

MARKETING DIGITAL

Destacar en tiempos de IA generativa

A las marcas de consumo masivo y retail les urge evolucionar sus estrategias SEO hacia una que las posicione en los outputs de la IA generativa. Pero no todas lo están logrando.

Las estrategias de marketing digital están evolucionando aceleradamente, a raíz del despliegue de la inteligencia artificial (IA) generativa en motores de búsqueda (SE1916). Ahora, con el creciente uso de chatbots como Perplexity, Claude o ChatGPT, las marcas no pueden reducir su preocupación únicamente a la optimización para motores de búsqueda (SEO, por sus siglas en inglés). Aparecer en los outputs de las herramientas de IA que utilizan sus potenciales compradores empieza a ser una necesidad cada vez más apremiante.

De esta necesidad está surgiendo una nueva estrategia de posicionamiento digital: la optimización para motores generativos (GEO). “Ya no es como antes. Ahora tiene que haber un SEO pensado para responder a la IA”, remarca el CEO y fundador de Brand Solution, Sergio Sicheri. Conscientes de ello, algunas compañías de consumo masivo y retail ya están actualizando sus acciones de marketing bajo este enfoque. Ahora priorizan la creación de contenido en diversos formatos, como videos, blogs y publicaciones en redes sociales, con las cuales incrementan su presencia digital a través de información que la IA pueda procesar. “Dentro del contenido respondemos sobre tipos [de productos y categorías], para qué se usan, qué necesitas, etc. Hay que entender muy bien qué busca el usuario y sus intenciones”, explica el jefe de Owned Media & CRO de Hiraoka, Miguel López.

Otro aspecto fundamental para destacar ante la IA es la actualización de los sitios web, a fin de que su contenido sea compatible con las últimas actualizaciones de los buscadores. “En nuestro e-commerce estamos implementando IA con sinónimos inteligentes para identificar los patrones de búsqueda e insertar sugerencias para optimizar los resultados y tasas de conversión”, cuenta el gerente de TI e e-commerce de Miniso, Carlos Ramos.

Junto con la optimización de su estrategia, algunas empresas también apuestan por incrementar las posiciones involucradas en

“Ahora tiene que haber un SEO pensado para responder a la IA”

Del SEO al GEO

El GEO no reemplaza al SEO, lo complementa y lo potencia para ser más efectivo.

Optimización para motores de búsqueda (SEO)



Busca mejorar el posicionamiento de un sitio web en los resultados de motores de búsqueda.



Utiliza enlaces (backlinks), palabras clave, datos estructurados y mejoras del sitio web (SEO técnico).



Genera tráfico relevante y participación dentro del sitio web.

Optimización para motores generativos (GEO)



Busca aparecer en respuestas generadas por IA (por ejemplo, AI Overviews de Google o Perplexity AI).



Prioriza el contenido estructurado, información claramente organizada y creíble.



La prioridad no es generar tráfico, sino responder consultas de forma concisa y rápida. El tráfico varía según las menciones de marca, citas generadas por IA y fuentes con autoridad en su campo.

Fuente: bureseo.com

esta transformación. Es el caso de Grupo Santa Elena, que contrató a un especialista en SEO para impulsar el posicionamiento de su marca Avinka, utilizando lineamientos de GEO. Según su gerenta de marketing, Angela Castillo, el uso de estrategias de posicionamiento digital ha llevado a que su ticket promedio crezca 13%.

Pero no todas las empresas peruanas están avanzando al ritmo trepidante que marca la evolución digital. “Me alarma bastante que en el 2025 empresas grandes de rubros como lotería, banca o autos no estén incorporando a sus estrategias ninguna acción SEO”, advierte la head de Data de Havas Perú, Sally Vellis. Muchas organizaciones aún se enfrentan al reto de adecuar sus contenidos, estrategias y canales de comunicación a la nueva tendencia. “Hay un trabajo de capacitación que tiene que darse con el uso de la IA. Pero en el Perú es todavía absolutamente incipiente”, concluye el fundador y director general de Adatha Media, Diego Peralta. (MAB) ■

