

IACADEMY

DE FUNDAMENTOS A ARQUITECTURA DE IA

MÓDULO 18

SEO y GEO con IA

Avanzado

iacademy.com — 2026

MÓDULO 18

SEO y GEO con IA

Nivel: Avanzado

Autor: Ricardo Gutierrez

Publicación: Mayo 2026

Plataforma: iacademy.com

Este material es parte del curso completo de IAcademy.

Uso personal e intransferible. Queda prohibida su redistribución o reproducción sin autorización.

SEO fundamentals: los tres pilares

SEO (Search Engine Optimization) tiene tres pilares que funcionan juntos. Ignorar uno debilita los otros dos.

On-page: lo que esta en tu pagina

Todo lo que controlas directamente dentro de tu contenido:

- **Title tag:** el titulo que aparece en la pestaña del navegador y en los resultados de Google. Maximo 60 caracteres. Debe incluir la keyword principal.
- **Meta description:** el texto debajo del titulo en Google. Maximo 155 caracteres. No afecta directamente al ranking, pero afecta al CTR (click-through rate).
- **Headings:** H1 unico por pagina (titulo principal), H2 para secciones, H3 para subsecciones. Google los usa para entender la estructura del contenido.
- **Contenido:** original, util, completo. Google premia el contenido que resuelve la intencion de busqueda del usuario.
- **Imágenes:** alt text descriptivo (no "imagen1.jpg"), compresion WebP, lazy loading.
- **URLs:** limpias y descriptivas. `/blog/seo-para-pymes/` no `/blog/?p=347`.

Off-page: lo que otros dicen de ti

Los backlinks (enlaces desde otros sitios al tuyo) siguen siendo el factor de ranking mas importante. Google interpreta cada backlink como un voto de confianza.

- **Guest posts:** escribes un articulo para otro blog a cambio de un enlace a tu sitio.
- **HARO / Connectively:** periodistas buscan fuentes para sus articulos. Respondes y si te citan, consigues un backlink de un medio.
- **Digital PR:** creas contenido noticiable (estudios, datos originales) que los medios quieran enlazar.
- **Directorios de calidad:** Product Hunt, AlternativeTo, directorios de tu sector.

Tecnico: lo que Google ve detras

Si tu web es lenta, no tiene sitemap, o no es mobile-friendly, Google la penaliza aunque el contenido sea excelente.

- **Core Web Vitals:** LCP menos de 2.5s, INP menos de 200ms, CLS menos de 0.1
- **Mobile-first:** Google indexa la version movil de tu sitio primero
- **Sitemap XML:** lista de todas tus paginas para los crawlers
- **robots.txt:** indica que puede y que no puede rastrear el crawler
- **HTTPS:** obligatorio. Sin SSL, Google muestra "No seguro" y penaliza
- **Structured data:** Schema.org en formato JSON-LD

Keyword research con IA

La investigacion de keywords tradicional consiste en abrir herramientas, exportar CSVs, filtrar manualmente. Con IA, el proceso se comprime a minutos.

Paso 1: Generacion con IA

Contexto: Tengo un blog sobre productividad con IA para profesionales en España. Mi audiencia son founders, CTOs y directores de marketing de PYMEs.

Objetivo: Genera 30 long-tail keywords con intencion informacional que mi audiencia buscaria. Agrupa por subtemas (herramientas, productividad, automatizacion).

Restricciones: Solo español. Incluye estimacion de dificultad (baja/media/alta) y volumen (bajo/medio/alto). Prioriza keywords con dificultad baja y volumen medio.

Claude genera una tabla con keywords organizadas. Pero son estimaciones, no datos reales. Necesitas validar.

Paso 2: Validacion con herramientas

- **Google Search Console:** si ya tienes un sitio, mira que buscan para encontrarte. Columna "Queries" en Performance.

- **Ubersuggest:** version gratuita permite 3 búsquedas diarias. Muestra volumen real y dificultad.
- **Google Trends:** compara tendencias temporales. Util para detectar keywords estacionales.
- **People Also Ask:** busca tu keyword en Google y mira las preguntas relacionadas. Cada una es una keyword potencial.
- **Google Autocomplete:** escribe tu keyword parcialmente y ve las sugerencias. Son búsquedas reales.

Paso 3: Selecccion

De las 30 keywords generadas, selecciona 10 que cumplan:

1. Volumen real confirmado (al menos búsquedas mensuales minimas)
2. Dificultad baja o media (no compitas con Wikipedia o medios grandes al principio)
3. Intencion clara: sabes exactamente que contenido crear para satisfacerla
4. Relevancia para tu negocio: la keyword atrae a tu audiencia objetivo, no a curiosos

Escribir articulos SEO con IA

El workflow completo para crear un articulo que rankea, usando IA como asistente:

Paso 1: De keyword a outline

```
Keyword principal: "automatizar tareas con inteligencia artificial"  
Keywords secundarias: "herramientas ia automatizacion",  
"workflow ia negocio", "n8n automatizacion"
```

```
Genera un outline con H2 y H3 para un articulo de 2000 palabras.  
Incluye una seccion de FAQ con 5 preguntas basadas en People  
Also Ask. El articulo debe cubrir: que se puede automatizar,  
herramientas principales, ejemplo practico paso a paso, y errores  
comunes.
```

Paso 2: De outline a borrador

No pidas el artículo entero de golpe. Sección por sección, con instrucciones específicas para cada una:

Escribe la sección "Herramientas principales para automatizar con IA". 400 palabras. Incluye: n8n, Make, Zapier. Para cada herramienta: que es, precio, mejor caso de uso. Formato: párrafo introductorio + lista con H3 por herramienta. Tono directo, sin adjetivos vacíos.

Paso 3: Humanizar

Este es el paso más importante. El contenido generado por IA tiene patrones detectables tanto por Google como por lectores humanos:

- **Eliminar muletillas genéricas:** "en el mundo actual", "es importante destacar que", "sin duda alguna". Si suena a relleno, elimínalo.
- **Añadir experiencia personal:** "En nuestro caso, usamos n8n para automatizar el envío de newsletters y ahorramos 3 horas semanales". Datos propios que la IA no puede inventar.
- **Insertar capturas de pantalla reales:** de tu herramienta, de tu configuración, de tus resultados.
- **Opiniones concretas:** "Make tiene mejor UI pero n8n es más flexible para workflows complejos". Las opiniones son E-E-A-T (experiencia).
- **Datos verificados:** si citas estadísticas, verifica la fuente. La IA inventa datos con mucha facilidad.

Paso 4: Optimización on-page

- Title tag: keyword principal + beneficio. Menos de 60 caracteres.
- Meta description: resumen + CTA. Menos de 155 caracteres.
- H1: keyword principal, una sola vez en la página.
- URL: `/blog/automatizar-tareas-inteligencia-artificial/`
- Imágenes: alt text descriptivo con keywords naturales.
- Internal links: enlaza a 3-5 artículos relacionados de tu blog.
- External links: enlaza a 2-3 fuentes de autoridad (documentación oficial, estudios).

SEO tecnico: el checklist completo

Sitemap XML

Archivo que lista todas las paginas de tu sitio para que los crawlers las encuentren:

```
<?xml version="1.0" encoding="UTF-8"?>
<urlset xmlns="http://www.sitemaps.org/schemas/sitemap/0.9">
  <url>
    <loc>https://tudominio.com/</loc>
    <lastmod>2026-05-12</lastmod>
    <changefreq>weekly</changefreq>
    <priority>1.0</priority>
  </url>
  <url>
    <loc>https://tudominio.com/blog/mi-articulo/</loc>
    <lastmod>2026-05-10</lastmod>
    <changefreq>monthly</changefreq>
    <priority>0.8</priority>
  </url>
</urlset>
```

La mayoría de frameworks (Next.js, WordPress) generan el sitemap automáticamente.

Verificalo en `tudominio.com/sitemap.xml` .

robots.txt

```
User-agent: *
Allow: /
Disallow: /admin/
Disallow: /api/
Sitemap: https://tudominio.com/sitemap.xml
```

Structured data (Schema.org)

JSON-LD que le dice a Google que tipo de contenido es tu pagina. Puede generar rich snippets (resultados enriquecidos) en Google.

```
<script type="application/ld+json">
{
```

```

"@context": "https://schema.org",
"@type": "Article",
"headline": "Como automatizar tareas con IA",
"author": {"@type": "Person", "name": "David Moya"},
"publisher": {"@type": "Organization", "name": "IAcademy"},
"datePublished": "2026-05-12",
"dateModified": "2026-05-12",
"description": "Guia completa para automatizar tareas con IA.",
"image": "https://tudominio.com/images/automatizar-ia.webp"
}
</script>

```

FAQ Schema: si tu artículo tiene preguntas frecuentes, usa FAQPage:

```

{
  "@context": "https://schema.org",
  "@type": "FAQPage",
  "mainEntity": [
    {
      "@type": "Question",
      "name": "Que tareas puedo automatizar con IA?",
      "acceptedAnswer": {
        "@type": "Answer",
        "text": "Puedes automatizar emails, clasificacion de documentos,
generacion de informes, atencion al cliente y mas."
      }
    }
  ]
}

```

Valida tu structured data con la [herramienta de Google](#).

Internal linking y link building

Estrategia hub and spoke

Organizas tu contenido en clusters. Un artículo pilar (hub) cubre un tema amplio. Artículos satélite (spokes) profundizan en subtemas. Todos se enlazan entre sí.

Ejemplo para IAcademy:

- **Hub:** "Guia completa de automatizacion con IA"
- **Spoke 1:** "Como usar n8n para automatizar workflows"
- **Spoke 2:** "Automatizar email marketing con IA"
- **Spoke 3:** "CI/CD automatizado con GitHub Actions y Claude Code"
- **Spoke 4:** "Monitorizar tus automatizaciones: alertas y logs"

El hub enlaza a todos los spokes. Cada spoke enlaza al hub y a 1-2 spokes relacionados. Esto crea una estructura que Google entiende como topical authority.

Auditoria automatizada de internal links

Pide a la IA que analice tu estructura de enlaces:

Aqui estan los 20 articulos de mi blog [lista de URLs y titulos].
 Analiza la estructura de internal linking. Identifica:

1. Articulos huérfanos (sin enlaces entrantes)
2. Oportunidades de enlace (articulos relacionados que no se enlazan)
3. Anchor text repetitivo o generico ("haz clic aqui")

Link building practico

- **Guest posting:** contacta blogs de tu sector. Ofrece un articulo de valor a cambio de un enlace. No spam masivo: 2-3 guest posts de calidad valen mas que 50 de directorios basura.
- **Recursos gratuitos:** crea herramientas, calculadoras, templates que otros quieran enlazar naturalmente.
- **Menciones sin enlace:** busca tu marca en Google. Si alguien te menciona sin enlazar, contacta y pide el enlace.
- **Broken link building:** encuentra enlaces rotos en blogs de tu sector. Ofrece tu contenido como reemplazo.

GEO: aparecer en ChatGPT y Perplexity

GEO (Generative Engine Optimization) es la nueva frontera. Los motores generativos (ChatGPT con browsing, Perplexity, Gemini, Copilot) buscan en internet, leen artículos, y generan respuestas citando fuentes. Si tu artículo es citado, recibes tráfico.

Como funcionan los motores generativos

1. El usuario pregunta algo
2. El motor busca en internet (similar a Google)
3. Lee los primeros resultados relevantes
4. Sintetiza una respuesta citando las fuentes
5. El usuario puede hacer clic en las fuentes para profundizar

Perplexity es el más transparente: muestra las fuentes numeradas junto a la respuesta. ChatGPT con browsing muestra enlaces al final. Gemini integra resultados de Google Search.

Tácticas GEO que funcionan

- 1. Contenido estructurado:** los LLMs extraen mejor información de listas, tablas, definiciones y secciones con headings claros. Un muro de texto es difícil de parsear.
- 2. Respuestas directas al inicio:** la técnica de pirámide invertida. La respuesta clave en las primeras 2-3 frases del artículo o sección. El detalle después. Los LLMs tienden a extraer el inicio de las secciones.
- 3. FAQ con respuestas concisas:** formato pregunta-respuesta donde la respuesta es directa (2-3 frases) seguida de detalle. Perfecto para extracción.
- 4. Tono autoritativo con fuentes:** citar estadísticas con fuente, mencionar estudios, usar lenguaje de experto. Los LLMs priorizan contenido que suena a autoridad establecida.
- 5. Schema.org:** el structured data ayuda a los crawlers de motores generativos igual que a Google. FAQ schema, Article schema, HowTo schema.
- 6. Frescura:** contenido actualizado regularmente. Incluir la fecha de última actualización visible. Los motores prefieren fuentes recientes.

7. Datos originales: encuestas propias, benchmarks, case studies con metricas.
Contenido que no se puede encontrar en otro sitio.

SEO vs GEO: que cambia y que no

Se mantiene: contenido de calidad, E-E-A-T, structured data, velocidad, mobile-first.

Cambia: GEO premia respuestas directas, formato extractable, datos originales, actualizacion frecuente. El ranking de posicion 1-10 importa menos; importa mas ser "la fuente que el LLM elige citar".

Monitorizar tu presencia en motores generativos

- Busca tu marca y keywords principales en Perplexity, ChatGPT, Gemini
- Revisa si tu sitio aparece como fuente citada
- En analytics, monitoriza referrals desde `chatgpt.com` , `perplexity.ai`
- Configura alertas de Google para tu marca: si alguien te menciona, lo sabras

Google Search Console e IndexNow

Configurar Google Search Console

1. Ve a search.google.com/search-console
2. Añade tu dominio (verificacion via DNS TXT record)
3. Envia tu sitemap: `tudominio.com/sitemap.xml`
4. En "Inspeccionar URL", pega la URL de un articulo nuevo y solicita indexacion

Datos que te da GSC (y que debes revisar semanalmente):

- **Queries:** que buscan para encontrarte. Goldmine de keywords.
- **Posicion media:** donde estas en los resultados. Posiciones 5-15 son oportunidades de mejora rapida.

- **CTR:** porcentaje de gente que hace clic. CTR bajo con posición alta = mejorar title/description.
- **Páginas:** que páginas reciben tráfico y cuáles no.
- **Errores:** páginas con errores de rastreo, mobile usability, etc.

IndexNow: indexación instantánea

IndexNow es un protocolo para notificar a Bing, Yandex y otros cuando publicas contenido nuevo. En lugar de esperar a que el crawler pase (puede tardar días), le dices directamente.

```
# Script bash para enviar URLs via IndexNow
#!/bin/bash
API_KEY="tu-indexnow-key"
HOST="tudominio.com"
URL="https://tudominio.com/blog/nuevo-articulo/"

curl -s -X POST "https://api.indexnow.org/IndexNow" \
  -H "Content-Type: application/json" \
  -d "{
    \"host\": \"\${HOST}\",
    \"key\": \"\${API_KEY}\",
    \"urlList\": [\"\${URL}\"]
  }"
```

Para configurar IndexNow, creas un archivo con tu API key en la raíz de tu sitio:

`tudominio.com/{api-key}.txt` . La key dentro del archivo.

Google no soporta IndexNow oficialmente, pero tiene su propio mecanismo via GSC (solicitar indexación manual) y la Indexing API (para sitios con contenido de corta vida como empleos).

PostHog para SEO

No solo mides tráfico. Mides conversión. Que artículos convierten visitantes en suscriptores o clientes. Configura eventos custom:

- Formulario enviado (suscripción newsletter)
- CTA clickeado (página de precios, demo)
- Scroll depth (cuanto leen del artículo)

- Tiempo en pagina (engagement real, no bounce)

Contenido IA y Google

Google ha dicho explícitamente: no penaliza contenido generado por IA per se. Penaliza contenido de baja calidad, sea humano o de IA. Lo que importa es E-E-A-T:

- **Experience:** experiencia real con el tema. Datos propios, capturas, anécdotas.
- **Expertise:** conocimiento demostrable. Perfil de autor, credenciales, publicaciones.
- **Authoritativeness:** reconocimiento del sector. Backlinks, menciones, citas.
- **Trustworthiness:** confiabilidad. HTTPS, política de privacidad, información de contacto.

La clave: usa IA para el borrador, pero añade tu experiencia, verifica datos, y crea algo que realmente ayude al lector. El Helpful Content Update de Google detecta y penaliza contenido creado "solo para rankear" sin valor real.

Ejercicio practico

Ejercicio M18: Optimiza un artículo de cero a SEO-ready en 30 minutos

1. **Keyword research (5 min):** pide a Claude 20 keywords de tu sector. Valida 3 en Google Autocomplete y People Also Ask.
2. **Outline (5 min):** genera la estructura del artículo con IA. H2, H3, FAQ.
3. **Borrador (10 min):** escribe sección por sección con IA. Instrucciones específicas para cada bloque.
4. **Humanizar (5 min):** añade experiencia personal, elimina muletillas, inserta datos propios.
5. **Optimizar on-page (5 min):** title tag, meta description, H1, alt text, internal links, URL.
6. **Schema.org:** añade Article schema y FAQ schema si aplica.
7. **Publicar y pedir indexación:** envía la URL en Google Search Console.

Bonus GEO: busca tu keyword principal en Perplexity. Analiza las fuentes que cita. Identifica que hace su contenido para ser citado y aplica esas tacticas a tu articulo.

Conclusiones clave

Key takeaways del M18

1. SEO tiene tres pilares: on-page, off-page y tecnico. Los tres son necesarios.
2. La IA genera keywords y borradores en minutos, pero necesitas validar con datos reales (GSC, Ubersuggest) y humanizar el contenido.
3. E-E-A-T es lo que separa el contenido que rankea del que no: experiencia, expertise, autoridad y confianza.
4. SEO tecnico (sitemap, robots.txt, Schema.org, Core Web Vitals) es el cimiento. Sin el, el contenido no alcanza su potencial.
5. Internal linking con estrategia hub and spoke construye topical authority.
6. GEO (aparecer en ChatGPT, Perplexity) requiere contenido estructurado, respuestas directas, datos originales y actualizacion frecuente.
7. Google no penaliza contenido de IA. Penaliza contenido de baja calidad sin valor para el usuario.
8. Google Search Console + IndexNow + PostHog: el trio para medir, indexar y optimizar.

Siguiente: M19 - Email Marketing con IA

Ya sabes como atraer trafico. Ahora conviertelo en suscriptores y clientes con email marketing automatizado y escrito con IA.

[Ir al Modulo 19](#)

IACADEMY

iacedemy.com

De fundamentos a arquitectura de IA.
12 módulos prácticos. 24 recursos descargables.
Quizzes con certificado. Vídeos profesionales.

Empieza gratis en iacedemy.com/free

© 2026 IAcademy — Todos los derechos reservados