



GUÍA RÁPIDA

Yoast SEO para WordPress

*Cómo rellenar cada campo de tu entrada de blog
paso a paso, sin tecnicismos*

¿Para qué sirve Yoast SEO?

Yoast SEO es un plugin de WordPress que te ayuda a que Google entienda mejor tu artículo y lo muestre a más personas. Cada vez que publicas una entrada, Yoast te pide que rellenes ciertos campos. Esta guía te explica qué es cada uno, cuántos caracteres debe tener y cómo escribirlo bien.

 Regla de oro: antes de empezar, decide cuál es tu FRASE CLAVE, es decir, las 2-4 palabras que mejor definen de qué trata tu artículo. Esa frase irá en casi todos los campos.

Cómo leer el semáforo de Yoast

Al final de cada entrada verás unas bolitas de colores. Son el resultado del análisis de Yoast:

Estado	Icono Yoast	Significado
 Rojo	Bolita roja / icono triste	Algo importante falta o está mal. Corrígelo antes de publicar.
 Naranja	Bolita naranja / cara neutral	Está bien pero se puede mejorar. Intenta solucionarlo.
 Verde	Bolita verde / cara sonriente	¡Perfecto! Este campo está optimizado.
 Gris	Sin bolita / sin análisis	Falta información o el campo está vacío.

Objetivo: tener la mayoría en verde antes de publicar. No es necesario que todo sea verde, pero los campos principales sí deben estarlo.



PASO 1 — La Frase Clave (Focus Keyphrase)

Es el punto de partida de todo. Sin frase clave, Yoast no puede analizar nada.

¿Qué es?

La frase clave es la expresión principal que quieres que la gente busque en Google para encontrar tu artículo. No es el título de tu post; es la búsqueda que haría alguien para llegar a él.

Ejemplo: Si tu artículo se llama **"Reto #1: Conexión Respiración-Espacio"**, tu frase clave podría ser **"ejercicios de respiración consciente"** o **"respiración para reducir el estrés"**

¿Cómo elegirla?

- Piensa en qué escribiría alguien en Google para encontrar tu artículo.
- Usa entre 2 y 4 palabras. Ni muy corta ("respiración") ni muy larga ("cómo hacer respiración consciente para principiantes en casa").
- Comprueba que esa frase aparece varias veces en tu texto de forma natural.
- No uses la misma frase clave en dos artículos distintos.

⚠ Una vez que elijas la frase clave, asegúrate de que aparece en: el título del artículo, el primer párrafo, algún subtítulo (H2 o H3) y en el texto al menos 3-5 veces.



PASO 2 — El Título SEO (SEO Title)

Es lo que aparece en los resultados de Google. Diferente al título de tu post.

¿Qué es?

El título SEO es el texto azul que se ve cuando tu artículo aparece en los resultados de búsqueda de Google. Puede ser igual o diferente al título que pusiste en WordPress.

Campo	Qué escribir	Ejemplo real
-------	--------------	--------------

Longitud ideal	Entre 50 y 60 caracteres. Yoast te muestra una barra: hazla verde.	<i>Reto #1: Respiración Consciente para Relajarte Tu Blog</i>
Incluye la frase clave	La frase clave debe aparecer al principio si es posible.	<i>Respiración Consciente: Reto #1 para Conectar con tu Cuerpo</i>
Nombre del sitio	Yoast lo añade automáticamente al final con un separador " ".	<i>Ya lo gestiona Yoast automáticamente</i>
Sin mayúsculas excesivas	Solo la primera letra y nombres propios en mayúscula.	<i>NO: RETO #1 RESPIRACIÓN CONSCIENTE PARA RELAJARTE</i>

Si la barra de longitud de Yoast está en rojo, tu título es demasiado largo. Recórtalo.

PASO 3 — Meta Descripción (Meta Description)

El texto que aparece bajo el título en Google. Convince al usuario para que haga clic.

¿Qué es?

La meta descripción es el pequeño texto de 2-3 líneas que aparece debajo del título azul en Google. Google no siempre lo usa (a veces muestra otro fragmento), pero si está bien escrito, atrae más clics.

Campo	Qué escribir	Ejemplo real
Longitud ideal	Entre 120 y 155 caracteres. Yoast te avisa si es muy corta o larga.	<i>Descubre cómo la respiración consciente puede transformar tu día en solo 5 minutos. Primer reto del método.</i>
Incluye la frase clave	Ponla de forma natural, no forzada.	<i>Aprende técnicas de respiración consciente para reducir el estrés y conectar contigo.</i>
Llama a la acción	Termina con algo que invite al clic: "Descubre", "Aprende", "Empieza hoy".	<i>Empieza hoy tu primer reto de respiración. ¡Solo 5 minutos al día!</i>
No copies el título	Debe añadir información nueva, no repetir el título.	<i>Diferente al título SEO, que ya es visible</i>

- ☐ La meta descripción NO afecta directamente al ranking de Google, pero SÍ afecta al porcentaje de clics (CTR). Un buen texto puede doblar las visitas desde los resultados de búsqueda.



PASO 4 — La URL del artículo (Slug)

La dirección web de tu post. Corta, clara y con la frase clave.

¿Qué es?

El slug es la parte final de la URL de tu artículo. Por ejemplo, en www.tublog.com/respiracion-consciente-reto, el slug es `respiracion-consciente-reto`.

Campo	Qué escribir	Ejemplo real
Longitud ideal	3 a 5 palabras clave, separadas por guiones.	<code>respiracion-consciente-reto-1</code>
Solo letras y guiones	Sin tildes, sin espacios, sin mayúsculas, sin puntuación.	X Reto #1 Conexión Respiración ☒ <code>reto-respiracion-consciente</code>
Incluye la frase clave	Al menos las palabras principales de tu frase clave.	Si tu frase es "respiración consciente", el slug debe incluirla.
Sin palabras vacías	Evita artículos y preposiciones: el, la, de, para, con, un.	X <code>el-reto-de-la-respiracion</code> ☒ <code>reto-respiracion-consciente</code>

⚠ Una vez publicado el artículo, **NO** cambies la URL. Si la cambias, los enlaces que apuntan a ese artículo se rompen y pierdes posicionamiento.



PASO 5 — Análisis de Legibilidad (Readability)

Yoast también analiza si tu texto es fácil de leer.

¿Qué mide Yoast?

Además del SEO, Yoast analiza si tu texto es fácil de leer. Esto es importante porque Google valora que los usuarios pasen tiempo en tu página.

Aspecto que analiza	Qué debes hacer
---------------------	-----------------

Párrafos largos	Párrafos de máximo 150 palabras. Si son más largos, córtalos.
Frases largas	Frases de máximo 20 palabras. Usa puntos para separar ideas.
Palabras difíciles	Usa vocabulario sencillo. Evita tecnicismos innecesarios.
Voz pasiva	Escribe en activo. Di 'Te enseno' en vez de 'Sera ensenado'.
Subtítulos	Usa H2 y H3 cada 300 palabras aproximadamente.
Palabras de transición	Usa conectores: ademas, sin embargo, por eso, también.



PASO 6 — Imagen Destacada y Texto Alt

Las imágenes también se posicionan en Google. No olvides el texto alternativo.

Texto alternativo (Alt Text)

El texto alternativo es una descripción de la imagen que Google lee. No lo ve el usuario (a menos que la imagen no cargue), pero es importante para el SEO.

Campo	Qué escribir	Ejemplo real
Texto alt	Describe la imagen incluyendo tu frase clave si encaja de forma natural.	<i>"Mujer practicando respiración consciente en postura de meditación"</i>
Nombre del archivo	El archivo debe llamarse con palabras clave separadas por guiones, antes de subirlo.	<i>respiracion-consciente-meditacion.jpg</i>
Tamaño de imagen	Optimiza las imágenes antes de subirlas (máx. 200 KB). Usa TinyPNG o Squoosh.	<i>Una imagen de 3 MB ralentiza tu web</i>
Formato	Usa JPG para fotos y PNG para gráficos. WebP es aún mejor si puedes.	<i>foto-yoga.jpg / icono-respiracion.png</i>



CHECKLIST FINAL

Antes de publicar, repasa estos 10 puntos con Yoast.

Copia esta lista y úsala cada vez que publiques una entrada:

- ☐ He elegido una frase clave de 2-4 palabras
- ☐ La frase clave aparece en el título del post
- ☐ La frase clave aparece en el primer párrafo
- ☐ El título SEO tiene entre 50-60 caracteres (barra verde en Yoast)
- ☐ La meta descripción tiene entre 120-155 caracteres
- ☐ El slug es corto, sin tildes y con la frase clave
- ☐ Hay subtítulos H2 o H3 cada 300 palabras aprox.
- ☐ Todas las imágenes tienen texto alt descriptivo
- ☐ Los párrafos son cortos (máx. 150 palabras)
- ☐ El semáforo de Yoast SEO tiene al menos 3 puntos verdes

✗ Errores más comunes (y cómo evitarlos)

1. Usar la misma frase clave en varios artículos. Cada post debe tener una frase única.
2. Copiar el mismo texto en el título SEO y la meta descripción. Deben ser diferentes.
3. Dejar la URL con números o fechas: /2024/03/15/post-123. Cámbiala en los ajustes de WordPress.
4. Olvidar el texto alt de las imágenes. Google no puede "ver" las imágenes, solo leer el alt.
5. Escribir para Yoast, no para las personas. El SEO ayuda, pero el contenido útil es lo que realmente posiciona.

Guía creada para uso personal en WordPress con Yoast SEO
Guárdala y consúltala cada vez que publiques una nueva entrada ✨