GUÍAS

¿Cómo se escriben páginas que la gente realmente busca?

Por Erik Mäkitalo, fundador de Mandalytics · Actualizado el 3 de noviembre de 2026 · 5 min de lectura

LA RESPUESTA CORTA

Google muestra para cada búsqueda la página que mejor la responde, así que una página clara sobre un solo tema supera a una página general que menciona muchas cosas. Encuentra las búsquedas relacionadas con tu negocio para las que tu sitio no tiene página y escribe una página sólida para cada una. Cada página nueva es una puerta nueva a tu sitio, pero escribe para lectores, no para una lista de palabras clave.

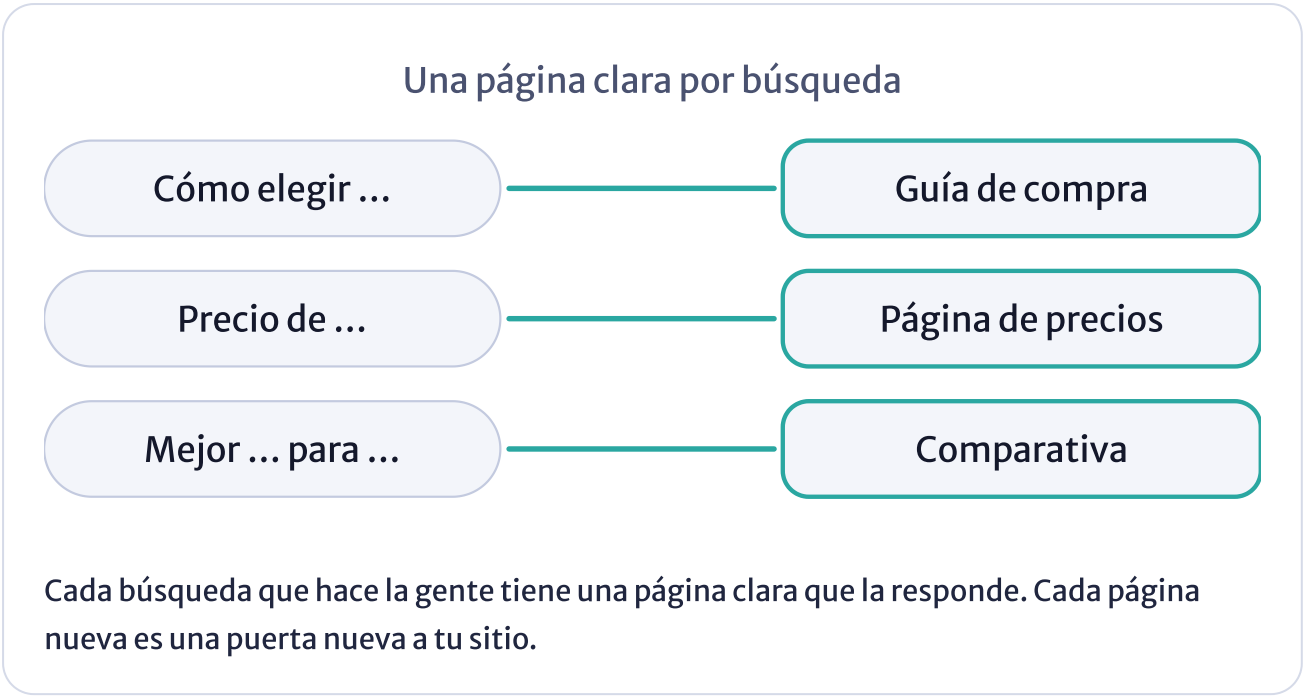
¿Por qué escribir páginas nuevas en lugar de mejorar la página de inicio?

Google muestra para cada búsqueda la página que mejor la responde. Una página que trata claramente de un tema, con las palabras que usa la gente en el título y en las primeras líneas, supera a una página general que menciona muchas cosas. Cada página nueva que escribes es una puerta nueva al sitio.

¿Cómo elijo qué escribir?

1. **Parte de búsquedas reales.** Tu informe lista búsquedas relacionadas para las que tu sitio no tiene página y que parecen alcanzables.
2. **Comprueba la intención.** Mira lo que muestra Google para la búsqueda. Si los resultados son todos guías, escribe una guía. Si son productos, escribe una página de producto o de categoría.
3. **Elige un tema por página.** No metas tres temas en una página, y no escribas una página fina aparte para cada mínima variación. Google trata como spam

las páginas creadas para atrapar preguntas sueltas. Escribe una página sólida que también responda a las siguientes preguntas del lector.



¿Qué hace que una página sea lo bastante buena?

- **Un título claro** con las palabras que la gente busca.
- **La respuesta en las primeras líneas**, y después los detalles.
- **Detalles reales:** precios, pasos, ejemplos, a quién le conviene. Haz la prueba del intercambio: si un competidor pudiera pegar tu frase tal cual, hazla más concreta.
- **Texto suficiente para ser útil.** No hay un número fijo de palabras. Las páginas con solo un título y unas pocas líneas rara vez aparecen, porque Google no tiene nada con lo que relacionar una búsqueda.
- **Enlaces hacia y desde** tus páginas relacionadas.

¿Y las páginas finas y las páginas de categoría?

A Google le cuesta ubicar las páginas con casi nada de texto. En las tiendas, una página de categoría con menos de unas 100 palabras de texto propio debería recibir dos o tres párrafos útiles: para quién son los productos, cómo elegir y qué

hace diferentes a los tuyos. Mejóralas antes de escribir otras nuevas, ya que existen y puede que ya estén posicionadas.

Preguntas frecuentes

¿Cuántas páginas nuevas debería escribir?

Tantas como puedas hacer bien. Una página útil por semana o por mes supera a diez páginas finas en un día.

¿Puede una herramienta de IA escribir la página por mí?

Google dice que la calidad depende del esfuerzo, la originalidad y la precisión, no de quién escribió las palabras. Usa una herramienta para un primer borrador si quieres, y luego añade tus propios datos, comprueba cada afirmación y hazlo tuyo.

¿Quieres estos pasos como una lista de tareas semanal para tu propio sitio?

Si estás leyendo esto, ya has dado un paso adelante. Mandalytics revisa cada semana tu sitio web en Google y en las herramientas de IA, y te envía las cinco tareas que más visitantes te traerán, cada una con el porqué y los pasos para hacerla. Aprendes mientras avanzas, y cada pequeño logro trae más visitantes, más clientes y, al final, más ingresos.

Descubre cómo funciona Mandalytics

De dónde sale esto

- Google: crear contenido útil, fiable y pensado para las personas
- Arvow: SEO de efecto onda
- Arvow: SEO local para AI Overviews (la prueba del intercambio)