GIRONA NOTICIES.COM
+ Periodisme

Cómo aparecer en ChatGPT cuando los clientes buscan productos o servicios

Actualidad Empresarial | 16/11/2026 | 12:03



Aparecer en ChatGPT ya es una prioridad entre los objetivos de visibilidad de muchas empresas, porque cuando un potencial cliente pregunta por un servicio o compara proveedores, las respuestas de la IA pueden influir en las opciones que considera y en su decisión de contactar. Es por esto que el SEO y el GEO contribuyen a ese objetivo desde enfoques complementarios mediante los que permiten, a día de hoy, ayudar a la generación de leads y clientes.

Aparecer en ChatGPT. ¿Qué significa para una empresa?

Aparecer en ChatGPT significa que una respuesta de la IA puede mencionar a la empresa, citar información publicada en su web o enlazar a una de sus páginas. Estas apariciones tienen alcances diferentes, pues una referencia informativa no equivale a una recomendación comercial ni asegura que el usuario termine contactando después de leerla, pero sí que ayuda a incrementar la visibilidad de una empresa en internet.

En este sentido, SocieTIC Business Online es una Agencia SEO ubicada en Zaragoza que ayuda a empresas B2B y B2C a que sus webs puedan aparecer en ChatGPT para así ser más visibles y conseguir más leads y clientes.

Pasos para que una empresa aparezca en Google

La presencia de una empresa en Google requiere de trabajar tanto el acceso técnico, como los contenidos y la credibilidad de la web.

De hecho, estos aspectos son fundamentales cuando se prepara información para buscadores

con IA, ya que aparecer en Google no garantiza una mención en ChatGPT, pues cada sistema selecciona y presenta sus propias respuestas.

1.- Permitir que el buscador de ChatGPT rastree la web de la empresa

El primer paso es comprobar que las páginas que desea mostrar la empresa son accesibles para OAI-SearchBot, el rastreador de búsqueda de OpenAI. La revisión debe abarcar robots.txt y las posibles restricciones del servidor, el cortafuegos o la red de distribución de contenidos que puedan impedir su acceso. Por eso, hay que:

1-Permitir OAI-SearchBot en robots.txt.

2-Revisar bloqueos del sistema de seguridad.

3-Mantener accesibles las páginas comerciales.

4-Corregir errores de carga y navegación.

Autorizar el rastreo permite que el contenido pueda considerarse para una búsqueda, si bien no garantiza su selección, una cita ni una recomendación dentro de las respuestas de ChatGPT.

2.- Publicar respuestas útiles a las consultas de los potenciales clientes

Una empresa debe desarrollar contenidos a partir de las preguntas que sus clientes plantean antes de comprar o contratar.

Cada página debe resolver una necesidad concreta, explicar las condiciones de la solución y aportar información suficiente para que el lector pueda valorar si corresponde a su situación.

Así, deben:

1-Identificar dudas recurrentes del proceso comercial.

2-Explicar servicios, aplicaciones y destinatarios.

3-Comparar alternativas con criterios explícitos.

4-Detallar requisitos, limitaciones y condiciones.

Estas preguntas deben incorporarse a las páginas que mejor puedan resolverlas. Por ejemplo, las dudas sobre alcance corresponden a la descripción del servicio mientras que las comparaciones pueden necesitar un contenido específico.

3.- Respaldar los contenidos con experiencia, datos propios y fuentes fiables

Para salir en ChatGPT, la empresa debe respaldar sus afirmaciones con información que permita comprobar su fundamento. La experiencia profesional (EEAT) aporta valor cuando se traduce en explicaciones concretas, casos documentados o datos propios, mientras que las fuentes externas deben utilizarse para sustentar afirmaciones que requieren evidencia técnica, científica o normativa verificable.

Por eso, hay que:

1-Identificar autores y experiencia relevante.

2-Documentar proyectos con contexto suficiente.

3-Explicar la procedencia de los datos.

4-Citar fuentes originales y actualizadas.

La evidencia debe acompañar a la afirmación que respalda.

1-Si se publica una mejora porcentual, corresponde indicar el periodo, la base de comparación y el método de cálculo.

2-Y si se describe un caso, deben explicarse sus condiciones.

Esta relación entre afirmación y prueba facilita evaluar el contenido y reduce interpretaciones erróneas posteriores.

4.- Conseguir referencias a la empresa en webs relevantes del sector

Es fundamental para poder aparecer en los motores de las IA desarrollar una presencia externa coherente con la especialidad de la empresa mediante referencias que documenten su actividad. Por ejemplo, publicaciones de asociaciones, medios especializados y colaboradores pueden aportar información independiente sobre sus servicios y experiencia, aunque su existencia no garantiza que ChatGPT mencione o recomiende a la marca.

Así, resulta fundamental:

1-Participar en iniciativas de asociaciones profesionales.

2-Aportar análisis a medios especializados.

3-Documentar proyectos junto con colaboradores.

4-Mantener actualizados los perfiles empresariales relevantes.

La prioridad debe ser siempre la pertinencia de la publicación y la exactitud de sus datos, por lo que conviene revisar periódicamente esas menciones para corregir descripciones antiguas, identificar referencias útiles y mantener una identidad empresarial consistente entre fuentes.

Autor:
AgenciaNinja

https://gironanoticies.com/como-aparecer-en-chatgpt-cuando-los-clientes-buscan-productos-o-servicios/