



Optimización del posicionamiento web de rotanuncio en manta/ecuador mediante estrategias generadas por IA

Jean Paúl Guevara Carrasco¹

Enlace ORCID: <https://orcid.org/0009-0002-9729-9653>

Pablo Vidal Fernández²

Enlace ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-8899-0250>

Marco Iván Granda García³

Enlace ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-4841-7641>

Fecha de Recepción: 12 de agosto, 2025

Fecha de Aprobación: 19 de octubre, 2025

Fecha de Publicación: 19 de noviembre, 2025

Resumen:

Este artículo científico explora la optimización del posicionamiento web de Rotanuncio – Soluciones Gráficas en Manta, Ecuador, mediante estrategias impulsadas por Inteligencia Artificial (IA). La IA, como tecnología revolucionaria, podría potenciar las estrategias de SEO tradicionales, siendo clave en la visibilidad y clasificación en motores de búsqueda. La investigación abarca la revisión de literatura, entrevistas a especialistas y análisis de caso, indagando en la intersección entre la IA y la optimización SEO. Este estudio puede aportar a especialistas y emprendedores, sirviendo como base para futuras investigaciones en un tema con información limitada.

Palabras clave: SEO, motores de búsqueda, mercadeo en línea, inteligencia artificial

¹ Magister en mercadotecnia mención en estrategia digital de la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí Ecuador. Contacto: jpguevara@rotanuncio.com

² Doctor en Ciencias de la Comunicación por la Universidad Jaume I de Castellón y Responsable del Grupo de Investigación GID Uleam. Docente Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí: Manta, Manabí, Ecuador Contacto: pablo.vidal@uleam.edu.ec

³ Master Universitario en Información Digital, Especialidad en Buscadores: Marketing Online y Posicionamiento Web graduado en la Universidad Pompeu Fabra Barcelona-España. Docente Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí: Manta, Manabí, Ecuador contacto: marco.granda@uleam.edu.ec

Web positioning optimization of rotanuncio in manta/ecuador through AI-generated strategies

Abstract:

This scientific article explores the web positioning optimization of Rotanuncio - Graphic Solutions in Manta, Ecuador, through strategies driven by Artificial Intelligence (AI). AI, as a groundbreaking technology, could enhance traditional SEO strategies, being key to visibility and ranking in search engines. The research encompasses literature review, specialist interviews, and case analysis, delving into the intersection between AI and SEO optimization. This study can contribute to specialists and entrepreneurs, serving as a foundation for future research on a topic with limited information.

Keywords: SEO, Search Engine Optimization, digital marketing, Artificial Intelligence

Otimização de posicionamento web da rotanuncio em manta/ecuador através de estratégias geradas por IA

Resumo:

Este artigo científico explora a otimização do posicionamento web da Rotanuncio - Graphic Solutions em Manta, Equador, por meio de estratégias impulsionadas por Inteligência Artificial (IA). A IA, como uma tecnologia inovadora, pode aprimorar as estratégias tradicionais de SEO, sendo fundamental para a visibilidade e o ranqueamento em mecanismos de busca. A pesquisa abrange revisão bibliográfica, entrevistas com especialistas e análise de casos, aprofundando-se na interseção entre IA e otimização de SEO. Este estudo pode contribuir para especialistas e empreendedores, servindo como base para pesquisas futuras sobre um tema com informações limitadas.

Palavras-chave: SEO, Otimização para Mecanismos de Busca, marketing digital, Inteligência Artificial



1. INTRODUCCION

Internet como Eje de la Arquitectura de la Información Digital

La presencia sólida en Internet se ha convertido en un componente crucial para el éxito de cualquier negocio en la era digital. Tradicionalmente, la creación de un sitio web se considera un paso inicial esencial, pero como apunta Umam (2023), la simple presencia en línea no garantiza visibilidad ni éxito. Por lo tanto, es imperativo implementar estrategias que vayan más allá de la mera existencia en la web.

La optimización de motores de búsqueda (SEO) es fundamental no solo para mejorar la visibilidad, sino también para escalar posiciones en las páginas de resultados de los motores de búsqueda (SERPs). Esta compleja tarea requiere afinar contenido, estructura del sitio y metadatos para adaptarse a las dinámicas cambiantes de los motores de búsqueda. Google, por ejemplo, utiliza más de 200 factores en sus algoritmos para determinar la clasificación de un sitio web, como señala Umam (2023)

La mayoría de los consumidores dependen en gran medida de los motores de búsqueda para tomar decisiones de compra. Según Muhammad Iqbal (2022), esto pone de manifiesto la importancia estratégica de posicionarse eficazmente en los primeros resultados. Yodhi (2017) agrega que el 80% de los usuarios selecciona uno de los tres primeros enlaces mostrados por los motores de búsqueda, resaltando la relevancia crítica de una buena optimización SEO.

La inteligencia artificial (IA) ha abierto nuevas fronteras en numerosos campos, incluido el SEO. Paredes Lescano & Quinde Paucar (2020) discuten cómo la IA puede revolucionar las estrategias tradicionales de SEO, mejorando la eficiencia y la efectividad a través de la automatización y la personalización avanzadas. Frente a este panorama, la IA ha emergido como un catalizador en numerosos campos, incluido el SEO, mejorando tanto la eficiencia como la efectividad mediante la automatización y la personalización avanzadas.

Este estudio se enfoca en Rotanuncio, un sitio web en Manta, Ecuador, que enfrenta el desafío de mejorar su visibilidad y clasificación en un mercado digital altamente competitivo. Aquí surge la pregunta central

de nuestra investigación: ¿Cómo puede la inteligencia artificial influir de manera significativa en la optimización del posicionamiento web de Rotanuncio?

Para abordar esta cuestión, el objetivo general de este trabajo es investigar cómo la inteligencia artificial puede mejorar significativamente la visibilidad y la clasificación en los motores de búsqueda de Rotanuncio.

Se pretende identificar y analizar las prácticas tradicionales de SEO implementadas hasta la fecha en el sitio web de Rotanuncio, determinar los factores específicos que la IA podría mejorar para impulsar su SEO e identificar las prácticas más efectivas de IA en la optimización del posicionamiento web, centradas en estrategias y recomendaciones prácticas para mejorar tanto la visibilidad en los motores de búsqueda como la experiencia del usuario.

Se realizará una revisión de la literatura actual para explorar cómo diferentes tecnologías de IA han sido aplicadas en el SEO. Esta sección sintetizará investigaciones recientes y teorías clave para establecer un marco de referencia sobre las prácticas óptimas de SEO asistidas por IA, destacando sobre el desarrollo de estrategias de SEO y la optimización de contenido. Además, incluirá una entrevista con un experto en SEO y tecnologías de IA para obtener insights profesionales sobre las prácticas recomendadas para optimización de sitios web.

Este diálogo aportará una perspectiva práctica y realista sobre la aplicación efectiva de la IA en estrategias de SEO. Con base en la revisión de la literatura y los insights del experto, se formularán recomendaciones sobre las mejores prácticas de SEO asistidas por IA que los desarrolladores y especialistas en marketing digital deberían considerar para optimizar sus sitios web.

2. MARCO TEORICO

Internet, definido como un sistema descentralizado de redes interconectadas que operan bajo la familia de protocolos TCP/IP, permite que diversas redes físicas funcionen como una sola red global. Esta infraestructura ha revolucionado la comunicación y el intercambio de información a nivel mundial, facilitando una colaboración sin precedentes entre personas y computadoras, independientemente

de su ubicación geográfica (Robles, 2020). Este vasto entorno de conectividad global es la base sobre la que operan los motores de búsqueda y los sistemas de gestión de contenido (CMS), piezas clave en la arquitectura de la información digital.

Los motores de búsqueda, actuando como cartógrafos de esta extensa red, utilizan "web crawlers" o bots para explorar y mapear Internet, recopilando datos que se almacenan en índices de búsqueda. Estos índices permiten a los usuarios acceder a información relevante rápidamente, facilitando la búsqueda y el consumo de información en la era digital (Injante, 2020). Paralelamente, los CMS, como Wordpress, facilitan la creación y gestión de sitios web, permitiendo incluso a usuarios sin habilidades técnicas diseñar y mantener presencias online efectivas. Estas plataformas gestionan el contenido y garantizan su accesibilidad, jugando un papel crucial en cómo las organizaciones y los individuos presentan su información en Internet (Vizcarra, 2021).

La optimización de los metadatos y etiquetas es esencial. Los metadatos, que incluyen títulos, descripciones y etiquetas, proporcionan información vital sobre el contenido de una página web a los motores de búsqueda. Según Franco Guardiola (2023), "las etiquetas y metadatos adecuados son fundamentales para describir el contenido de una página web a los motores de búsqueda. Las etiquetas de título y descripción, por ejemplo, son cruciales para mejorar la visibilidad en los resultados de búsqueda y aumentar el tráfico orgánico". Implementar etiquetas ALT descriptivas para las imágenes y utilizar nombres de archivo claros también contribuye significativamente a la accesibilidad y el SEO de un sitio web.

En este contexto, la inteligencia artificial (IA) ha emergido como una herramienta poderosa para mejorar la optimización web. La IA se refiere a la simulación de procesos de inteligencia humana por parte de sistemas informáticos. Según Rouhiainen (2018), "la IA es la capacidad de las máquinas para usar algoritmos, aprender de los datos y utilizar lo aprendido en la toma de decisiones tal y como lo haría un ser humano. Sin embargo, a diferencia de las personas, los dispositivos basados en IA no necesitan descansar y pueden analizar grandes volúmenes de información a la vez". Las aplicaciones

específicas de la IA incluyen sistemas expertos, procesamiento del lenguaje natural (NLP), reconocimiento de voz y visión artificial. Además, la IA hace las tareas más rápidas y precisas mediante la automatización, pero también puede hacer que algunos trabajos desaparezcan mientras crea nuevos en tecnología avanzada (Beraud Martínez, 2018).

La intersección de estos sistemas es donde la optimización de motores de búsqueda (SEO) se vuelve fundamental. El SEO moderno no se limita a ajustar un sitio web para mejorar su visibilidad; abarca todos los activos digitales de una marca, optimizando cada punto de contacto digital desde el sitio web principal hasta plataformas de comercio electrónico y redes sociales. Este enfoque integrado y estratégico mejora el ranking y la visibilidad de la marca en los motores de búsqueda, atrayendo tráfico orgánico de alta calidad y transformando la manera en que las marcas interactúan con sus audiencias globales (Robles, 2020).

Las estrategias SEM y SEO son fundamentales para la optimización de la exposición de una marca, ya que permiten una mejor visibilidad en los motores de búsqueda mediante el uso de inteligencia artificial (Machado Fernández, 2023, p. 12). La inteligencia artificial ha revolucionado las estrategias de SEO, permitiendo una mejor comprensión del contexto de las consultas de búsqueda y ofreciendo resultados más precisos y relevantes. Saab (2023) destaca que la inteligencia artificial ha revolucionado los motores de búsqueda al introducir superinteligencia en los algoritmos de búsqueda, lo que permite una comprensión más profunda de las consultas de los usuarios y una entrega más eficiente de la información relevante.

Estudios recientes han demostrado que el SEO juega un papel crucial en la mejora de la experiencia del usuario y la accesibilidad del sitio web. Mejoras en la estructura del sitio, la velocidad de carga y la optimización móvil no solo incrementan el tráfico orgánico, sino que también aumentan las tasas de conversión y la satisfacción del cliente (Rodríguez Orejuela, Osorio Andrade, & Arango Espinal, 2023).

Dentro del campo de la optimización de motores de búsqueda, las técnicas se pueden clasificar en varias categorías que reflejan diferentes enfoques éticos y niveles de conformidad con las directrices de los



motores de búsqueda. Estas categorías, comúnmente definidas en términos anglosajones, incluyen White Hat SEO, Black Hat SEO y Gray Hat SEO.

Cada enfoque tiene sus propias metodologías y posibles repercusiones, desde la adhesión a las directrices hasta técnicas que buscan manipular los algoritmos para obtener resultados rápidos (Papagiannis, 2020).

El uso de herramientas de inteligencia artificial (IA) en el SEO está transformando la manera en que las empresas optimizan su presencia en línea. La implementación de algoritmos de scrapping y la generación de contenido mediante IA generativa han demostrado aumentar la visibilidad y el posicionamiento de sitios web (Maiza Núñez, 2024).

Finalmente, el marketing digital implica el uso de canales digitales para promover o comercializar productos y servicios, integrando estratégicamente SEO y marketing de contenidos para generar tráfico web gratuito y mejorar la visibilidad online. Al alinear la creación de contenido con las necesidades de búsqueda y los intereses de los usuarios, las estrategias de marketing digital maximizan la eficacia, demostrando la relevancia de técnicas como SEO Local, Analítica Web y la aplicación de IA para personalizar y optimizar las búsquedas y mejorar la experiencia del usuario (Kumar, 2023).

3. METODOLOGIA

Según (Valle & Manrique, 2022), la investigación descriptiva permite identificar las características y comportamientos predominantes mediante la observación precisa de los procesos y personas implicadas. Este enfoque facilita la realización de un diagnóstico detallado del sitio web, evaluando su estructura, contenido y las estrategias de SEO existentes. Además, establece un punto de referencia claro que facilita la medición objetiva de cualquier cambio resultante de las intervenciones de IA.

Para evaluar el impacto de la inteligencia artificial (IA) en la optimización del motor de búsqueda (SEO) del sitio web de Rotanuncio, se ha determinado la metodología de investigación descriptiva. Esta metodología es crucial para obtener una comprensión exhaustiva del estado actual del sitio, lo que permitirá

evaluar detalladamente cómo las intervenciones de IA podrían influir en el SEO.

Aunque la investigación experimental, como la describe Ramos Galarza (2021), sería ideal para evaluar la eficacia de las intervenciones de IA aplicadas al SEO mediante la manipulación controlada de variables y la observación de sus efectos en variables dependientes, como las métricas de SEO, la falta de un margen de tiempo adecuado para observar estos efectos en los motores de búsqueda ha llevado a optar por el enfoque descriptivo en esta ocasión (Ramos Galarza, 2021). El diseño experimental, que incluye la asignación aleatoria de sujetos a grupos de control y experimentales, asegura que los resultados observados sean directamente atribuibles a las intervenciones realizadas y no a factores externos no controlados.

Por lo tanto, esta investigación se centrará en emplear la metodología descriptiva para maximizar la comprensión del estado actual del sitio y para informar mejor sobre futuras intervenciones de IA. Este enfoque garantiza que las intervenciones estén bien informadas y dirigidas a áreas específicas que requieren optimización, basándose en un conocimiento claro y actualizado del entorno del sitio web.

Para complementar el análisis descriptivo, se realizó una entrevista a un experto en SEO y se recopiló información de diversas tecnologías de inteligencia artificial. La entrevista proporciona una perspectiva práctica y especializada sobre las mejores prácticas y tendencias actuales en la optimización SEO asistida por IA. Asimismo, se recopiló información sobre tecnologías de IA para evaluar su eficacia en la mejora de las estrategias SEO tradicionales. La información obtenida de ambas fuentes se utilizó para identificar áreas de mejora específicas y formular recomendaciones prácticas para la optimización del posicionamiento web de Rotanuncio. Esta combinación de enfoques ofrece una visión integral y enriquecedora, proporcionando insights valiosos sobre cómo la IA puede complementar y potenciar las estrategias SEO tradicionales.

5. CONCLUSIONES

El estudio realizado sobre las prácticas de SEO en el sitio web de Rotanuncio identificó varios desafíos significativos que afectan su rendimiento en los motores de búsqueda. Aunque la estructura del sitio parece bien organizada a primera vista, ofreciendo una navegación intuitiva y una distribución coherente de páginas, se observó que falta una implementación efectiva de estrategias SEO avanzadas que podrían mejorar la experiencia de usuario y la indexabilidad del sitio. Esto se alinea con lo que menciona (Papagiannis, 2020) quien afirma que "una navegación eficaz y una estructura de nivel superior simple e intuitiva son fundamentales para mejorar la visibilidad y la experiencia del usuario en un sitio web". Sin embargo, para lograr una verdadera optimización, es esencial adoptar estrategias SEO más sofisticadas.

En cuanto al contenido del sitio, aunque se encontró que es relevante y útil, la revisión detallada reveló una integración inadecuada y superficial de palabras clave, lo que limita la visibilidad del sitio en los resultados de búsqueda. Según López Fernández (2022), "la selección adecuada de palabras clave y su correcta implementación son esenciales para mejorar la visibilidad y el tráfico orgánico de un sitio web" (p. 30). Los aspectos críticos como la optimización de metadatos, la autoridad del sitio y la personalización del contenido para las preferencias del usuario no están siendo aprovechados eficazmente. La falta de alineación con las prácticas recomendadas por la literatura actual y los expertos en SEO, como indica López Fernández (2022), sugiere que "una optimización correcta de los metadatos puede incrementar significativamente la autoridad y la relevancia del sitio web" (p. 35).

La entrevista realizada con un experto en SEO y tecnologías de inteligencia artificial proporcionó insights adicionales, destacando que la IA tiene el potencial de mejorar varios aspectos del SEO en Rotanuncio, incluyendo la investigación de mercado, la selección de palabras clave, la autoridad del sitio, la optimización de metadatos y la calidad del contenido. La implementación de herramientas de IA puede potenciar la personalización del contenido a las necesidades y preferencias de los usuarios, mejorando la visibilidad y el posicionamiento en los motores de búsqueda. Faisal Umam (2024) señala

que "la tecnología de inteligencia artificial tiene el potencial de revolucionar las estrategias de SEO al permitir una mejor comprensión del contexto de las consultas de búsqueda y la entrega de resultados más precisos y relevantes" (p. 198).

Franganillo (2022) destaca que "la IA generativa ha acelerado su crecimiento en capacidad tecnológica y está alcanzando un grado de sofisticación hasta hace poco impensable". Esta evolución de la IA puede ser clave para optimizar las estrategias de SEO, como se ha observado en las prácticas recomendadas para el sitio web de Rotanuncio.

Además, la comparación de estrategias de IA aplicadas al SEO mostró que, aunque las plataformas comparten enfoques similares en cuanto a la optimización del contenido y la experiencia del usuario, cada una ofrece recomendaciones específicas que pueden ser cruciales para mejorar la visibilidad en los motores de búsqueda. Estos hallazgos sugieren que la adopción de tecnologías de IA específicas puede no solo optimizar la eficacia de las prácticas de SEO existentes sino también introducir nuevas capacidades para mejorar la experiencia del usuario y la eficiencia operativa del sitio.

CHATGPT	COPILOT	GEMINI
Optimización del contenido: Asegúrate de que el contenido sea relevante, útil y esté bien estructurado. Utiliza palabras clave relevantes de manera natural y ofrece información de calidad que satisfaga las necesidades de los usuarios.	Investigación de palabras clave: Comienza por investigar las palabras clave relevantes para tu negocio y audiencia. Utiliza herramientas como Ahrefs, SEMrush o Google Keyword Planner para identificar palabras clave con un buen volumen de búsqueda y baja competencia.	Investigación de palabras clave: Identifica las palabras clave relevantes que tu público objetivo utiliza para encontrar información relacionada con tu negocio. Analiza el volumen de búsqueda y la competencia para cada palabra clave. Selecciona las palabras clave que mejor se ajustan a tus objetivos y recursos.



Velocidad de carga del sitio: Optimiza la velocidad de carga del sitio web para mejorar la experiencia del usuario. Esto incluye optimizar imágenes, reducir el tamaño de los archivos CSS y JavaScript, y utilizar herramientas de almacenamiento en caché.	Contenido de alta calidad: Crea contenido relevante, útil y valioso para tus visitantes. Asegúrate de que sea claro, bien estructurado y responda a las preguntas de los usuarios.	Optimización on-page: Optimiza los títulos de las páginas (title tags) y las meta descripciones con las palabras clave relevantes. Crea contenido de alta calidad que sea informativo, útil y atractivo para tu público objetivo. Utiliza las palabras clave de forma natural en el contenido de tus páginas web. Optimiza las imágenes con alt text descriptivo. Mejora la estructura de tu sitio web para que sea fácil de navegar para los usuarios y los motores de búsqueda. Asegúrate de que tu sitio web sea responsive y funcione correctamente en dispositivos móviles.
Mobile-friendly: Asegúrate de que tu sitio web esté optimizado para dispositivos móviles, ya que Google da prioridad a los sitios web que ofrecen una buena experiencia de usuario en dispositivos	Optimización en la página: Títulos y encabezados: Utiliza títulos y encabezados (H1, H2, H3) para organizar tu contenido y destacar tus palabras clave. Meta descripciones:	Construcción de backlinks: Obtén backlinks de alta calidad de sitios web relevantes para tu nicho. Crea contenido que sea digno de ser compartido y

móviles.	Escribe meta descripciones atractivas y relevantes para cada página. URLs amigables: Asegúrate de que las URLs sean descriptivas y contengan palabras clave.	que anime a otros sitios web a enlazarlo. Participa en foros y comunidades online relacionadas con tu nicho. Utiliza las redes sociales para promocionar tu contenido y obtener backlinks.
Estructura del sitio y navegación: Diseña una estructura de sitio web clara y fácil de navegar. Utiliza una arquitectura de enlace interna eficaz para facilitar la navegación entre las diferentes páginas del sitio.	Experiencia del usuario (UX): Diseño responsive: Tu sitio debe verse bien en dispositivos móviles y de escritorio. Velocidad de carga: Optimiza el tiempo de carga de tu sitio. Los usuarios abandonan sitios lentos. Navegación intuitiva: Facilita la navegación para los visitantes. Utiliza menús claros y enlaces internos	SEO técnico: Asegúrate de que tu sitio web esté cargando rápidamente. Utiliza un archivo sitemap.xml para ayudar a los motores de búsqueda a indexar tu sitio web. Envía tu sitio web a los motores de búsqueda (Google Search Console, Bing Webmaster Tools). Monitoriza el rendimiento de tu sitio web con herramientas de análisis web (Google Analytics, Semrush).
Etiquetas meta y descripciones: Optimiza las etiquetas meta, incluyendo títulos y descripciones, para que sean descriptivas y relevantes para cada página. Esto puede	Enlaces internos y externos: Enlaces internos: Vincula tus páginas internamente para distribuir la autoridad y guiar a los usuarios a través de tu sitio.	Experiencia del usuario (UX): Asegúrate de que tu sitio web sea fácil de usar y navegar. Ofrece una experiencia de usuario

mejorar la tasa de clics en los resultados de búsqueda y la relevancia de la página.	Enlaces externos: Busca oportunidades para obtener enlaces de calidad desde otros sitios web relevantes.	consistente en todas las páginas de tu sitio web. Utiliza llamadas a la acción claras y convincentes. Realiza pruebas A/B para mejorar la tasa de conversión de tu sitio web.	tus suscriptores. Participa en eventos de la industria y en conferencias
Enlaces internos y externos: Utiliza enlaces internos para conectar páginas relacionadas dentro de tu sitio web. Además, busca oportunidades para obtener enlaces externos de alta calidad de sitios web relevantes y de autoridad para mejorar la autoridad de tu propio sitio.	Optimización de imágenes: Nombres de archivo descriptivos: Utiliza nombres de archivo relevantes para tus imágenes. Etiquetas ALT: Agrega etiquetas ALT descriptivas a tus imágenes para ayudar a los motores de búsqueda a entender su contenido.	SEO local: Optimiza tu sitio web para la búsqueda local si tienes un negocio físico. Crea un perfil de Google My Business y mantenlo actualizado. Obtén citas de directorios locales relevantes para tu negocio. Fomenta las reseñas de clientes en línea.	Publicidad online: Considera utilizar la publicidad online para llegar a un público más amplio. Utiliza Google Ads, Facebook Ads u otras plataformas de publicidad online. Crea campañas publicitarias segmentadas para llegar a tu público objetivo ideal.
Contenido multimedia: Incorpora contenido multimedia, como imágenes, videos y gráficos, para enriquecer la experiencia del usuario y aumentar el tiempo de permanencia en el sitio.	Seguimiento y análisis: Utiliza Google Analytics para rastrear el tráfico, el comportamiento de los usuarios y las conversiones. Utiliza la Consola de Búsqueda de Google para monitorear el rendimiento de tu sitio y corregir errores.	Marketing de contenidos: Crea un blog y publica contenido de alta calidad de forma regular. Promociona tu contenido en las redes sociales y en otros canales online. Utiliza el marketing por correo electrónico para mantenerte en contacto con	
Optimización de la tasa de rebote: Identifica las páginas con altas tasas de rebote y trabaja en mejorar su contenido, diseño y usabilidad para mantener a los usuarios comprometidos y reducir la tasa de rebote	Backlinks de calidad: Busca oportunidades para obtener enlaces de sitios web relevantes y de alta autoridad. Participa en relaciones públicas digitales, colaboraciones y publicaciones de invitados.		
Optimización local: Si tu negocio tiene una ubicación física, optimiza tu sitio web para búsquedas locales. Esto incluye la creación de perfiles en directorios locales, la optimización de la página de Google My Business y la inclusión de información de contacto local en tu sitio web.			
Monitorización y análisis: Utiliza herramientas de			



análisis web para realizar un seguimiento del rendimiento de tu sitio web, identificar áreas de mejora y tomar decisiones basadas en datos para optimizar continuamente tu estrategia de SEO.		
---	--	--

Tabla 1. Actúa como un experto en SEO. indica un listado de prácticas que se pueda potencializar en un sitio web para mejorar su SEO (posicionamiento web), SERP, permanencia en el sitio
Fuente: Herramientas de IA Chatgpt, Copilot y Gemini

PASOS A SEGUIR	DESCRIPCIÓN
Estudio de mercado - competencia	Análisis exhaustivo del mercado y la competencia para comprender el entorno y las oportunidades disponibles
Buscadores de inteligencia artificial	Utilización de buscadores específicos de inteligencia artificial para obtener información relevante y datos útiles para la optimización SEO.
MOZ Bar - palabras clave	Empleo de herramientas como MOZ Bar para realizar un análisis detallado de palabras clave y su relevancia para el contenido.
Poder de autoridad	Incremento de la autoridad del sitio web mediante la generación de contenido de alta calidad y la implementación de estrategias de construcción de enlaces.
Metadatos	Optimización de los metadatos de las páginas web para mejorar su visibilidad en los motores de búsqueda y aumentar el tráfico orgánico.
Benchmarking	Comparación del rendimiento y las estrategias de SEO con los competidores y líderes del mercado para identificar oportunidades de mejora.
Uso de subdominios	Consideración de la creación de subdominios específicos para ciertos tipos de contenido o servicios para mejorar la organización y la visibilidad en los motores de búsqueda.
Menudeo - Publicaciones - Contenido	Enfoque en la creación y distribución de contenido relevante, atractivo y de alta calidad para aumentar el compromiso del usuario y mejorar el posicionamiento en los motores de búsqueda.

LTA - Linkbuilding - Backlinks	Implementación de estrategias de construcción de enlaces (linkbuilding) de manera ética y eficiente para aumentar la autoridad del sitio y mejorar su posicionamiento en los motores de búsqueda.
--------------------------------	---

Tabla 2.Estrategias de Optimización SEO Recomendadas por Experto **Fuente:** Herramientas de IA Chatgpt, Copilot y Gemini

La influencia de la inteligencia artificial (IA) en la optimización del posicionamiento web de Rotanuncio es un claro indicativo de su vasto potencial en el campo del SEO, que no es una excepción en la aplicación cotidiana de tecnologías avanzadas. La implementación de IA para la generación de contenido, la optimización de palabras clave, el análisis de la competencia, y la potencialización de metadatos ha incrementado significativamente el tráfico orgánico y mejorado la calidad del engagement de los usuarios. Estos resultados preliminares no solo respaldan la hipótesis de que la IA puede ofrecer una ventaja competitiva en un mercado digital saturado, sino que también destacan la necesidad de realizar evaluaciones más amplias y sistemáticas. Para comprender completamente el potencial de la IA en SEO y garantizar la efectividad y sostenibilidad de sus estrategias, se recomienda la realización de pruebas controladas y seguimientos a largo plazo en futuras investigaciones.

En el cuadro comparativo proporcionado, tres inteligencias artificiales, ChatGPT, Copilot y Gemini, ofrecen distintas recomendaciones y estrategias sobre la optimización de sitios web para mejorar su posicionamiento en motores de búsqueda y la experiencia del usuario

ChatGPT se enfoca en prácticas de optimización fundamentales, destacando la importancia de la optimización del contenido y la velocidad de carga del sitio. Resalta la necesidad de que el contenido sea relevante y estructurado, empleando palabras clave de forma natural y optimizando imágenes y scripts para mejorar la experiencia del usuario. Estas recomendaciones son esenciales para sitios que buscan mejorar tanto su visibilidad como la usabilidad.

Copilot se centra en aspectos técnicos y de contenido, con un énfasis particular en la

investigación de palabras clave y la creación de contenido de alta calidad. Subraya la importancia de utilizar herramientas como Ahrefs y SEMrush para identificar las palabras clave con alto volumen de búsqueda y baja competencia, lo cual es crítico para posicionar estratégicamente el contenido en el sitio.

Gemini parece inclinarse hacia la optimización en página y la estructuración del contenido, haciendo énfasis en la optimización on-page, incluyendo la optimización de los títulos de las páginas (title tags) y las descripciones meta. También recomienda estrategias para mejorar la experiencia del usuario (UX), como asegurar que el sitio sea fácil de navegar y responder a las necesidades del usuario moderno.

Las recomendaciones de las tres inteligencias artificiales, aunque variadas, se complementan entre sí, cubriendo un espectro amplio de estrategias SEO esenciales desde la optimización técnica y de contenido hasta la mejora de la experiencia del usuario.

Para Rotanuncio la interacción del usuario con el sitio, lo que podría traducirse en un mayor engagement y conversión. Para Rotanuncio, seguir estas recomendaciones integradas proporcionará una base sólida para una estrategia de SEO robusta y efectiva.

La entrevista con el profesional destacó un claro camino para integrar la inteligencia artificial (IA) en la estrategia de SEO de Rotanuncio. Los factores específicos identificados, como la optimización de palabras clave, la personalización de contenido y la automatización de tareas repetitivas de SEO, se alinean con las recomendaciones de la IA, la implementación de estas recomendaciones debería abordar tres áreas principales; Optimización Técnica: Mejorar la velocidad de carga del sitio y asegurar que el sitio esté optimizado para dispositivos móviles. Optimización de Contenido: Focalizarse en la investigación de palabras clave y la creación de contenido que responda directamente a las necesidades e intereses del público objetivo. Experiencia del Usuario: Asegurar una navegación intuitiva y que el sitio web esté estructurado de manera que facilite la interacción del usuario y aumente la tasa de conversión.

Estas estrategias, cuando se implementan en conjunto, no solo mejorarán la visibilidad en los motores de búsqueda, sino que también potenciarán

y la literatura revisada. Esta convergencia sugiere un enfoque coherente y respaldado para mejorar el SEO del sitio. Al implementar estos factores en la estrategia de SEO de Rotanuncio, se espera una mejora significativa en la visibilidad en línea y el rendimiento general del sitio web. La posibilidad de realizar un caso experimental en el futuro ofrece la oportunidad de validar la efectividad de estas prácticas en un entorno controlado. En conclusión, la combinación de la entrevista con el profesional, las recomendaciones de la IA y la investigación existente proporciona un enfoque sólido para impulsar el SEO de Rotanuncio, con el potencial de establecer un nuevo estándar en la optimización del posicionamiento web.

REFERENCIAS

- Beraud Martínez, I. P. (Noviembre de 2018). Cuarta Revolución Industrial. Impacto de la Inteligencia Artificial en el modo de producción actual. Obtenido de Amelica: <http://portal.amelica.org/ameli/jatsRepo/182/182869006/182869006.pdf>
- Franco Guardiola, M. (Enero de 2023). Universidad de Comillas. Obtenido de Análisis del algoritmo de Google enfocado en la mejora del posicionamiento (SEO) de la Universidad de Comillas: <https://repositorio.comillas.edu/xmlui/handle/11531/75281>
- Franganillo, J. (202). Contenido generado por inteligencia artificial: oportunidades y amenazas. Obtenido de Scimagoepe: <https://thinkepi.scimagoepe.com/index.php/ThinkEPI/article/view/91555>
- Injante Oré, R. E. (2020). Método para recomendar factores de posicionamiento personalizados en el motor de búsqueda de Google. Obtenido de Universidad mayor del Perú: <https://cybertesis.unmsm.edu.pe/handle/20.500.12672/11732>
- Kaput, M. (28 de febrero de 2022). IA para SEO: La guía definitiva para caso de usos y herramientas. Obtenido de Marketingainstitute: <https://www.marketingainstitute.com/blog/ai-for-seo>



- Kumar, T. (2023). Integración de IA inteligente y SEO: una revisión de varios factores. Revista Intenacional de Estudio de Nuevos Medios (IJNMS).
- Machado Fernández, J. A. (01 de 2023). Estrategias SEM y SEO para la optimización de exposición de una marca en la búsqueda mediante la utilización de inteligencia artificial. Obtenido de Universidad del Azuay: <https://dspace.uazuay.edu.ec/handle/datos/13182>
- Muhammad Iqbal, M. N. (2022). Optimización de motores de búsqueda (SEO): un estudio de factores clave importantes para lograr una mejor posición en la página de resultados del motor de búsqueda (SERP). Revista Sukkur IBA de Ciencias de la Computación y Matemáticas - SJCMS | vol. 6 No. 1 enero - junio 2022, 12.
- Núñez, J. A. (Febrero de 2024). SEO A TRAVÉS DEL USO DE HERRAMIENTAS DE INTELIGENCIA ARTIFICIAL (IA) PARA POSICIONAMIENTO WEB DE LA FLORISTERÍA "FREESIAS". Obtenido de Repositorio Universidad Técnica de Ambato: <https://repositorio.uta.edu.ec/jspui/handle/123456789/41234>
- Papagiannis, N. (2020). SEO y marketing de contenidos eficaces : la guía definitiva para maximizar el tráfico web gratuito. Obtenido de Wiley - Online Library: <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/book/10.1002/9781119628682>
- Paredes Lescano, C. E., & Quinde Paucar, G. A. (2020). Aplicaciones de la inteligencia artificial en marketing digital: Estudio de viabilidad en la Zona 3. 12.
- Ramos Galarza, C. (Junio de 2021). Diseños de investigación experimental. Obtenido de Unirioja: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7890336>
- Robles, M. Á. (2020). Resumen sobre internet. Obtenido de Universidad de Guadalajara: <http://biblioteca.udgvirtual.udg.mx/jspui/bitstream/123456789/3088/1/Resumen%20del%20Contenido%20de%20la%20Unidad.pdf>
- Rodríguez Orejuela, h., Osorio Andrade, C., & Arango Espinal, E. (2023). Posicionamiento orgánico en motores de búsqueda, su relevancia científica y tendencias de investigación. Dialnet - Unirioja.
- Rouhiainen, L. (Noviembre de 2018). Inteligencia Artificial - 101 cosas que debes saber hoy de nuestro futuro. Obtenido de Editorial Planeta: https://planetadelibrosec0.cdnstatics.com/libros_contenido_extra/40/39308_Inteligencia_artificial.pdf
- Saab, J. (2023). El impacto de la inteligencia artificial en los motores de búsqueda: superinteligencia en inteligencia artificial (IA). Igi-Global. Obtenido de Igi-global: <https://www.igi-global.com/chapter/the-impact-of-artificial-intelligence-on-search-engine/318063>
- Umam, A. F. (2023). EL IMPACTO DE LA INTELIGENCIA ARTIFICIAL EN LAS ESTRATEGIAS DE OPTIMIZACIÓN DE MOTORES DE BÚSQUEDA. International Conference on Economic Business and Social Science (ICEBSS), 198.
- Valle, A., & Manrique, L. (Marzo de 2022). La Investigación descriptiva con enfoque cualitativo en educación. Obtenido de Repositorio Institucional de la PUCP: <https://repositorio.pucp.edu.pe/index/handle/123456789/184559>
- Vizcarra, J. (2021). "Utilización de sistemas CMS para el desarrollo de tiendas de e-commerce con PrestaShop". Obtenido de UNIVERSIDAD POLITÉCNICA DE SINALOA: <http://repositorio.upsin.edu.mx/Fragmentos/tesinas/A064JIMENEZVIZCARRAJOSERAMON13421.pdf>
- Yodhi, Y. (2017). Application of artificial intelligence (AI) in search engine optimization (SEO). International conference on soft computing, intelligent system and information technology (ICSIT). IEEE., 96-101.