

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

[Multimedia](#)

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, el SEO sigue siendo una piedra angular para las estrategias digitales

Con cambios constantes en los motores de búsqueda y la irrupción de tecnologías como la inteligencia 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 la IA generativa permite 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 como Keyword Insights facilitan 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 IA para la investigación y agrupación de palabras clave.
- Generar contenido relevante a partir de datos e informes basados en análisis.
- Revisar y personalizar el contenido generado automáticamente para añadir un toque humano.

La relevancia del contenido semántico de alta calidad

En 2023, Google reafirmó su postura en favor de contenido 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 quieren destacar deben priorizar la calidad 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 las vistas generales de IA (AI Overviews), una función reciente de Google que ofrece respuestas resumidas a las consultas de los usuarios.

Conclusiones clave:

- Crear contenido humano de alta calidad para diferenciarse en un mercado saturado.
- Diseñar una estrategia de contenido que combine la precisión técnica con un enfoque en la experiencia del usuario.
- Asegurar que cada pieza cumpla con las expectativas de la intención de búsqueda.

Búsqueda por voz y el impacto en el SEO

La búsqueda por voz está transformando el panorama del SEO. Con la popularidad de asistentes virtuales como Siri, Alexa y Google 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:

1. Las búsquedas por voz suelen ser más largas y conversacionales que las búsquedas escritas. Esto aumenta la importancia de las palabras clave de cola larga.
2. La búsqueda por voz está estrechamente vinculada al SEO local, ya que muchos usuarios buscan negocios o servicios cercanos.

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

Recomendaciones clave:

- Incorporar preguntas frecuentes y mantener un estilo de

contenido conversacional.

- Identificar y optimizar palabras clave de cola larga.
- Mejorar la velocidad del sitio web y priorizar el diseño móvil.
- Optimizar contenido para fragmentos destacados, que a menudo son utilizados en búsquedas por voz.

Búsquedas de "Posición Cero" y contenido Clic-Cero

Las búsquedas sin clic, también conocidas como "clic 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 los fragmentos 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 frecuentes de manera clara y concisa.
- Incorporar palabras interrogativas como "qué", "cómo" y "por qué".
- Estructurar el contenido de forma natural y jerarquizada.
- Utilizar marcado de esquema para 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 de grupos de temas o "*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 un ecosistema de contenido sólido basado en grupos temáticos.
- Ser transparente y citar fuentes confiables en todo el contenido.
- Escribir para el usuario, no solo para el algoritmo, enfocándose en la intención 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 de adaptación tecnológica, enfoque en la calidad del contenido y estrategias orientadas al usuario.

Las empresas que invierten en innovación y se adaptan a las nuevas tecnologías, como la IA generativa y la búsqueda 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.
