IMAGEN : [https://static.comunicae.com/photos/notas/1259455/PROFESIONALNET.jpg](http://imagen/)

# El futuro del SEO: tendencias y estrategias para 2025 por Gilberto Ripio, CEO de ProfesionalNet

## En el dinámico mundo del marketing digital, la conversación sobre el SEO y su evolución parece interminable. A pesar de las predicciones recurrentes sobre su inminente desaparición, elSEO sigue siendo una piedra angularpara las estrategias digitales

Con cambios constantes en los motores de búsqueda y la irrupción de tecnologías como lainteligencia artificial (IA), las empresas deben estar preparadas para adaptarse.

Este artículo Gilberto Ripio, CEO ProfesionaNet, agencia SEO Madrid, presenta las principales tendencias que marcarán el SEO en 2025 y las mejores prácticas para mantenerse al frente.

Inteligencia artificial y SEO

La inteligencia artificial ha revolucionado innumerables áreas, y el SEO no es la excepción. Aunque laIA generativapermite automatizar y optimizar procesos, no sustituye la curiosidad humana ni la necesidad de contenido auténtico.

Por lo tanto, el futuro del SEO no radica en abandonar los principios básicos, sino en integrarlos con tecnologías avanzadas.

Plataformas comoKeyword Insightsfacilitan la investigación de palabras clave a gran escala, clasificándolas en grupos para una estrategia más precisa. Sin embargo, las empresas deben utilizar la IA de manera estratégica, aprovechándola como una herramienta complementaria para optimizar contenido, en lugar de depender exclusivamente de ella.

Claves prácticas:

Utilizar la IApara la investigación y agrupación de palabras clave.

Generar contenido relevantea partir de datos e informes basados en análisis.

Revisar y personalizarel contenido generado automáticamente para añadir un toque humano.

La relevancia del contenido semántico de alta calidad

En 2023, Google reafirmó su postura en favor decontenido de calidad, independientemente de si fue creado por humanos o por IA.

Sin embargo, utilizar IA generativa para producir contenido genérico en masa no solo viola las políticas de Google, sino que también afecta negativamente la percepción de una marca.

En un entorno donde la saturación de contenido es cada vez mayor, las empresas que quieran destacar deben priorizar lacalidad sobre la cantidad.

Esto incluye invertir en estrategias que produzcan contenido profundo, bien estructurado y enfocado en las necesidades reales de los usuarios.

Además, el contenido que cumple con la intención de búsqueda aumenta las posibilidades de aparecer en lasvistas generales de IA (AI Overviews), una función reciente de Google que ofrece respuestas resumidas a las consultas de los usuarios.

Conclusiones clave:

Crearcontenido humano de alta calidadpara diferenciarse en un mercado saturado.

Diseñar una estrategia de contenido que combine laprecisión técnicacon un enfoque en la experiencia del usuario.

Asegurar que cada pieza cumpla con lasexpectativas de la intención de búsqueda.

Búsqueda por voz y el impacto en el SEO

Labúsqueda por vozestá transformando el panorama del SEO. Con la popularidad de asistentes virtuales comoSiri,AlexayGoogle Assistant, cada vez más personas utilizan comandos de voz para encontrar productos, servicios e información. Esto ha generado cambios significativos en cómo se estructuran las estrategias de contenido.

Cambios importantes en el SEO por voz:

Las búsquedas por voz suelen sermás largas y conversacionalesque las búsquedas escritas. Esto aumenta la importancia de laspalabras clave de cola larga.

La búsqueda por voz está estrechamente vinculada alSEO local, ya que muchos usuarios buscan negocios o servicios cercanos.

Además, Google prioriza cada vez más laindexación móvil, utilizando la versión móvil de un sitio web como referencia principal para clasificar resultados. Esto hace que laoptimización para dispositivos móvilessea crucial para mantenerse competitivo.

Recomendaciones clave:

Incorporarpreguntas frecuentesy mantener un estilo de contenidoconversacional.

Identificar y optimizarpalabras clave de cola larga.

Mejorar lavelocidad del sitio weby priorizar el diseño móvil.

Optimizar contenido parafragmentos destacados, que a menudo son utilizados en búsquedas por voz.

Búsquedas de Posición Cero y contenido Clic-Cero

Las búsquedas sin clic, también conocidas comoclic cero, ocurren cuando un usuario encuentra una respuesta directamente en la página de resultados del motor de búsqueda (SERP), sin necesidad de visitar un sitio web.

Este fenómeno ha sido impulsado por las funciones avanzadas de Google, como losfragmentos destacados, los carruseles de recetas y las vistas generales de IA.

Aunque estas funciones pueden reducir el tráfico directo a los sitios web, también presentan una oportunidad única para destacar como fuente de autoridad. La clave es crear contenido útil y atractivo que invite a los usuarios a profundizar más allá de la respuesta inmediata.

Consejos para dominar la posición cero:

Responder preguntas frecuentesde manera clara y concisa.

Incorporarpalabras interrogativascomo qué, cómo y por qué.

Estructurar el contenido de formanatural y jerarquizada.

Utilizarmarcado de esquemapara mejorar la visibilidad en los SERP.

Autoridad temática y el nuevo EEAT

En 2022, Google amplió el concepto de EAT (Experiencia, Pericia, Autoridad y Confiabilidad) añadiendo experiencia como un componente clave. Esta actualización subraya la importancia de demostrar conocimiento práctico y experiencia real en el tema que se aborda.

Una estrategia efectiva para construir autoridad temática es el uso degrupos de temaso topic clusters. Este enfoque organiza el contenido en torno a un pilar principal que abarca un tema amplio, con subtemas vinculados a él mediante enlaces internos.

Esto no solo mejora la navegación del usuario, sino que también refuerza la percepción de autoridad de un sitio en un área específica.

Conclusiones clave:

Crear unecosistema de contenido sólidobasado en grupos temáticos.

Ser transparente ycitar fuentes confiablesen todo el contenido.

Escribir para el usuario, no solo para el algoritmo, enfocándose en laintención y utilidad del contenido.

Preparándose para el Futuro del SEO

El SEO está en constante evolución, pero su esencia sigue siendo la misma: conectar a los usuarios con la información que buscan.

Para 2025 y más allá, el éxito en SEO requerirá una combinación deadaptación tecnológica, enfoque en lacalidad del contenidoy estrategias orientadas al usuario.

Las empresas que invierten en innovación y se adaptan a las nuevas tecnologías, como laIA generativay labúsqueda por voz, estarán mejor posicionadas para destacarse en este competitivo panorama.

Si bien el panorama puede parecer abrumador, contar con un socio estratégico que entienda las complejidades del SEO puede marcar la diferencia.

En el equipo de ProfesionalNet, la experiencia en marketing digital permite diseñar soluciones personalizadas que aseguren que el contenido no solo sea visible, sino también relevante y atractivo para la audiencia.

El futuro del SEO no es incierto; es una oportunidad.Adaptarse, innovar y ejecutar estrategias efectivas serán los pilares del éxito digital en los años venideros.