



## Introducción

SEO (Search Engine Optimization) y SEM (Search Engine Marketing) son dos pilares fundamentales en el marketing digital, enfocados en aumentar la visibilidad de un sitio web en los motores de búsqueda, tema a tratar en este pequeño reporte de investigación.

## Desarrollo

- **SEO** es el conjunto de técnicas y estrategias que se aplican para mejorar el posicionamiento orgánico de una página web en los resultados de búsqueda. Esto incluye la optimización de contenido, la mejora de la estructura del sitio, y la adquisición de enlaces externos de calidad. El objetivo es aumentar la visibilidad de forma natural, sin necesidad de pagar por anuncios.
- **SEM** es el uso de campañas publicitarias pagadas para obtener visibilidad en los motores de búsqueda. A través de plataformas como Google Ads, las empresas pueden pujar por palabras clave y mostrar sus anuncios en la parte superior de los resultados de búsqueda. Esto permite una visibilidad inmediata, pero requiere una inversión económica constante.

Las diferencias entre SEO y SEM se centran en la forma en que logran la visibilidad y el tiempo que tardan en mostrar resultados:

- **Tiempo:** El SEO requiere de tiempo y esfuerzo continuo para generar contenido de calidad y conseguir enlaces, mientras que el SEM ofrece resultados inmediatos a través de anuncios pagados.
- **Coste:** El SEO, aunque requiere una inversión inicial significativa en términos de tiempo y recursos, tiende a ser más económico a largo plazo. El SEM, por otro lado, implica un coste continuo, ya que los anuncios sólo aparecen mientras se pague por ellos.
- **Control y segmentación:** El SEM permite un control directo sobre la visibilidad y la segmentación de los anuncios, mientras que el SEO depende de cómo los algoritmos interpreten y clasifiquen el contenido del sitio web.
- **Impacto y credibilidad:** Los resultados orgánicos obtenidos a través de SEO suelen ser percibidos como más confiables por los usuarios, mientras que los anuncios pagados del SEM pueden ser vistos como menos genuinos.

### *Ejemplos de estrategias SEO y SEM*

- **SEO:**
  1. **Optimización de palabras clave:** Elegir y optimizar para palabras clave relevantes que tienen un alto volumen de búsqueda y baja competencia.

2. **Creación de contenido de calidad:** Desarrollar contenido original, útil y bien estructurado que atraiga a los usuarios y fomente la interacción.
  3. **Construcción de enlaces (Link Building):** Obtener enlaces de calidad desde otros sitios web para mejorar la autoridad del dominio.
  4. **Mejora de la velocidad del sitio:** Asegurarse de que el sitio web cargue rápidamente, los motores de búsqueda favorecen a los sitios más rápidos.
  5. **Optimización para dispositivos móviles:** Asegurarse de que el sitio esté completamente optimizado para usuarios de móviles.
- **SEM:**
    1. **Campañas de Google Ads:** Crear anuncios pagados que aparezcan en las primeras posiciones de los resultados de búsqueda.
    2. **Anuncios de Display:** Utilizar anuncios gráficos que se muestren en sitios web relevantes dentro de la red de Google.
    3. **Remarketing:** Mostrar anuncios a usuarios que han visitado previamente el sitio web para incentivarlos a regresar.
    4. **Puja por palabras clave específicas:** Invertir en palabras clave estratégicas que aseguren la aparición de los anuncios en las búsquedas relevantes.
    5. **Anuncios en redes sociales:** Integrar campañas de SEM con anuncios en plataformas como Facebook Ads para maximizar el alcance.

### *¿Qué es el A/B Testing y cómo se aplica a SEM?*

El **A/B testing**, también conocido como pruebas divididas, es una técnica utilizada para comparar dos versiones de una página web o anuncio con el objetivo de determinar cuál de ellas produce mejores resultados. En el contexto de SEM, el A/B testing permite probar diferentes elementos de una página de destino (landing page) o de un anuncio, como títulos, imágenes, llamados a la acción (CTAs), entre otros.

### *Ejemplo de A/B testing aplicado en SEM:*

- **Hipótesis:** Un negocio de e-commerce cree que un cambio en el texto del botón de compra aumentará las conversiones.
- **Implementación:** Se crean dos versiones de la página de destino: la versión A con el texto original en el botón y la versión B con el nuevo texto.
- **Ejecución:** El tráfico de los anuncios SEM se divide aleatoriamente entre ambas versiones.
- **Análisis:** Después de un período de prueba, se comparan las tasas de conversión de ambas versiones para determinar cuál es más efectiva.
- **Resultado:** Si la versión B muestra una tasa de conversión significativamente mayor, se implementa el cambio en la página de destino para maximizar los resultados de la campaña SEM.

### *ROI y principales métricas y herramientas para medirlo*

El **ROI (Return on Investment)** es una métrica que mide la rentabilidad de una inversión, comparando los beneficios obtenidos con el coste de la inversión. En marketing digital, el ROI es crucial para evaluar la efectividad de campañas SEO y SEM.

### ***Principales métricas para medir el ROI:***

- **Costo por adquisición (CPA):** Cuánto cuesta adquirir un nuevo cliente a través de las campañas de marketing.
- **Retorno sobre el gasto publicitario (ROAS):** Calcula los ingresos generados por cada dólar gastado en publicidad.
- **Valor de vida del cliente (CLV):** Estima el ingreso neto que un cliente genera a lo largo de su relación con la empresa.
- **Tasa de conversión:** Porcentaje de visitantes que realizan una acción deseada, como una compra o suscripción.

### ***Herramientas para medir el ROI:***

- **Google Analytics:** Proporciona datos sobre el tráfico del sitio web y las conversiones.
- **Google Ads:** Ofrece informes sobre el rendimiento de las campañas publicitarias.
- **HubSpot:** Una plataforma integral de marketing que incluye herramientas de análisis de ROI y seguimiento de campañas.

## **Conclusión**

la investigación realizada sobre las estrategias SEO y SEM, el A/B testing y el ROI demostró cómo estos conceptos fundamentales están interrelacionados en el ámbito del marketing digital. Muchos de los puntos abordados ya habían sido explorados o eran conocidos previamente, lo que facilitó el desarrollo del reporte y la profundización en los aspectos más relevantes. Esta experiencia permitió una investigación ágil y enfocada en las aplicaciones prácticas de cada estrategia.

## **Bibliografía**

Acibeiro, M. (2024, abril 23). *Diferencia entre SEO y SEM y cómo utilizarlos en marketing online*. GoDaddy. <https://www.godaddy.com/resources/es/marketing/diferencia-entre-seo-y-sem-y-como-utilizarlos-marketing-online>

Coretti, F. (2024, enero 29). *How Can A/B Testing Improve Your SEM Landing Pages for Both Mobile and Desktop?* TechWyse. <https://www.techwyse.com/blog/digital-marketing-101/how-can-a-b-testing-improve-your-sem-landing-pages-for-both-mobile-and-desktop>

Lluvia Digital. (2023, septiembre 20). *SEO y SEM: ¿Cuáles son sus diferencias y estrategias asociadas?* <https://lluviadigital.com/blog/seoysem/>

Salleras, A. (2024, julio 24). *Ejemplos de SEO y SEM: Combínalos en tu estrategia*. NeoAttack. <https://neoattack.com/blog/ejemplos-de-seo-y-sem/>

Tarn, D. (2020, octubre 21). *The Complete Guide To SEM Strategy: Definition, Tactics, Tools*. Reverbico. <https://reverbico.com/blog/sem-strategy/>