volumen de búsqueda de 590/mes.


Google
juegos matematicos secundaria resueltos
Volume: 590/mo | CPC: €0.14 | Competition: 0.03
Todo
Imágenes
Vídeos
Noticias
Maps
Más
Configuración
Herramientas
SEOquake
Aproximadamente 401.000 resultados (0,41 segundos)
Imágenes de juegos matematicos secundaria resueltos
Más imágenes de juegos matematicos secundaria resueltos
Denunciar imágenes
Juegos de matemáticas para secundaria (I) (con soluciones)
https://soymatematicas.com/juegos-de-matematicas/
Aquí tienes una selección de juegos de matemáticas secundaria para que ... En este post te voy a mostrar una serie de juegos matemáticos para secundaria, ... o bien no sé si los he resuelto bien o no he sabido resolverlos directamente.
1) PA: 28 214 links DA: 34 Link Analysis
Acertijos matemáticos para secundaria, Retos matemáticos resueltos ...
https://www.pinterest.es/pin/805018502115143644/
Los mas difíciles Juegos Mentales para toda la Familia Si vamos a una definición de los Juegos Mentales podríamos decir que son: Los juegos mentales son la ...
2) PA: 35 0 links DA: 85 Link Analysis
Vídeos
2:59
Juego de matemáticas sencillo
unComo
YouTube - 18 abr. 2013
3:02
Acertijo matemáticas con respuesta
unComo
YouTube - 2 sept. 2014
4:08
Acertijo de matemáticas con respuesta (triángulo)
unComo
YouTube - 2 sept. 2014
Pin de Polizer Silvertooth en Random ÉPICKOS | Secundaria ...
https://www.pinterest.es/pin/787778159796032201/
¿Buscando Acertijos Matemáticos para secundaria? Llegaste al lugar ... Juegos Mentales para Niños y Adultos los mas difíciles. Abrir. Más información.
3) PA: 35 0 links DA: 85 Link Analysis
ACERTIJO MATEMÁTICO: pasatiempos, enigmas con operaciones ...
https://www.educaplanet.com/educaplanet/2014/12/acertijo-logica/
22 dic. 2014 - Piensa un poco y resuelve este acertijo matemático, enigmas ... Matemáticas con Grin 456 app juegos · App Matemáticas niños 6 7 8 años ...
4) PA: 28 12 links DA: 41 Link Analysis
Juegos, Pasatiempos y Enigmas Matemáticos | Aula de Pensamiento ...
https://innovacioneducativa.upm.es/pensamientomatematico/node/9
Juegos, Pasatiempos y Enigmas Matemáticos. Pasea por estos caminos matemáticos,. cruza los canales de tu imaginación,. tiende puentes a tus ideas y.
5) PA: 41 9 links DA: 79 Link Analysis
24 JUEGOS DE MATEMÁTICAS Secundaria corregido - Scribd
https://es.scribd.com/doc/.../24-JUEGOS-DE-MATEMATICAS-Secundaria-corregido
Valoración: 4 - 111 votos
24 JUEGOS DE MATEMÁTICAS Secundaria corregido ..... No hemos resuelto el problema, pero por lo menos ya sabemos que el lado del cuadrado que ...
6) PA: 49 5 links DA: 95 Link Analysis
▷ Acertijos Matemáticos Para Secundaria][TOP RETOS 2019]|
https://retosmatematicosenlaweb.blogspot.com/.../acertijos-matematicos-para-secundari...
Ir a Acertijos matemáticos resueltos para secundaria - acertijo matematico secundaria y ... Por ello te recomendamos apasionarte por los acertijos matemáticos resueltos ya que ... en acertijos con juegos matemáticos para ...
7) PA: 10 1 links DA: 12 Link Analysis
Related Keywords
Export to CSV
Keyword Vol CPC Comp
acertijos matematicos resueltos 2.900 €0.12 0
juegos matematicos divertidos 2.400 €0.17 0.11
juegos matematicos 1 eso 140 €0.00 0.01
juegos matematicos 2 eso 40 €0.00 0.06
juegos matematicos secundaria online 40 €0.01 0.12
juegos de matematicas para secundaria para jugar 0 €0.00 0
juegos matematicos eso para imprimir 0 €0.00 0
juegos de logica matematica para ninos 0 €0.00 0
Check out our latest tool - SEO Watch Dog
People Also Search For
Export to CSV
Keyword Vol CPC Comp
acertijos matematicos resueltos 2.900 €0.12 0
juegos matematicos divertidos 2.400 €0.17 0.11
juegos de mesa matematicos 2.400 €0.18 0.11
adivinanzas de numeros para adultos 320 €0.00 0
juegos de probabilidad para secundaria 170 €0.00 0
enigmas matematicos primaria 140 €0.20 0.02
juegos matematicos adultos 90 €0.00 0.23
enigmas matematicos dificiles 90 €0.00 0
juegos matematicos 2 eso 40 €0.00 0.06
sudoku algebra 40 €0.09 0.04
ejercicios ludicos de matematicas secundaria 20 €0.03 0.17
matematicas divertidas bachillerato 10 €0.00 0
juegos de logica matematica para niños 0 €0.00 0
juegos de matematicas 1 eso para imprimir 0 €0.00 0
acertijos para niños de 10 a 12 años 0 €0.00 0
acertijos matematicos populares 0 €0.00 0
acertijos de espias 0 €0.00 0
los 100 mejores acertijos matematicos pdf 0 €0.00 0
juegos matematicos eso para imprimir 0 €0.00 0
san valentin con ecuaciones 0 €0.00 0
Keywords Everywhere? Rate us at and

Con la extensión de Mozbar funcionando, vais a ver que debajo de cada resultado aparece una barra gris oscura con los siguientes datos:

- PA: autoridad de página, de url (número de enlaces que recibe)
- DA: autoridad del dominio

Los dominios a partir de 45 tienen una autoridad bastante consolidada y va a ser difícil de superar.

De este listado hay que eliminar páginas como wikipedia, scribd (que es un marcador), pinterest, slideshare...nosotros realmente solo “competimos” con otros blogs.

Tampoco hay que hacer mucho caso a los pdf’s, ya que con un buen contenido, conseguiremos superarles.

En el ejemplo propuesto hay hasta 4 páginas blog/webs con un DA de menos de 45 y otras posiciones ocupadas por pinterest y scribd.

¿Qué nos dicen estos datos?

- Si eres un profesor de matemáticas, el contenido tiene interés y tienes opciones para entrar en el top 10
- Hay palabras relacionadas como “acertijos matemáticos resueltos” con 2900 búsquedas/mes.
- Si creas un canal en pinterest y subes tu contenido, es muy probable que te posiciones.

> **tip** Tarea: analiza tu competencia con cada una de las palabras clave de tu documento. Si la competencia es muy alta, sigue buscando entre las palabras relacionadas y sugeridas hasta encontrar esa longtail con la que puedes encontrar tu hueco en el top10. * Si el nicho te da para atacar una LSI porque apenas hay competencia, o la mayoría son pdf’s, vídeos, etc. ¡A por ella!

Detecta tus contenidos pilares

No todos los artículos de tu blog van a ser igual de importantes y, por tanto, no todos te van a llevar el mismo trabajo de análisis, redacción, publicación y promoción.

Debes pensar en qué ámbito de tu trabajo te gustaría destacar como referente; qué es aquello que enseñas con lo que te gustaría impactar positivamente en más personas; cuáles son los temas y las actividades prácticas que te gustaría sacar sí o sí de las cuatro paredes.

Por ejemplo, impartes clases de automatización, pero lo que realmente te motiva es la robótica y sobre todo la robótica educativa. Te gustaría convertirte en referente de esta materia.

Quizá en tu blog puedas escribir sobre diferentes procesos de automatización, prácticas de robótica, etc. si bien gracias al blog vas a trabajar directamente tu marca personal como especialista en robótica educativa.

Tus artículos pilares guardarán relación con esta temática concreta. Recuerda que **una palabra clave = una única url**, por lo que podrías escribir sobre:

- principios de la robótica educativa
- robótica educativa beneficios
- robótica educativa en primaria
- prácticas de robótica educativa
- etc.

El resto de artículos también deben estar trabajados y enfocados a una palabra clave, pero no requieren de tanta inversión de tiempo.

> Tarea: reflexiona sobre cuáles serán tus artículos pilares.

Copyright 2026

El calendario editorial: días de publicación

De la misma manera que existe un calendario de clases y conoces perfectamente qué días y horas debes impartir una u otra materia en el aula, es necesario tener un calendario editorial.

Una de las claves del éxito del blog, y de casi todo en la vida, es la constancia. Tienes que ser realista contigo mismo y saber con qué recursos cuentas para sacar adelante tu blog.

Si tienes poco tiempo, no te comprometas a sacar un artículo semanal. Es mejor publicar solo un artículo bueno al mes que dos una semana y estar luego cuatro meses sin aparecer por el blog.

Decide cuántos artículos vas a poder publicar al mes y qué días y horas incluso vas a publicar.

Por ejemplo: voy a publicar dos veces al mes y serán los martes a las 10:30.

> **Tarea**: determina cuántas publicaciones puedes realizar cada mes (aunque las circunstancias cambien) y día y hora aproximada de publicación.

> Los artículos se pueden programar, así que si una semana estás más tranquilo, puedes adelantar y programar artículos para esos días que vas sin respiro.

Copyright 2026

El calendario editorial: el documento

Para crear un calendario editorial vamos a utilizar de nuevo un documento excel o google sheet.

En este documento vais a crear una pestaña por cada mes y en cada mes, las siguientes columnas:

- **Fecha**: fecha de publicación
- **Categoría**:
  - en tu blog tendrás diferentes categorías y cada artículo lo tienes que asignar a la categoría o categorías que correspondan
  - Por ejemplo, tienes un blog de recetas de cocina y las categorías son: primeros, segundos, postres, veganos, zumos y bebidas. Escribes un artículo sobre “tarta de chocolate” y le asignas la categoría “postres” y “veganos”, porque no lleva además ingredientes de origen animal.
- **Estado**: si el artículo se encuentra en fase de búsqueda de palabras clave, empezado, preparado, aplazado...
- **Objetivo**: branding o marca, tráfico, conseguir enlaces
- **Título**: metatetiqueta title: título del artículo
  - ahora vemos cómo hacerlo con seo yoast
- **Descripción**: metaetiqueta metadescription
  - ahora vemos cómo hacerlo con seo yoast
- Palabra **Clave**
  - principal: 1 palabra clave = 1 url
- Encabezado **H1**
  - solo uno por artículo
- Encabezados **H2**
  - para estructurar la información
- Enlazado **interno**
  - a otros artículos propios del blog
- Enlazado **externo**
  - a otras fuentes de información
- **URL** final
  - debe ser corta, amigable y descriptiva. Lo vemos más adelante con SEO Yoast
- Tipo de **contenido**
  - si es un texto, si prima la imagen, el vídeo, la infografía...

Copyright 2026

- **Observaciones**
  - cualquier observación que se quiera especificar

> **Tarea**: crea tu propio documento y personalízalo o toma como base mi plantilla.

Este calendario es sobre todo para llevar mayor control de tus artículos pilares y de los post con los que quieres difundir tu conocimiento y prácticas más allá de las cuatro paredes.

Para aquellos artículos que sean más tipo tarea diaria con tus alumnos, no es necesario llevar tanto control. Además, entiendo que estos artículos requieren mayor flexibilidad según la dinámica del aula.

Si recuerdas el glosario, estos artículos de tareas con los alumnos serán noindex, es decir, queremos que estén visibles para los usuarios (estudiantes), pero no nos interesa que google los muestre en su listado de resultados, ya que es una tarea más personal, de aula, que pública.

Recapitulamos:

- Tienes un listado de palabras clave y has analizado la competencia de la misma
- Sabes en qué te gustaría ser referente con tu blog y por lo tanto has detectado cuáles serán tus artículos pilares
- Has creado tu calendario editorial a tres meses vista.
- Tienes la barra de chrome y firefox llenas de extensiones estupendas que te van a hacer la vida de blogger docente mucho más sencilla.

Pues entonces ha llegado el momento de sentarnos a redactar el artículo. Entiendo que eres especialista en la materia y que quizá no necesites demasiado trabajo de investigación.

En el caso de que amplíes información con otras fuentes, siempre está bien enlazarlas. Es lo que denomino “enlazado externo” en la plantilla editorial.

Copyright 2026

Pautas de redacción SEO

Expertos redactores recomiendan seguir este timing en la redacción de un artículo:

- realizar un primer boceto y estructura de la información: es el momento de dividir las ideas en párrafos y crear los encabezados
- escribir sin revisar: plasma el conocimiento sin tener en cuenta errores gramaticales, de concordancia, etc.
- dejar reposar el contenido durante un día
- revisar y eliminar todos los errores, darle formato al texto
- por último, pasar el checklist de optimización SEO.

En este punto me voy a centrar en el checklist de optimización SEO.

Entiendo que ya tienes tu artículo revisado y escrito con la máxima naturalidad y llega el momento de tener en cuenta factores SEO para ayudarle a escalar a lo más alto en el ranking.

Para optimizar tu texto ten en cuenta:

- La **palabra clave** principal de ese texto debe ser ÚNICA para ese contenido: en más de una página no se puede utilizar la misma keyword.
- **Estructura**: la importancia de ordenar la información con una jerarquía de encabezados
- una estructura bien definida ayuda a ordenar la información de cada página
- Pirámide invertida: de más importante a menos importante
  - **Título**: corto, claro, descriptivo y único por página -> es el H1 de la página. Debe contener la palabra clave, cuanto más a la izquierda, mejor
  - **Introducción**: resumen de las ideas tratadas en esa página. Contiene la palabra clave y términos semánticamente relacionados. La palabra clave hay que colocarla preferiblemente en las primeras líneas, marcándola además con negrita.
  - **Cuerpo de texto**: pirámide invertida. La palabra clave se escribe con naturalidad, también sinónimos y semántica relacionada.
  - **Uso de encabezados**: para separar los párrafos y facilitar el escaneo del texto. Párrafos máximo 3-4 líneas. Empleo de palabras clave tanto principal como, sobre todo, secundarias.
- **Imágenes**: originales o de banco de imágenes (gratuito o de pago). Las imágenes se ajustan a SEO reduciendo su peso, nombrando el archivo antes de la subida con palabra clave y rellenando título y alt con palabra clave (título) y relacionadas (alt).

Copyright 2026

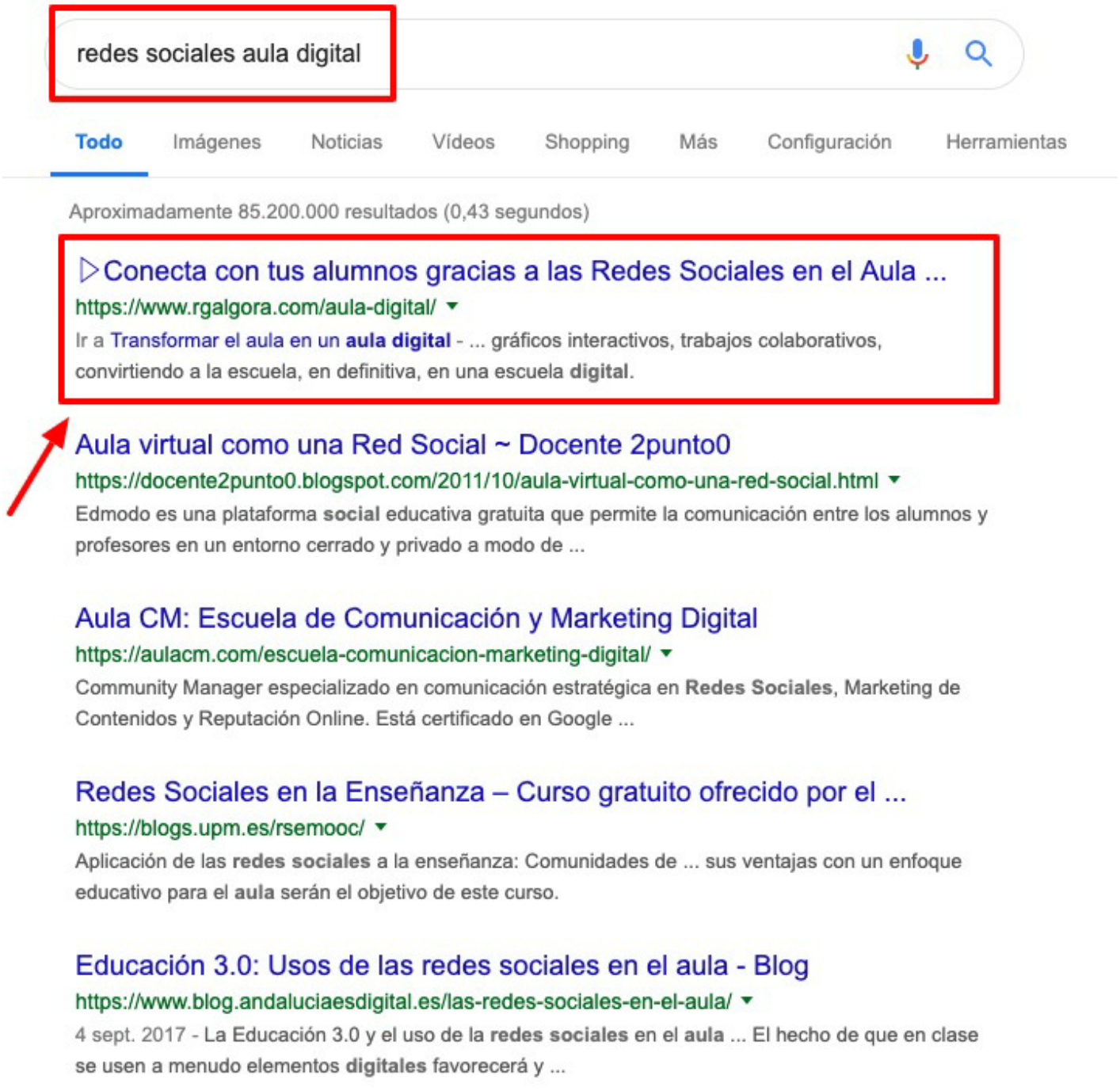
- **Enlaza internamente**: los enlaces posibilitan a los bots de google ir de una página a otra y además sirven para transmitir “page rank” o fuerza de una página a otra. Por ejemplo, si la página “arquitectura renacentista en España” recibe 10 enlaces y desde esa página se enlaza al artículo “influencia del estilo renacentista en España”, el segundo artículo recibe parte de la fuerza del primero, que es esencial para rankear bien

Copyright 2026

Optimización de URL y de snippets

Os voy a enseñar cómo se optimiza url y snippets a partir de un artículo que escribí en mi blog.

La palabra clave escogida para este artículo fue: redes sociales aula digital



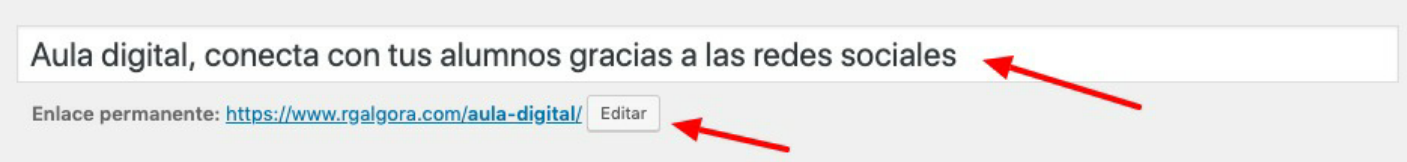
Si analizamos el snippet marcado en rojo podéis ver tres partes:

- Título: Conecta con tus alumnos gracias a las Redes Sociales en el Aula..
- Url: https://www.rgalgora.com/aula-digital/
- Descripción: Transformar el aula en un aula digital... (en este caso Google ha incluido un enlace dentro de la descripción porque él ha querido, aunque no es lo normal)

Vamos a ver cómo podemos optimizar estas tres partes gracias a SEO Yoast.

Url del contenido

Debe ser corta, amigable, descriptiva e incluir la palabra clave.



En la primera caja de texto se escribe el título, que es el H1. Debe incluir la palabra clave y cuánto más a la izquierda mejor - sin sonar a robot-

Cuando rellenéis esa caja de texto, la url, denominado enlace permanente, se completa solo con todas las palabras del título. Por lo que en un principio quedó de esta forma:

https://www.rgalgora.com/aula-digital-conecta-con-tus-alumnos-gracias-a-las-redes-sociales

Es muy largo, por lo que interesa clicar en editar y dejarlo únicamente con palabra clave o palabra clave y algún término que lo defina.

En mi caso lo dejé únicamente como /aula-digital/ aunque podría haber sido /aula-digital-redes-sociales/

Ahora está en https://www.rgalgora.com/?s=aula+digital

> **Nota: ¡IMPORTANTE!** No modifiques ninguna url que ya tengas publicada, pues al realizar modificaciones en la url se generan errores 404. Esta optimización solo sirve para las nuevas entradas que vayas a escribir.

Extra: Demasiado tarde, he modificado una url antes de leer tu nota…¿qué hago? Nos introducimos en el apasionante mundo de las redirecciones 301.

Las redirecciones 301 se utilizan para indicar a Google que la url A, la primera que existió, ya no está disponible y que ahora la válida es la url B.

Por ejemplo, tienes una url que es Url a: https://www.eleternoestudiante.com/dinamicas-de-grupo-divertidas-en-ingles-para-alumnos-de-secundaria-354678-enero-2017/

y has cambiado la url a algo más corto y amigable url b: https://www.eleternoestudiante.com/dinamicas-de-grupo-ingles-secundaria

Copyright 2026

Con la redirección 301 le decimos a Google que cuando llegue a la url A, ésta le lleve directamente a la url B.

Más adelante, te indico un plugin para hacerlo.

Title y metadescription

Deben ser atractivos, incentivar al click para destacar en el listado de resultados y aumentar el CTR. Además ambos deben incluir la palabra clave.



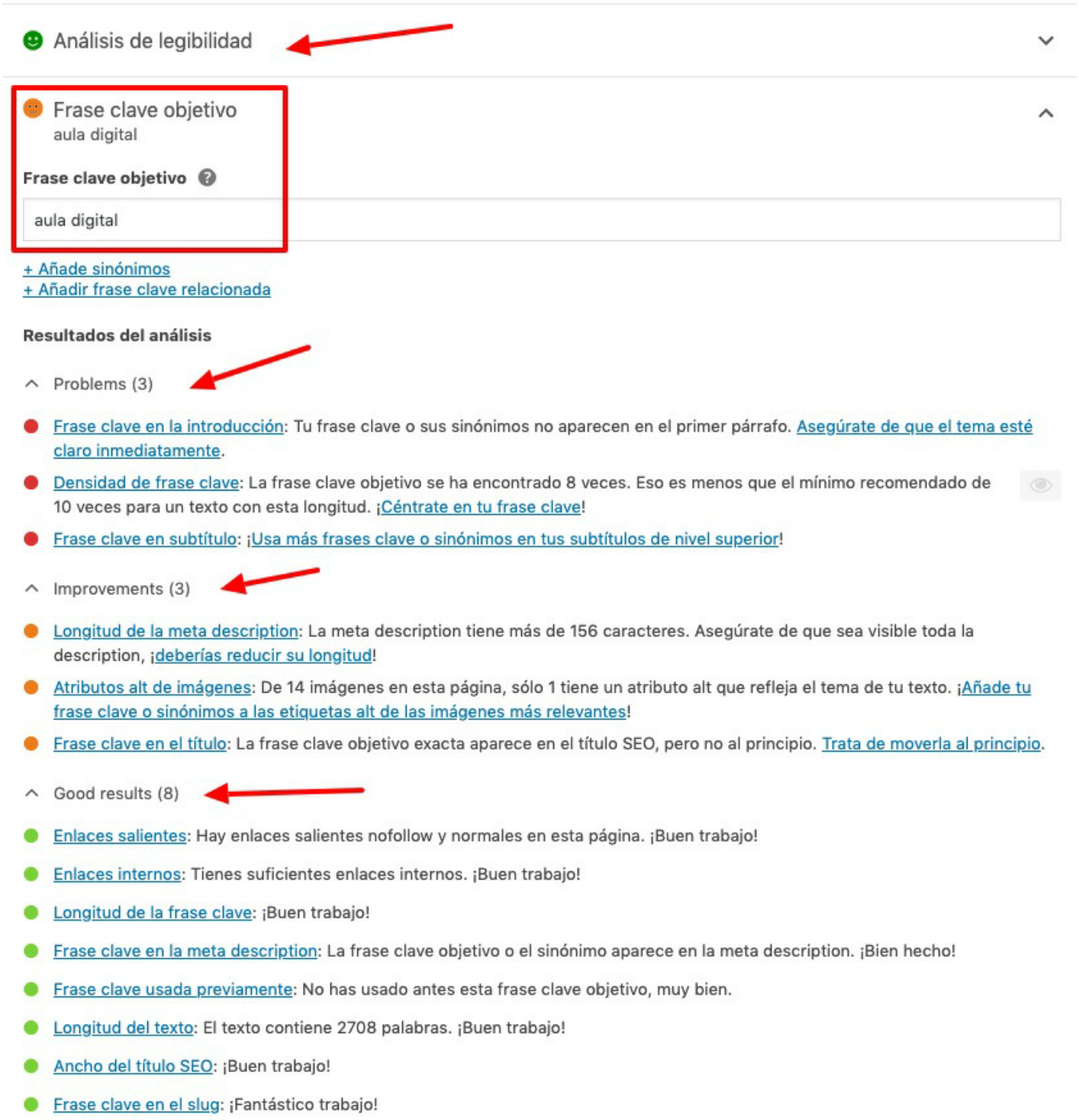
Al final de cada artículo vas a encontrar el módulo de seo yoast. Clicas en el botón “edit snippet” y puedes crear tu title y metadescription.

EXTRA: para generar snippets muy optimizados y ver cómo quedan antes de publicarlos, utiliza la herramienta online seomofo snippet https://seomofo.com/snippet-optimizer.html

Siguiendo con las opciones del plugin SEO Yoast, justo debajo del módulo del snippet vas a ver dos módulos: análisis de legibilidad y frase clave objetivo.

Debes desplegar el módulo “frase clave objetivo” y añadir en ese recuadro la palabra clave de tu artículo.

SEO Yoast funciona como un semáforo, siendo verde la mejor puntuación y roja, la peor. No te obsesiones con el semáforo. Si aparece en rojo seguramente sí se le pueda dar una vuelta al artículo y mejorarlo; si aparece el naranja no te compliques demasiado. Si es verde, ¡felicidades!.



Ya para terminar con SEO Yoast, el último módulo que tiene es “contenido esencial”, márcalo solo con tus artículos pilares.

Checklist redacción SEO

- ¿Este contenido transmite el objetivo inicial que persigue la marca en esa página?
- ¿Está redactado para que conecte con el público objetivo y sus necesidades?
- ¿Está optimizado correctamente por la palabra clave principal de ese contenido?
- ¿La KW principal está en el título y en la entradilla del artículo?
- ¿Se ha trabajado esa palabra clave o versiones de la misma en interior del texto y en encabezados H2, H3...?
- ¿Me he preocupado que identificar el campo semántico de ese contenido e implementarlo a lo largo del texto?
- ¿Mi texto mantiene una estructura de pirámide invertida donde lo más importante aparece al inicio, dejando para el final los datos secundarios?
- ¿La estructura de mi contenido está optimizada para SEO?
- ¿He incluido la Keyword alguna vez en negrita así como en frases destacadas?
- ¿Me he preocupado por establecer niveles de lectura y destacados que hagan más amena la lectura del contenido?
- ¿El tono de mi artículo corresponde con el tono y el estilo de esa marca?
- ¿Es concreto y claro? ¿Está escrito con naturalidad o es demasiado pomposo/cercano/frío...?
- ¿Aporta datos e información de valor que haga más sencilla la vida al usuario?
- ¿He utilizado elementos que ayuden a potenciar el carácter persuasivo del contenido: verbos activos, llamadas a la acción, preguntas, testimonios...?
- ¿He incluido algún enlace interno a la web y/o al blog? ¿La elección es correcta? ¿He definido bien el anchor text en cada caso?
- ¿He escogido el mejor título para el post tras hacer varias versiones? ¿Es original? ¿Está optimizado?
- ¿He revisado el title y la description? ¿Tienen la extensión idónea y la keyword principal está bien trabajada?
- ¿He optimizado la URL del contenido para que sea breve y amigable?
- ¿He dedicado tiempo en revisar varias veces el artículo atendiendo a aspectos como...?
- Ortografía
- Gramática
- Repetición de palabras
- Elección de imágenes y otros formatos de contenidos
- En resumen, ¿la página y el contenido contribuyen a resolver una duda o respuesta que se hace el usuario o es solo una mera excusa para mejorar su posicionamiento en Google?

Te dejo un par de vídeos que grabé para ayudar con la redacción y optimización SEO.

Copyright 2026

https://www.youtube.com/embed/ORST1I72DGE

https://www.youtube.com/embed/Ctb2Ftvq1I4

Ya tienes tu artículo escrito, optimizado y publicado. ¿Has terminado? ¡No!

Con todo el tiempo que has invertido en el análisis de palabras clave, investigación, redacción, optimización...es hora de promocionarlo.

Compártelo entre aquellas personas que puedan estar interesadas, con tus alumnos, en tus redes sociales, etc. Es importante que consigas feedback, visitas en tu artículo. Las señales sociales son importantes de cara al posicionamiento.

> **Tarea**: siéntete orgullos@ del artículo que has escrito y, ¡promociónalo!