

LA IMPORTANCIA PARA POSICIONAR TU EMPRESA EN LAS PRIMERAS FILAS DE INTERNET CON LENGUAJE DE HIPERTEXTO EN LA WEB SIN COSTO

THE IMPORTANCE OF POSITIONING YOUR COMPANY IN THE FIRST ROWS OF THE INTERNET WITH HYPERTEXT LANGUAGE ON THE WEB AT NO COST

Diego Javier Bastidas Logroño ^{1*}

¹ Instituto Superior Tecnológico Quito. ITQ. Ecuador. ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-3924-7468>.
Correo: diego.bastidas@itq.edu.ec

Ruth Elizabeth Quito Guachamin ²

² Modelamiento, empresa consultora de analítica de datos. Ecuador. ORCID: <https://orcid.org/0009-0000-9477-0601>. Correo: ruthquito@modelamiento.com

Salomón Mauricio Quito Guachamin ³

³ Universidad Central del Ecuador. Ecuador. ORCID: <https://orcid.org/0009-0001-5273-8213>. Correo: smquito@uce.edu.ec

Wilson Daniel Quito Guachamin ⁴

⁴ Modelamiento, empresa consultora de analítica de datos. Ecuador. ORCID: <https://orcid.org/0009-0002-2252-2275>. Correo: wdquito@modelamiento.com

* Autor para correspondencia: diego.bastidas@itq.edu.ec

Resumen

El crecimiento de Internet provocó cambios significativos en el sector empresarial mundial. Se observó un aumento en la adopción del comercio electrónico como modelo de negociación, lo cual generó cada vez mayores beneficios económicos para quienes lo utilizaron. En ese momento, este tema estaba siendo objeto de varios estudios debido a su relevancia. La visibilidad de los portales web de organizaciones, instituciones y empresas en Internet se encontraba estrechamente ligada a la coherencia de diversos factores, los cuales estaban enfocados en lograr una mejor posición y aparecer entre los mejores resultados de búsqueda, de

acuerdo con las solicitudes de los usuarios. Con el objetivo para, aquellos interesados en obtener una presencia destacada en línea comprendieron la importancia de implementar una estrategia SEO (Optimización en los Motores de Búsqueda). Esta estrategia buscaba lograr que el portal apareciera de manera orgánica y natural en los primeros resultados de búsqueda. Al lograrlo, se contribuía a un mayor acceso a la información contenida en dichos sitios, lo que a su vez aumentaba su reconocimiento. El presente artículo abordó cuestiones relacionadas con el posicionamiento de portales web. Como resultado, se propusieron un conjunto de buenas prácticas que abordaron las deficiencias detectadas. Estas recomendaciones podían ser utilizadas por desarrolladores y web masters como una guía de consulta en su labor, brindando visibilidad a los portales que desarrollaban o gestionaban. Para la elaboración de encuestas y comprobar su factibilidad, se empleó el método aleatorio simple.

Palabras clave: búsqueda; posicionamiento web; portales web; visibilidad

Abstract

The growth of the Internet led to significant changes in the global business sector. There was an increase in the adoption of e-commerce as a business model, which generated increasing economic benefits for those who used it. At the time, this topic was the subject of several studies due to its relevance. The visibility of the web portals of organizations, institutions and companies on the Internet was closely linked to the consistency of several factors, which were focused on achieving a better position and appearing among the best search results, according to user requests. With the objective in mind, those interested in obtaining a prominent online presence understood the importance of implementing an SEO (Search Engine Optimization) strategy. This strategy sought to make the portal appear organically and naturally in the first search results. By achieving this, it contributed to greater access to the information contained in these sites, which in turn increased their recognition. This article addressed issues related to the positioning of web portals. As a result, a set of best practices were proposed that addressed the identified shortcomings. These recommendations could be used by developers and web masters as a reference guide in their work, providing visibility to the portals they developed or managed. The simple randomized method was used to develop surveys and test their feasibility.

Keywords: search; web positioning; visibility; website

Fecha de recibido: 21/03/2024

Fecha de aceptado: 15/05/2024

Fecha de publicado: 17/05/2024

Introducción

Uno de los principales objetivos del marketing es lograr una posición privilegiada de la organización, su producto o marca en el mercado y en la escala psicológica de los miembros del grupo objetivo, sin embargo, no existe un proceso sistemático en este proceso, por lo que el artículo propone un proceso de posicionamiento (Olivar, 2020). El internet es un océano enorme y no estar en la posición adecuada para aparecer en los primeros resultados de la búsqueda de un cliente potencial es lo mismo que quedarse varado en las olas con un salvavidas: hay mucha competencia y las posibilidades de que encuentren su empresa es delgada.

La mayoría de los internautas utilizan motores de búsqueda, especialmente Google, que controla el 92% de la cuota de mercado, según datos de la empresa de servicios de comercio electrónico Trusted Shops. Los usuarios además ya no buscan directamente mediante URL (Localizador uniforme de recursos) y suelen acceder a las páginas web desde los primeros resultados que aparecen en los buscadores, por lo que el posicionamiento se convierte en un instrumento importante para los emprendedores. Para no ahogarse en semejantes esfuerzos, lo primero es conocer el lenguaje que define el posicionamiento web y las herramientas para mejorarlo (El País, 2020).

El Posicionamiento Web o SEO (optimización de motores de búsqueda) es la estrategia de marketing digital más importante para cualquier sitio web que quiera visibilizar su presencia en Internet sin publicidad de pago. El posicionamiento en Internet es la clave para construir la imagen de una marca y mejorar la visibilidad de la empresa en los buscadores más importantes de Internet. El SEO tiene como objetivo conseguir que el sitio web de su empresa aparezca en los primeros puestos de Google, YouTube, Bing, y otros motores de búsqueda de Internet (Linkedin, 2023).

El posicionamiento SEO (*Search Engine Optimization*) es un conjunto de mejoras técnicas aplicadas en una página Web con el fin de mejorar su posicionamiento orgánico en los resultados de Google, Bing, y otros motores de búsqueda en Internet (Linkedin, 2023) Uno de los factores que más preocupa a cualquier persona o webmaster que tenga un portal web en Internet es el tráfico que recibe el proyecto. La mejor manera de incrementar ese ansiado tráfico es a través del posicionamiento web o SEO. Varios autores se han pronunciado a favor de este concepto, dada su relevancia actual (Gonzalez, Sánchez, & Ramírez, 2021).

Posicionar es colocar algo en su lugar óptimo. En la red mundial, posicionar un sitio significa optimizarlo para que aparezca en la primera posición de la página de resultados de un motor de búsqueda. Asimismo, podemos definir el posicionamiento web como un conjunto de procedimientos y técnicas encaminadas a dotar a un sitio o página web de la máxima visibilidad en Internet (Marcos, 2005).

Un manejo adecuado de estas variables puede posicionar el producto en el mercado objetivo. Si hoy en día quieres desarrollar una estrategia comercial, debes tener en cuenta el pensamiento del comercio electrónico. Internet se ha convertido en un insumo intangible para cualquier estrategia de captación de clientes. Nuevamente, es un medio que pueden utilizar tanto grandes como pequeñas empresas (Felipa, 2017).

El uso de Internet es cada vez más necesario para más ciudadanos y profesionales, especialmente a la hora de buscar nuevos productos y servicios. La mayoría de estos usuarios, clientes potenciales de empresas con presencia online, utilizan buscadores en el proceso de selección de un producto y toma de decisión de compra. Sin embargo, sólo el 7% de los internautas van más allá de la primera página de los resultados de búsqueda

que realizan. Por tanto, la mejor opción para quienes necesitan dar a conocer sus productos online es maximizar su posicionamiento en las páginas de resultados de los buscadores (Penela, 2004).

Una nueva forma de estar presente en Internet se genera a través de la identidad digital, que representa la experiencia online y la imagen de una persona o institución en Internet. La identidad digital no sólo incluye la identidad analógica sino que incluso va más allá de su función, identifica una serie de características relacionadas con el concepto de identidad digital: es esencialmente social (se proyecta en las redes sociales y cuanto mayor es su presencia, más se socializa); es subjetivo (se basa en experiencias construidas por diferentes personas y que les permiten reconocerse); es valioso (capaz de generar una marca personal de mayor o menor reputación); es referencial (la identidad no es una persona o cosa, sino una referencia a esa persona o cosa); compuesto (construido por el propio usuario o por un tercero); dinámico (sujeto a cambios permanentes y proceso de actualización continua); contextual (capaz de construir “múltiples identidades” relacionadas con diversos contextos de interés para el usuario); y finalmente, la proyección de la identidad digital tiene consecuencias (mediante la divulgación de información relacionada o, en ocasiones, todo lo contrario, la no divulgación de información) (Navarro, 2017).

Antes de solicitar la indexación en los buscadores, se recomienda comprobarlo por última vez nuestro sitio web para asegurar algunos aspectos como comprobar que el enlace creado funciona perfectamente. Es muy importante asegurarse de que el texto sea correcto. Contenido bien estructurado y preparado, además de verificar la optimización Imágenes. Es importante limitar el número de enlaces en una página a 100 y esos enlaces no son dañado. Para realizar esta verificación podemos hacerlo utilizando Dreamweaver, una web que verifica todos los enlaces existentes en nuestro sitio web (Olivencia, 2015).

Popularidad de palabras clave. Debido a que las palabras individuales generalmente son muy buscadas, tienden a atraer mucha competencia. La solución a este problema es seleccionar “frases clave”, compuestas por dos a cinco palabras, para la optimización de cada página. También se recomienda optimizar las páginas para palabras clave mal escritas y muy populares (por ejemplo, palabra por palabra). Para esta variante, la competencia no será demasiado reñida (Penela, 2004). Las palabras clave son términos responsables de impulsar el intercambio de información entre páginas web y usuarios en Internet. Describe el tema desarrollado en una URL específica y facilita su búsqueda a través de los motores de búsqueda. Cada día nacen miles de empresas en el mundo. Además del objetivo de ganar dinero a través de los anuncios de Google, las empresas se crearon con un propósito: resolver un problema (Alexander, 2022).

Ahora bien, la usabilidad de un sitio también influye en su visibilidad. Este sitio definitivamente tiene su propio interés para las personas que lo visitan. El contenido debe entonces ser legible y comprensible, debe existir una coherencia que facilite la navegación; El sitio debe funcionar en todas las páginas. La semántica del contenido debe responder a las preguntas: ¿Cuál es el público objetivo? ¿Tu prosa es accesible a todos? ¿Es el idioma una barrera para sus clientes?

El diseño debe ser estético pero sin renunciar a los puntos anteriores. Esto significa considerar algunos aspectos obvios como no utilizar fondos que afecten la legibilidad o saturar la página con elementos que distraigan a los visitantes. El diseño debe ser elegante y sencillo, pero también puede resultar feo y funcional. El análisis de un sitio debe ser integral: el mejor diseño y el mejor contenido (Morris, 2007). Evidentemente, el objetivo final de invertir en posicionamiento web es aumentar el flujo de caja de tu negocio (más dinero).

Pero esto es posible gracias a los beneficios secundarios del reconocimiento de tu marca: Se presta más atención a sus productos y servicios, lo que aumenta la probabilidad de recibir nuevos clientes potenciales. (Emprende con tu Web, 2022). Tener un sitio web bien posicionado provocará que tenga más tráfico web, lo que se traducirá en una mayor visibilidad frente a la competencia y una mayor posibilidad de captar nuevos clientes, porque tener un buen posicionamiento web en el entorno online es como tener una buena ubicación en el mundo real (Garay, Michel, & Reyes, 2021).

El poder de la Web reside en su universalidad. El acceso para todos, independientemente de la discapacidad, es un aspecto importante. Un sitio web accesible permite un acceso justo y la igualdad de oportunidades, así como la participación activa de las personas con discapacidad. La accesibilidad web se entiende como la capacidad de acceder a la misma y a sus contenidos por todas las personas, independientemente de las discapacidades que experimenten y de las características de su entorno. Se basa en varios componentes que trabajan juntos, incluidos software, hardware y personas (Varas, Agüero, Guzmán, & Martínez, 2015).

Existen herramientas que analizan la actividad en Internet y permiten comparar la actividad de los seguidores en las páginas, proporcionan índices de seguimiento y datos sobre otras funciones de la plataforma, miden la influencia de los perfiles y permiten monitorear el nivel de compromiso de los usuarios con el sitio web. Estas herramientas presentan un escenario. La disrupción no basta con producir innovación, sino que debe producir nuevos procesos y cambios reales en el contexto (Rubal & Ornelas).

El comercio electrónico está adquiriendo cada vez más importancia a medida que pasa el tiempo y avanza la tecnología. Por lo tanto, es muy relevante que se implementen sistemas de comercio electrónico en varios países del mundo. Con los avances de la tecnología, el comercio electrónico entre empresas y clientes se ha vuelto más fácil. El comercio electrónico facilita que los consumidores compren productos desde la comodidad de sus hogares y en cualquier momento del día. En los países más desarrollados la compra y venta de productos a través de Internet es muy común y las cifras van en aumento (Pesántez, 2013).

Posicionar un dominio en Internet es un conjunto de acciones enfocadas a hacer que el dominio sea fácil de encontrar por los principales mecanismos y buscadores de Internet, vinculando palabras clave y contenidos con términos comúnmente utilizados en las búsquedas. Además, el proceso de posicionamiento implica que un dominio (dirección de Internet) adquiera relevancia para el campo de conocimiento en el que se centra (Asmal & Bravo, 2012).

Estar bien posicionado en los motores de búsqueda y en otros espacios en línea te brinda una mayor visibilidad y exposición ante tu público objetivo. Cuando tu empresa aparece en los primeros resultados de búsqueda, es más probable que los usuarios hagan clic en tu sitio web y conozcan tus productos o servicios. Esto aumenta las posibilidades de generar tráfico hacia tu sitio y de convertir a esos visitantes en clientes potenciales. Las personas tienden a confiar más en las empresas que aparecen en los primeros resultados de búsqueda.

Al estar en las primeras filas de Internet, tu empresa se percibe como una autoridad en tu industria y como una opción confiable. Los usuarios asocian una posición destacada con la calidad y la relevancia, lo que puede generar una mayor confianza en tu marca. En un entorno empresarial cada vez más competitivo, posicionarte en las primeras filas de Internet te brinda una ventaja sobre tus competidores. Si tu empresa aparece antes que las demás en los resultados de búsqueda, es más probable que los usuarios hagan clic en tu sitio web en lugar

de en el de la competencia. Esto puede traducirse en mayores oportunidades de negocio y en una mayor cuota de mercado.

Al ubicarse en las primeras posiciones de los resultados de búsqueda en Internet, una empresa atraerá a un tráfico más cualificado, compuesto por personas que están activamente buscando los productos o servicios que ofrece. Estos visitantes tienen una mayor probabilidad de convertirse en clientes, dado que ya muestran interés en lo que la empresa proporciona y están buscando soluciones en línea. Este enfoque incrementa las oportunidades de obtener conversiones y de maximizar el retorno de inversión (ROI) de las estrategias de marketing digital. Además, el posicionamiento en los primeros resultados de búsqueda conlleva una mejora del *branding* y la visibilidad a largo plazo. Al ser encontrada más fácilmente en línea y al proporcionar experiencias positivas, la marca se consolida como una referencia en su industria. Este proceso puede generar un efecto de boca a boca positivo y fomentar la fidelidad de los clientes, lo que a su vez puede contribuir al crecimiento sostenible a largo plazo de la empresa.

Materiales y métodos

Las técnicas que se utilizaron en esta investigación fueron la entrevista, seguida por la observación y la encuesta.

Entrevistas: Una entrevista, es un proceso de comunicación que se realiza normalmente entre dos personas. En este, el entrevistador obtiene información del entrevistado de forma directa. La conversación es formal, con una intencionalidad que lleva implícitos unos objetivos englobados en una Investigación (Pelaes, Rpdriiguez, Ramírez, & Gonzales)

Calculo del método aleatorio simple

n	17800000
z	1.96
e	0.03
p	0.5
q	0.5

$$n^1 = \frac{n}{1 + \frac{(n-1)}{N}}$$

$$n^1 = \frac{1067}{1 + \frac{(1067-1)}{17800000}}$$

$$n^1 = \frac{1067}{1 + \frac{(1066)}{17800000}}$$

$$n^1 = \frac{1067}{1 + 5,988}$$

$$n^1 = \frac{1067}{6,988}$$

$$n^1 = 152000$$

$$n = \frac{z^2 \times p \times q}{e^2}$$

$$n = \frac{1.96^2 \times 0.5 \times 0.5}{0.03^2}$$

$$n = \frac{0.96}{0.0009}$$

$$n = 1.067$$

La muestra aleatoria simple es una técnica utilizada para obtener datos representativos de una población más grande. En este caso, se planea realizar una entrevista sobre la importancia de posicionar una empresa en las

primeras filas de Internet con un resultado de la muestra de 152,000 personas ecuatorianas. Los datos recopilados en la muestra se analizarán y se obtendrán conclusiones sobre las opiniones y percepciones de la población en general.

Resultados y discusión

Posicionar una empresa en las primeras filas de Internet es de suma importancia en la era digital actual. A medida que más personas utilizan Internet como su principal fuente de información y como plataforma para realizar compras y negocios, es esencial que tu empresa aparezca en los primeros resultados de búsqueda y en lugares destacados en línea.

Los códigos de posicionamiento palabras clave ayudan a posicionarse en las primeras filas del internet. Palabra clave es un término encargado de facilitar el intercambio de información entre páginas web y usuarios en Internet. Esto describe un tema diseñado para una URL (Localizador uniforme de recursos) específico y hace que sea más fácil de encontrar en los motores de búsqueda. En este caso, cada día se realizan más de cien mil millones de búsquedas en Google y detrás de cada búsqueda hay determinadas palabras que llevarán a los usuarios a encontrar el producto o servicio que necesitan. Y es probable que su empresa pueda cumplir con este requisito: realice una investigación de palabras clave. Las palabras clave se convierten entonces en un elemento clave de la presencia de su empresa en la web.

Posicionar en internet

La manera de posicionar es muy simple con la inversión de imágenes y las palabras clave de la empresa que desees posicionar con un simple paso de inserción de imágenes con un editor de lenguaje de hipertexto en la web (html) como se muestra en la Figura 1, esto se puede realizar contratando un paquete de *hosting* y dominio, luego subirlo al internet por el protocolo de transferencia de archivos. Al insertar al menos trescientas imágenes por sitio web *eneabled* o más aparecerá en las primeras líneas del internet.

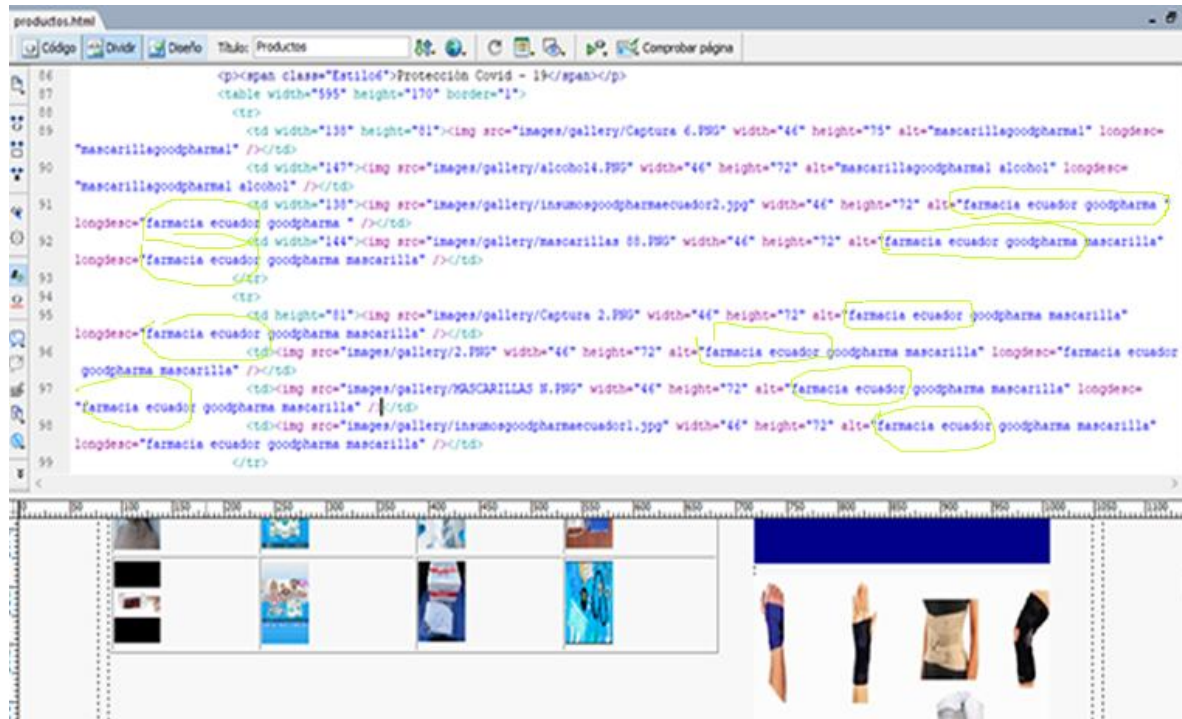


Figura 1. Posicionamiento con palabras cable con inserción de imágenes.

Fuente: Elaboración propia.

Existen herramientas que analizan la actividad en Internet y permiten comparar seguidores (actividad de la página), proporcionan índices de seguimiento y datos de otras funcionalidades de la plataforma, miden la influencia de los perfiles y permiten monitorear el nivel de compromiso de los usuarios con el sitio web. Estas herramientas presentan un escenario disruptivo donde no basta con generar innovaciones, sino que también hay que generar nuevos procesos y cambios reales en el entorno. Esto demuestra que en un mercado global lleno de competencia, ruido e información, uno de los mayores desafíos es causar una impresión duradera. La aparición de nuevas tecnologías ha cambiado el papel de las emisoras, permitiéndoles establecer canales de comunicación en todo el mundo.

Resultados de la aplicación de la encuesta

Pregunta 1: ¿Consideras importante que tu empresa aparezca en los primeros resultados de búsqueda en Internet?

- a) Sí, es fundamental para aumentar la visibilidad y atraer clientes.
- b) No, no veo un impacto significativo en el posicionamiento de mi empresa en Internet.

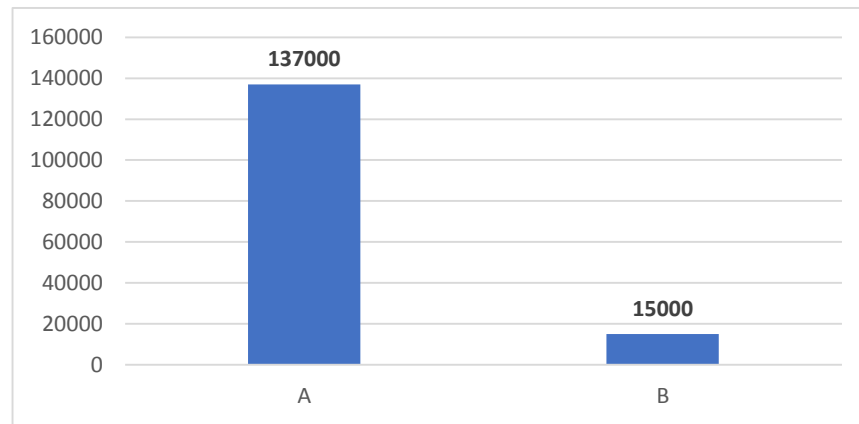


Figura 2. Respuesta a la pregunta 1.

Más de la mitad de las personas encuestadas un 90% de las personas si consideran que es importante que sus empresas aparezcan en los primeros resultados del internet para que aumenten la visibilidad y puedan atraer clientes.

Pregunta 2: ¿Cuánto estarías dispuesto a invertir para mejorar el posicionamiento de tu empresa en los motores de búsqueda?

- a) Menos de \$100 al mes.
- b) Entre \$100 y \$500 al mes.
- c) No estoy interesado/a en invertir en mejorar el posicionamiento de mi empresa.

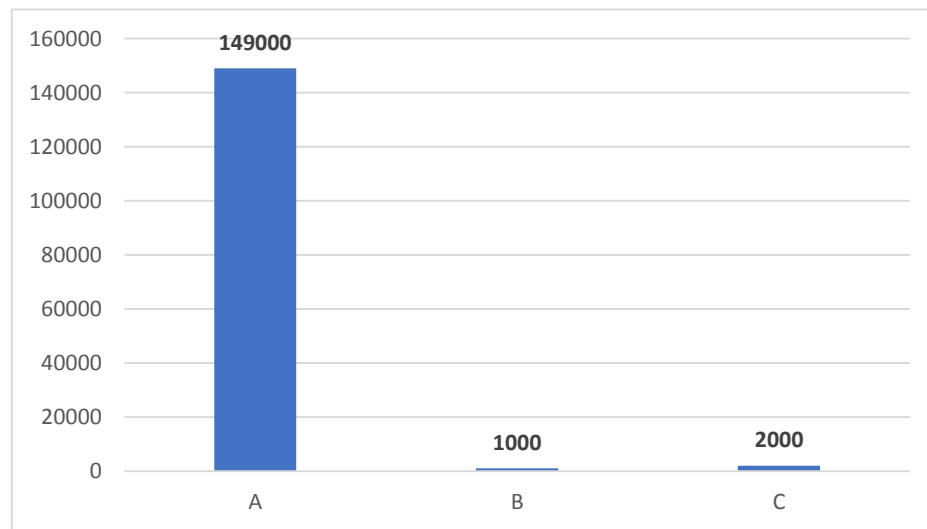


Figura 3. Respuesta a la pregunta 2.

Un 80% de las personas encuestadas es decir 149000 personas están dispuestas a invertir en motores de búsqueda para lograr el posicionamiento de su empresa

Pregunta 3 ¿Qué beneficios crees que puede traer el alto posicionamiento de tu empresa en los resultados de búsqueda?

- a) Aumento de la visibilidad y reconocimiento de la marca.
- b) Mayor tráfico y potenciales clientes en el sitio web.
- c) Mejora de la reputación de la empresa.

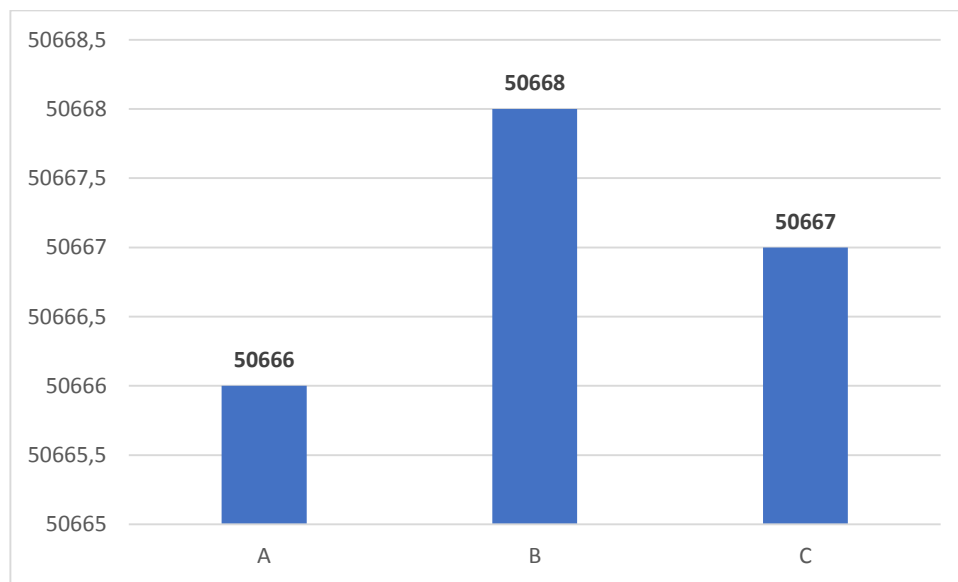


Figura 4. Respuesta a la pregunta 3.

Con un 75% de las personas encuestadas manifiestan que traer el alto posicionamiento de tu empresa en los resultados de búsqueda para generar mayor tráfico y potenciales clientes en el sitio web.

Discusión

Posicionar una empresa en las primeras filas de Internet es de vital importancia en la era digital actual. Los beneficios de este posicionamiento, como la visibilidad, el tráfico cualificado, la reputación y la rentabilidad, pueden ayudar a una empresa a destacar en un mercado altamente competitivo. Utilizando enfoques científicos como el SEO (Rubal & Ornelas). El análisis de *big data* y la investigación de mercado, las empresas pueden comprobar ésta teoría de ésta investigación su posicionamiento en línea y obtener una ventaja estratégica en su industria solo codificando las palabras clave en las imágenes de cualquier empresa en el lenguaje de hipertexto en la web con cualquier editor como *dreamweaver*, *sublime text* y/u otro.

Conclusiones

Al posicionar una empresa en los primeros resultados de búsqueda, se aumenta su visibilidad en línea. Esto significa que más usuarios podrán encontrarla fácilmente al realizar búsquedas relacionadas con sus productos

o servicios. La visibilidad mejorada puede conducir a un mayor tráfico hacia el sitio web de la empresa y, potencialmente, a más conversiones y ventas.

Los motores de búsqueda, como Google, tienden a mostrar resultados relevantes y confiables en las primeras posiciones. Al lograr un alto posicionamiento orgánico, se establece una percepción positiva en la mente de los usuarios, ya que asocian los primeros resultados con mayor autoridad y calidad. Esto puede aumentar la credibilidad y confianza en la marca, lo que puede resultar en una mayor preferencia y lealtad por parte de los clientes.

El posicionamiento orgánico en los motores de búsqueda es un enfoque a largo plazo que puede generar resultados duraderos. Aunque puede requerir tiempo y esfuerzo para lograr un alto rango, una vez que se alcanza, no se incurre en costos adicionales por cada clic o visita al sitio web, a diferencia de las estrategias de publicidad de pago por clic (PPC). Esto puede resultar en un ahorro significativo a largo plazo para la empresa.

Al utilizar palabras clave relevantes y optimizar el contenido del sitio web, se puede llegar a un público objetivo más específico. El posicionamiento en los motores de búsqueda permite a las empresas segmentar su audiencia de acuerdo con las intenciones de búsqueda de los usuarios. Esto significa que aquellos que encuentren el sitio web de la empresa a través de las búsquedas serán más propensos a tener un interés genuino en los productos o servicios ofrecidos, lo que aumenta las posibilidades de conversión.

Referencias

- Alexander, R. (21 de 04 de 2022). Obtenido de <https://www.rdstation.com/blog/es/palabras-clave/>
- Asmal, C. C., & Bravo, R. V. (2012). "EL MARKETING DIGITAL SU USO E INFLUENCIA". Recuperado el 31 de 01 de 2024, de <http://dspace.ucuenca.edu.ec/bitstream/123456789/1806/1/tc281.pdf>
- El País. (11 de 08 de 2020). *Por qué el posicionamiento en web de una empresa es ahora más importante que nunca*. (E. E. País, Editor) Recuperado el 23 de 01 de 2024, de <https://elpais.com/economia/estar-donde-estes/2020-08-11/por-que-el-posicionamiento-en-web-de-una-empresa-es-ahora-mas-importante-que-nunca.html>
- Emprende con tu Web. (13 de 12 de 2022). *La importancia del posicionamiento web para el desarrollo de su empresa*. Obtenido de <https://emprendecontuweb.com/la-importancia-del-posicionamiento-web-para-el-desarrollo-de-su-empresa/>
- Felipa, P. B. (2017). *Marketing + internet = e-commerce: oportunidades y desafíos*. Recuperado el 31 de 01 de 2024, de http://www.scielo.org.co/scielo.php?pid=S2248-60462017000100041&script=sci_arttext
- Garay, S. G., Michel, G. S., & Reyes, M. R. (20 de 10 de 2021). *Análisis del posicionamiento web en portales web: Casos de estudio y buenas prácticas*. Recuperado el 31 de 01 de 2024, de [https://www.redalyc.org/journal/3783/378369433008/html/#:~:text=Tener%20una%20web%20bien%20posicionada,real%20\(Botton%2C%202018\).](https://www.redalyc.org/journal/3783/378369433008/html/#:~:text=Tener%20una%20web%20bien%20posicionada,real%20(Botton%2C%202018).)

- Gonzalez, S., Sánchez, G., & Ramírez, M. (2021). Análisis del posicionamiento web en portales web: Casos de estudio y buenas prácticas. Recuperado el 27 de 01 de 2024, de <https://www.redalyc.org/journal/3783/378369433008/html/>
- Linedin. (28 de 2 de 2023). *La importancia del posicionamiento web de su empresa en 2023*. Recuperado el 24 de 1 de 2024, de <https://es.linkedin.com/pulse/seo-la-importancia-del-posicionamiento-web-de-su-empresa-cevey>
- Linkedin. (28 de 2 de 2023). *La importancia del posicionamiento web de su empresa en 2023*. Recuperado el 24 de 1 de 2024, de <https://es.linkedin.com/pulse/seo-la-importancia-del-posicionamiento-web-de-su-empresa-cevey>
- Maité, C. O. (05 de 2020). *Herramientas del marketing digital que permiten desarrollar presencia online, analizar la web, conocer a la audiencia y mejorar los resultados de búsqueda*. (U. M. Simón., Editor) Recuperado el 12 de 01 de 2024, de http://www.scielo.org.bo/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1994-37332020000100003
- Marcos, L. C. (2005). Posicionamiento web: conceptos y herramientas. 16. Recuperado el 31 de 01 de 2024, de http://eprints.rclis.org/14476/1/Posicionamiento_web._conceptos_y_herramientas.pdf
- Morris, M. V. (05 de 2007). Algunas consideraciones sobre el posicionamiento Web. Recuperado el 31 de 01 de 2024, de http://scielo.sld.cu/scielo.php?pid=S1024-94352007000500005&script=sci_arttext
- Navarro, Y. (2017). Branding y reputación: pilares básicos de la visibilidad online del profesor de educación superior. Recuperado el 31 de 01 de 2024, de https://www.scielo.org.mx/scielo.php?pid=S2007-28722017000100066&script=sci_arttext
- Olivar, U. N. (2020). *El proceso de posicionamiento en el marketing: pasos y etapas*. Venezuela: Revista Academia & Negocios. Recuperado el 04 de 01 de 2024, de <https://www.redalyc.org/journal/5608/560865631007/html/>
- Olivencia, Á. M. (2015). Propuesta para mejorar la visibilidad en. Recuperado el 31 de 01 de 2024, de <https://crea.ujaen.es/bitstream/10953.1/4442/1/TFG-Mu%c3%b1oz-Olivencia%2cMaria.pdf>
- Pelaes, Rpdriuez, Ramírez, P., & Gonzales. (s.f.). La Entrevista. Obtenido de https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/49249014/LA_ENTREVISTA_pdf-libre.pdf?1475268651=&response-content-disposition=inline%3B+filename%3DLA_ENTREVISTA_pdf.pdf&Expires=1706744961&Signature=R8Ey3uUKkbvEY~QMbbAD4EZ9N2r~sLJBHUP5gbwf7QHSMbz~EliCY3vOGzUXLO0r7R
- Penela, C. G. (2004). La selección de palabras clave para el posicionamiento en buscadores. Obtenido de https://arxiu-web.upf.edu/hipertextnet/numero-2/palabras_clave.html
- Pesántez, J. A. (2013). Comercio electrónico en el Ecuador: análisis de ventajas y desventajas. Recuperado el 31 de 01 de 2024, de <https://repositorio.usfq.edu.ec/bitstream/23000/1834/1/106484.pdf>
- Rubal, S. M., & Ornelas, y. M. (s.f.). Marketing digital y posicionamiento web en. Recuperado el 31 de 01 de 2024, de <https://www.scielo.br/j/tl/a/gtSXtwCcNCKwZYHyqJGjpc/?format=pdf>

Varas, V. D., Agüero, A. L., Guzmán, A. E., & Martínez, M. (2015). Importancia y beneficios de la accesibilidad web para todos. Recuperado el 31 de 01 de 2024, de <https://sedici.unlp.edu.ar/handle/10915/49061>