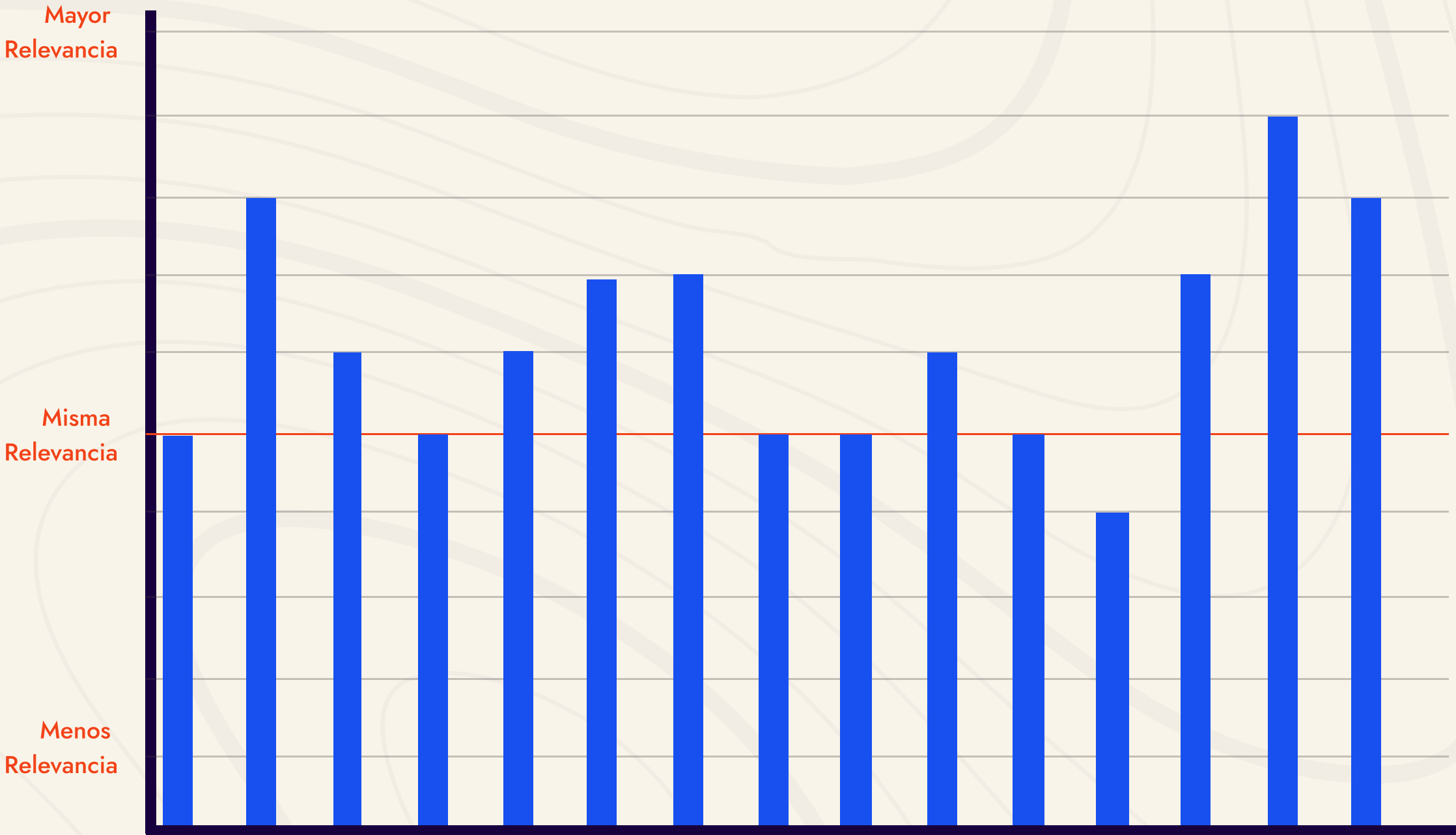


¿Cómo evolucionará el SEO en 2025?

Análisis de 28 expertos/as tras la irrupción de la IA en el sector



Contexto del Estudio



En los últimos años, y especialmente en este 2024, hemos visto cómo los **algoritmos de Google** se mueven más que nunca, la irrupción de la IA (como **Perplexity, Search GPT, AI Overviews...**) se ha hecho notar, y los patrones de consumo de los usuarios han cambiado por completo.

Todo esto nos pone a los profesionales del SEO en modo «alerta», obligándonos a estar más flexibles que nunca para surfear estas nuevas tendencias. Y claro, en este panorama tan cambiante, la pregunta es: «De todo lo que hacemos en SEO, **¿qué sigue siendo clave? ¿Qué será aún más importante en el futuro?**»

Para responder a estas preguntas, he preparado este estudio. En él, varios expertos en SEO ya han participado para **identificar los factores más relevantes** —tanto directos (como la optimización on-page, experiencia de usuario, velocidad de carga, etc.) como indirectos (autoridad de marca, menciones en redes sociales, estrategias de link building, entre otros)— que podrían **ganar o perder peso en el corto y mediano plazo**.

Para la realización del estudio, **28 expertos/as** del sector de diversa índole (**Freelancers, SEO Managers, Head of SEOs, CEOs, SEO de Youtube, Co Founders...**) han puntuado 15 factores/aspectos del SEO en una escala del 1 - 10, siendo:

1 = Ese factor/aspecto va a tener **menos relevancia** en el futuro según Autor/a

5 = Ese factor/aspecto va a tener **la misma relevancia** en el futuro según Autor/a

10 = Ese factor/aspecto va a tener **más relevancia** en el futuro según Autor/a

Además, todos los participantes que así lo han querido, han aportado su **visión profesional** sobre el avance y evolución del **SEO en la era de la Inteligencia Artificial**

Comencemos:

Índice de Expertos/as

1. **Adrián González Moyano** - Consultor SEO en Make it SEO
2. **Alberto Palazuelos Riendas** - SEO Manager en Driza
3. **Álex Serrano** - Co Founder Rank Pulse
4. **Álvaro Peña de Luna** - CoCEO, Head of SEO e IA de iSocialWeb
5. **Bruno Ramos Lara** - SEO Manager at AgenciaSEO.eu
6. **Carlos González** - Consultor SEO Freelance
7. **Carlos Ortega** - Consultor SEO Técnico
8. **Carlos Sánchez Donate** - Especialista SEO Técnico, Co Director Asdrubal Academy
9. **David Ayala** - Founder SEOluciones
10. **Emilio Rodríguez García** - Especialista en SEO Técnico · Asesor en ICEX Next
11. **Eric Mercier** - Head of SEO en Octopus
12. **Eva Tovar Portillo** - SEO Manager en Big SEO
13. **Fran Bola** - Consultor SEO Freelance
14. **Jaime Sánchez Nielfa** - COO en Big SEO
15. **Jorge J. Rolo** - SEO Manager en Flat 101
16. **José Carlos Luengo** - SEO Manager & SEO Specialist YouTube en BIGSEO
17. **Juan González Villa** - Consultor SEO Experto en E-Commerce
18. **Laura de Vicente** - Technical & Strategic SEO
19. **Lucía Rico (Lucía y el SEO)** - SEO Estratégico & Growth
20. **María Carrión** - Head of SEO Planeta Formación y Universidades



Índice de Expertos/as

21. Marta Romera - Head of SEO en Internet República



22. Patricia Jorde - Redactora SEO Freelance



23. Peter Raventós - CEO en Peter Lead



24. Rafa Ramos - Consultor SEO especialista en SEO Local



25. Rafa Villaplana - Head of SEO en Sesame HR



26. Sico de Andrés - CEO Link Affinity - CEO Expertomy



27. Víctor Benítez - Head of SEO en Marketing Paradise



28. Yanina Elías - Technical SEO



Evolución del SEO en la era de la Inteligencia Artificial

¿Cómo afecta a los distintos aspectos del posicionamiento?



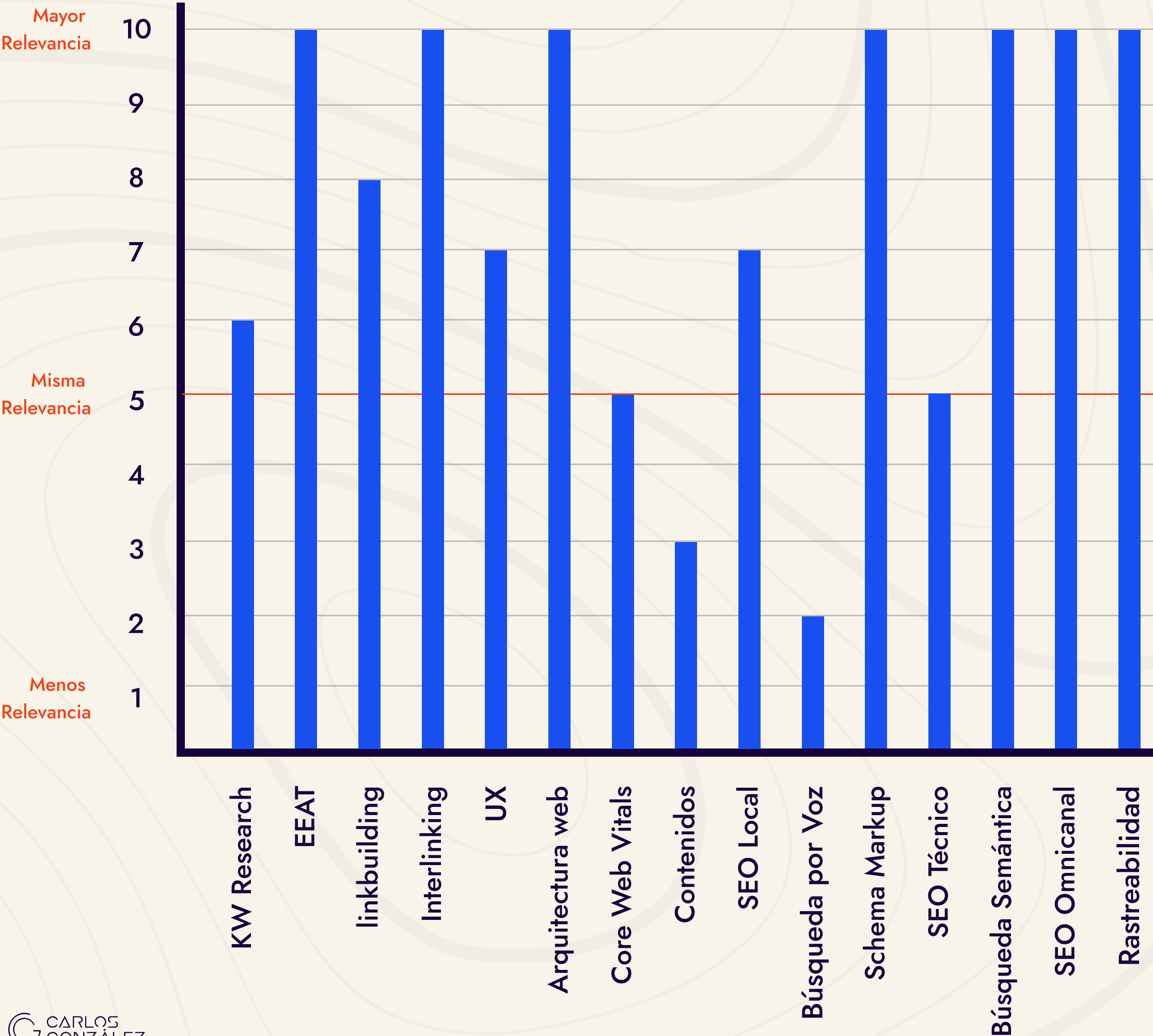
Adrián González Moyano

Consultor SEO en Make It SEO



“

El problema/ventaja de integrar este nuevo concepto de machine learning, LLM, inteligencia artificial o como queramos llamarlo en nuestro día a día. Es que es un factor que no solo afecta/favorece directamente el gremio del SEO. Cada vez se "reproduce" más rápido en usuarios de a pie. Y si o si, va a cambiar como trabajamos las serps. Ahora, como evolucionara nuestro sector de aquí a 5 años... ¿Quién lo sabe?



Evolución del SEO en la era de la Inteligencia Artificial

¿Cómo afecta a los distintos aspectos del posicionamiento?



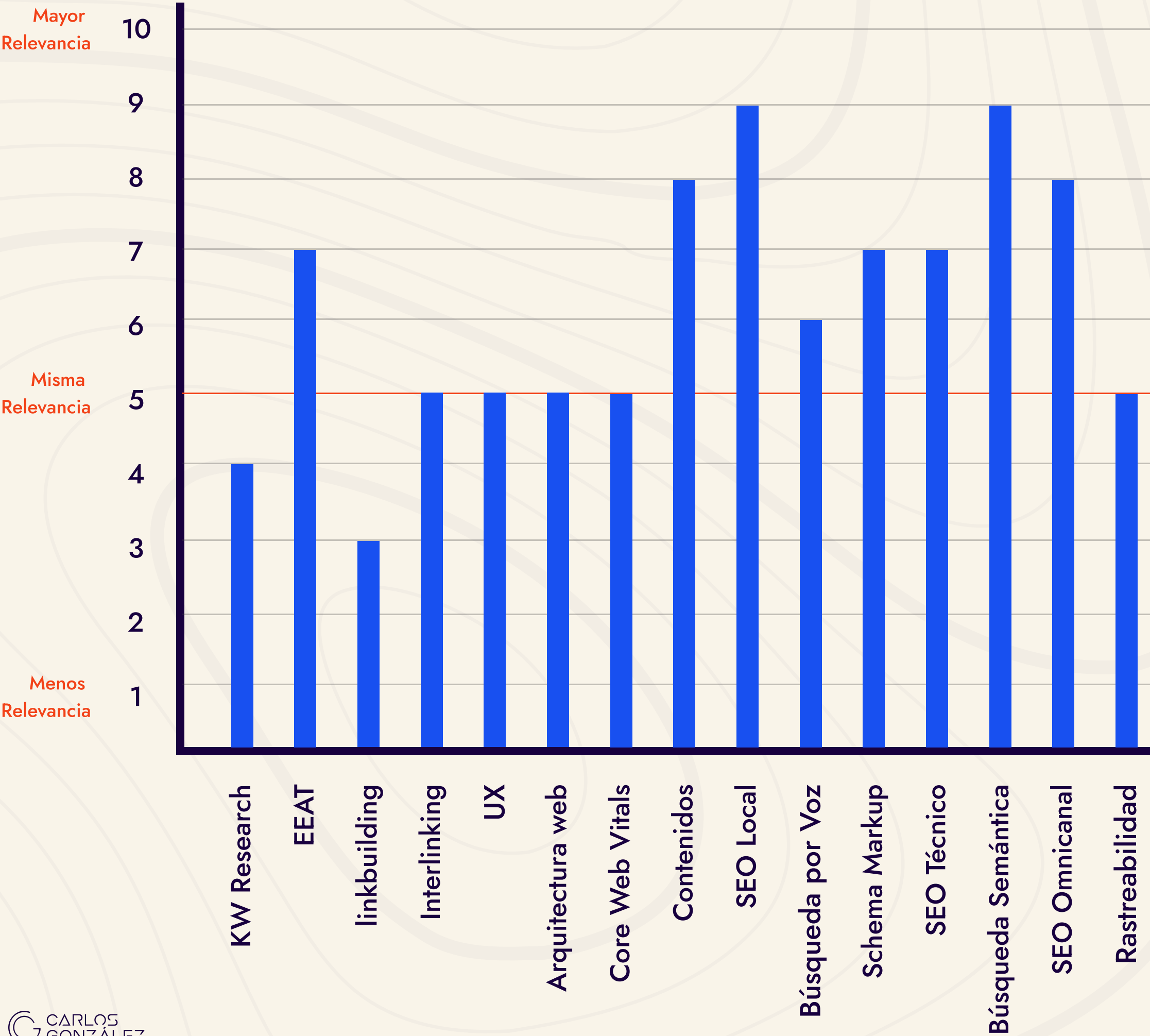
Alberto Palazuelos Riendas

SEO Manager en Driza



“

A diferencia del miedo al cambio, la historia del SEO no se concibe sin él. Como cualquier disciplina del marketing, se adapta a las nuevas reglas del tablero y mientras haya búsquedas de los usuarios habrá SEO. Por otro lado y ahondando en la parte más práctica, esto facilita la incorporación de muchas implementaciones que antes podrían llevar jornadas de trabajo. Si tu trabajo no se ha visto enriquecido sino que se ha empobrecido, es que el valor que aportabas era el justito (hablando claro).



Evolución del SEO en la era de la Inteligencia Artificial

¿Cómo afecta a los distintos aspectos del posicionamiento?

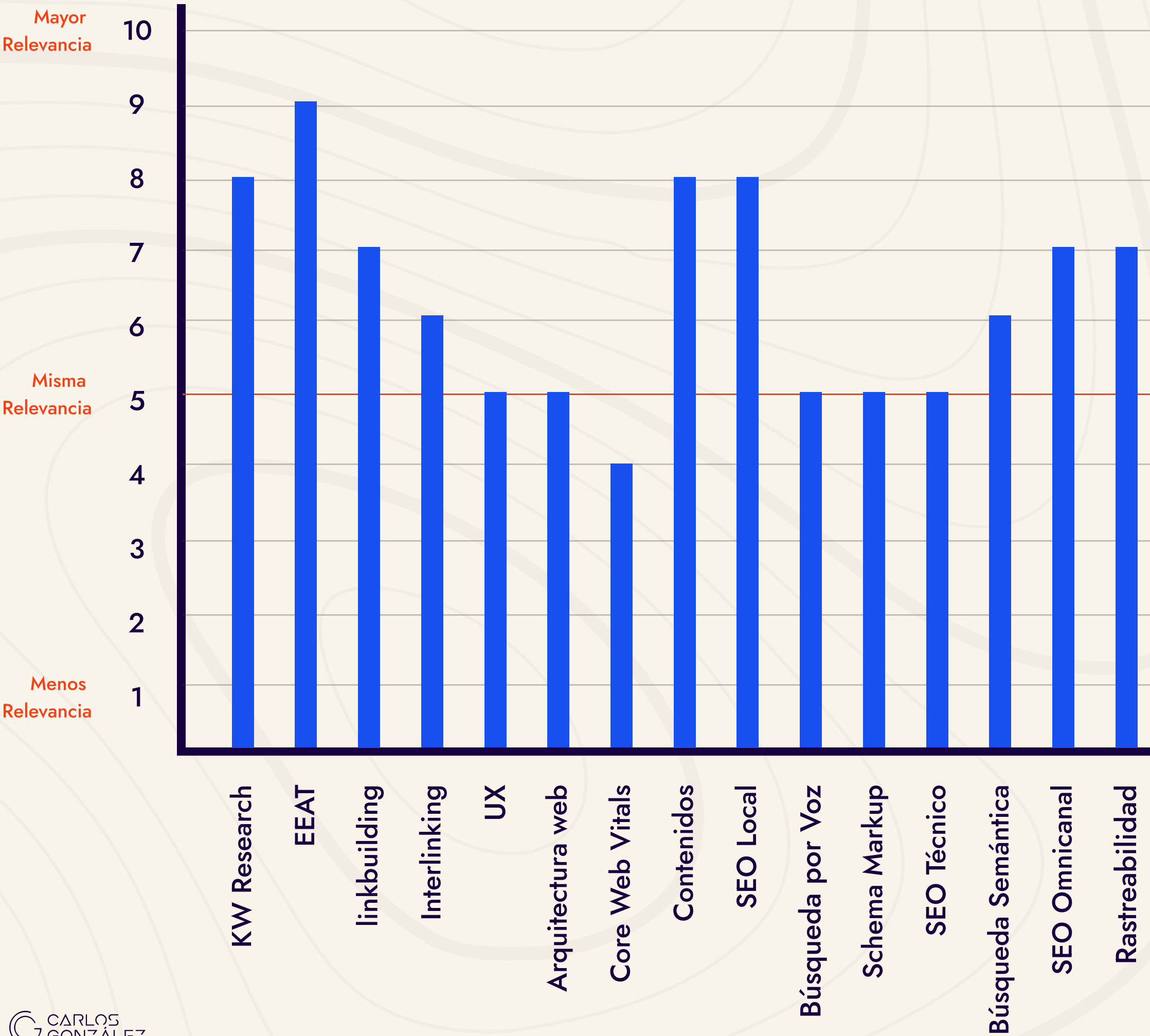


Alex Serrano
 CoFounder - RankPulse



“

Creo que todo dependerá del impacto que tenga Google SGE y después otros buscadores con IA. Tendremos que adaptarnos a los nuevos tipos de resultados que seguramente generen menos tráfico, para conseguir aparecer como fuentes cuando se muestren, además de ampliar las keywords que se trabajan, mucho más long tails. Para todo esto puede que sea cada vez más importante las menciones de la marca, enlaces en otros lugares y la autoridad como siempre la hemos conocido.



Evolución del SEO en la era de la Inteligencia Artificial

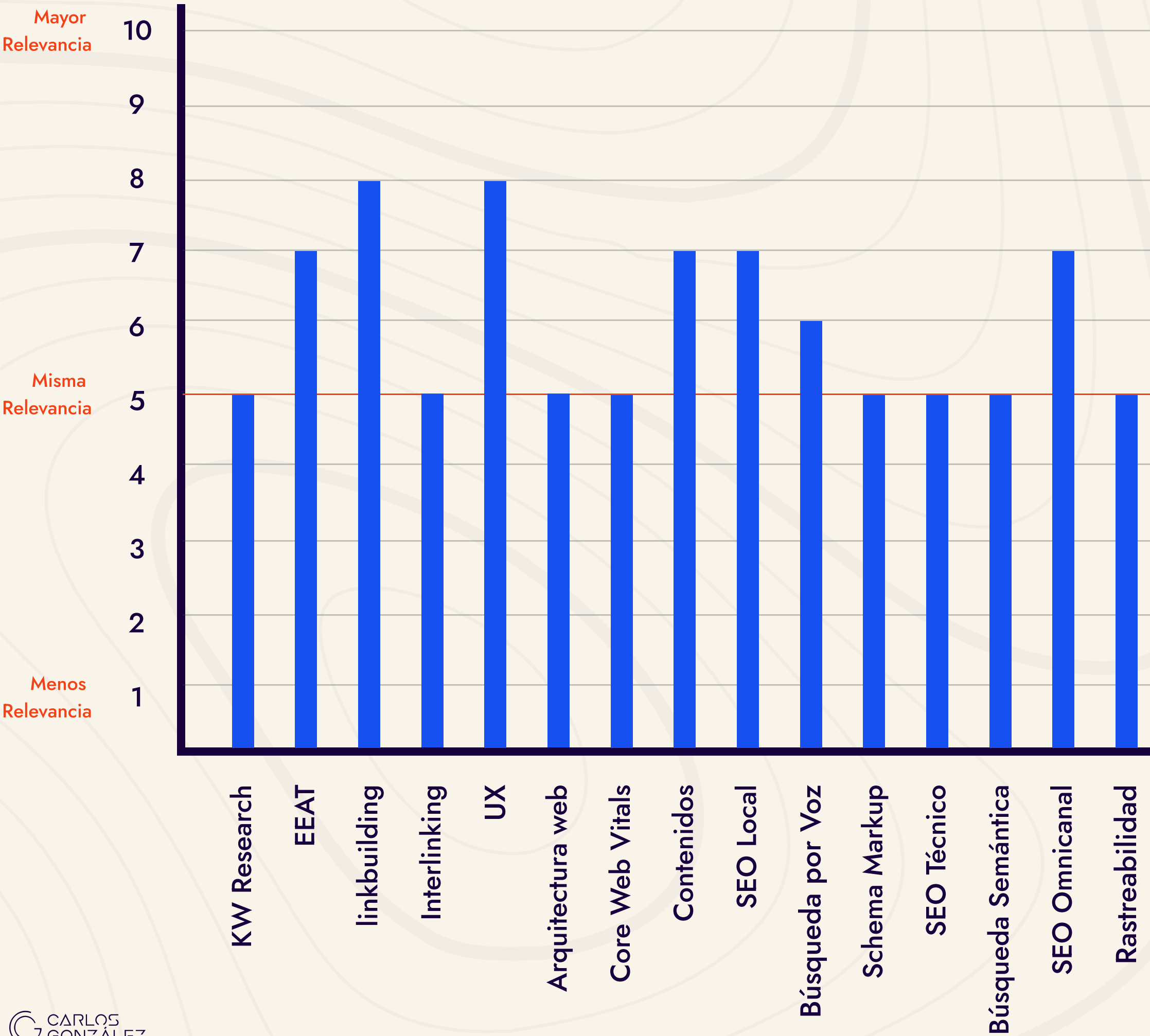
¿Cómo afecta a los distintos aspectos del posicionamiento?



Álvaro Peña de Luna
coCEO, Head of SEO e IA de iSocialWeb

“

Creo que la importancia de las marcas este año será mucho más palpable para diferenciarse del contenido generado por IA que será mucho más masivo. Esto le dará una mayor importancia al trabajo de EEAT y al link building y PR para denotar la autoridad en el nicho



Evolución del SEO en la era de la Inteligencia Artificial

¿Cómo afecta a los distintos aspectos del posicionamiento?

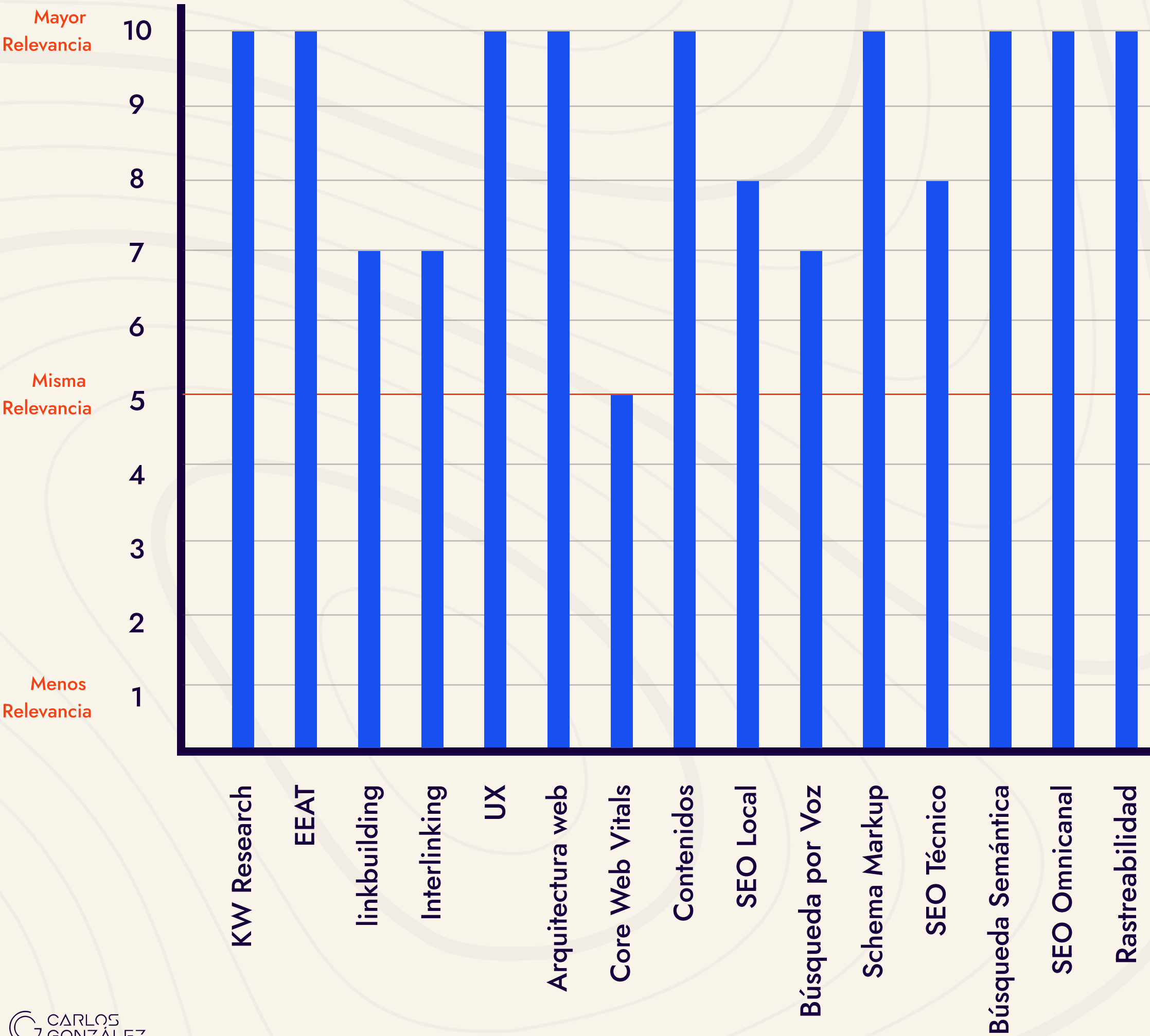


Bruno Ramos Lara
SEO Manager at @agenciaSEO.eu



“

La automatización de procesos y el análisis de datos ya es una realidad (entre otras aplicaciones). Auguro en 2025 un asentamiento de los procesos, sistemas y herramientas para hacerlo más eficiente, fiable y resolutivo. El camino dependerá del rumbo que marquen los motores de búsqueda en la adopción e integración de la IA, pero sobre todo, del uso del gran público.



Evolución del SEO en la era de la Inteligencia Artificial

¿Cómo afecta a los distintos aspectos del posicionamiento?



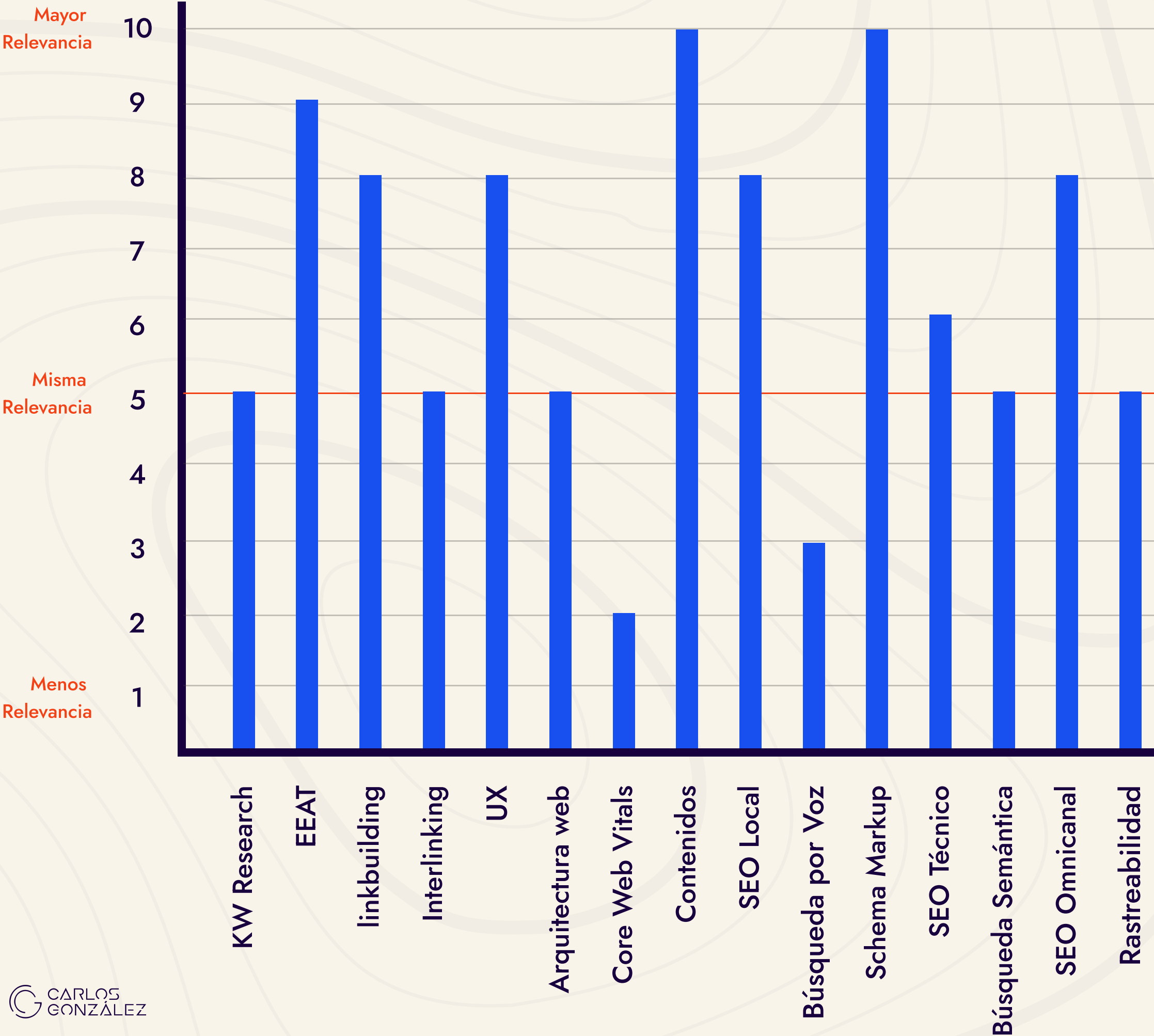
Carlos González

Consultor SEO Freelance



“

Es un hecho que los SEOs tenemos que adaptarnos a la rápida y contundente irrupción de la IA en el sector. Creo firmemente que la calidad del contenido va a ser crucial en los próximos años, así como poder demostrar autoridad en la temática concreta (EEAT). El Branding va a ser cada vez más importante en un mercado con tanta información instantánea. Los usuarios vamos a necesitar saber de quienes queremos nutrinos o a quienes queremos comprarle cuando nos centremos en algo importante para nosotros. Y por supuesto, detrás de cada reto surgen oportunidades, usa la IA como herramienta, ahorrarás mucho tiempo y te permitirá gestionar a más clientes.



Evolución del SEO en la era de la Inteligencia Artificial

¿Cómo afecta a los distintos aspectos del posicionamiento?



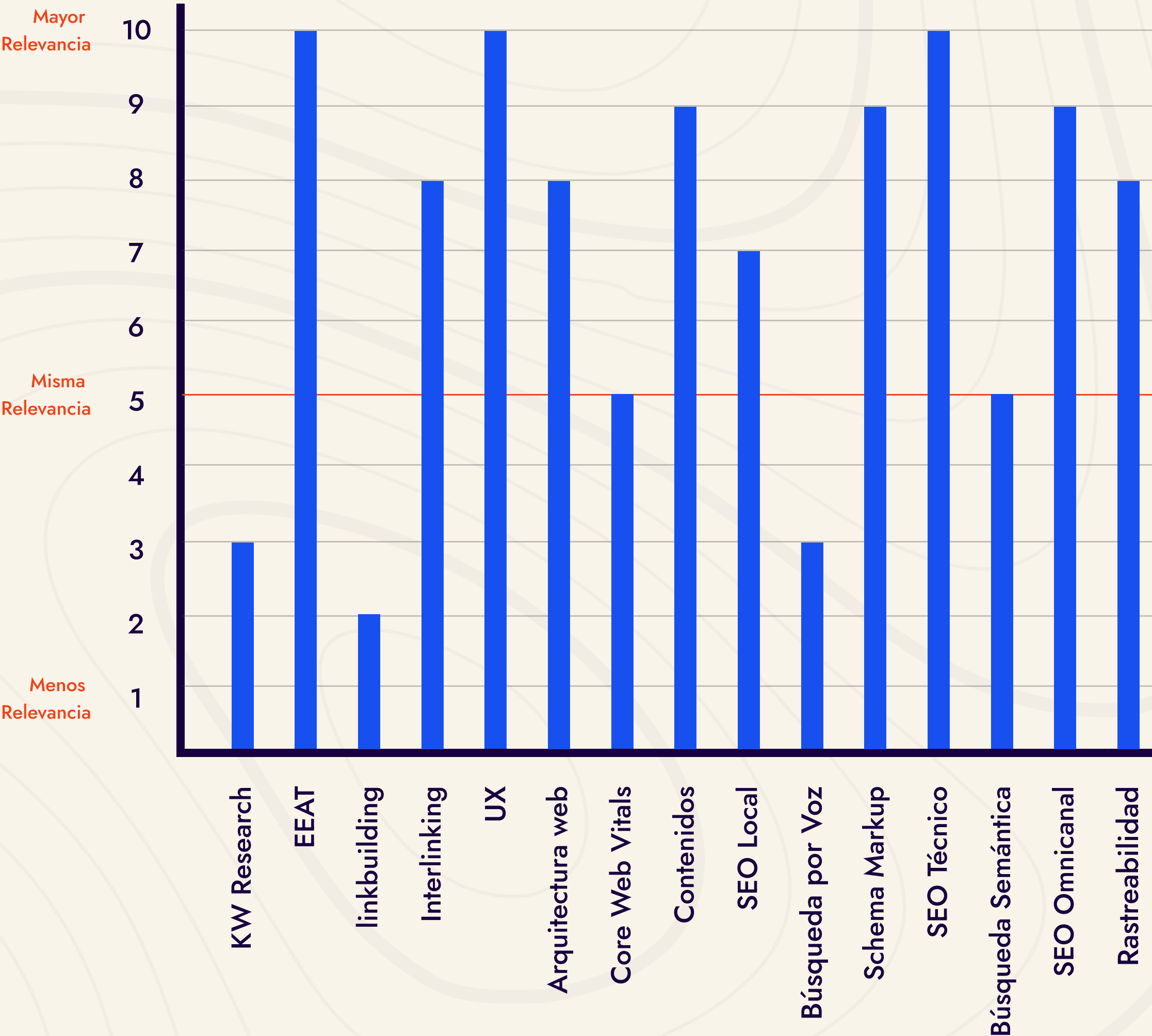
Carlos Ortega

Consultor SEO técnico



“

El SEO técnico va a seguir igual de importante que siempre, ya que si no encuentran y rastrean tu contenido se acabó. A partir de ahí el contenido original y escrito por verdaderos expertos de temas muy concretos serán clave.



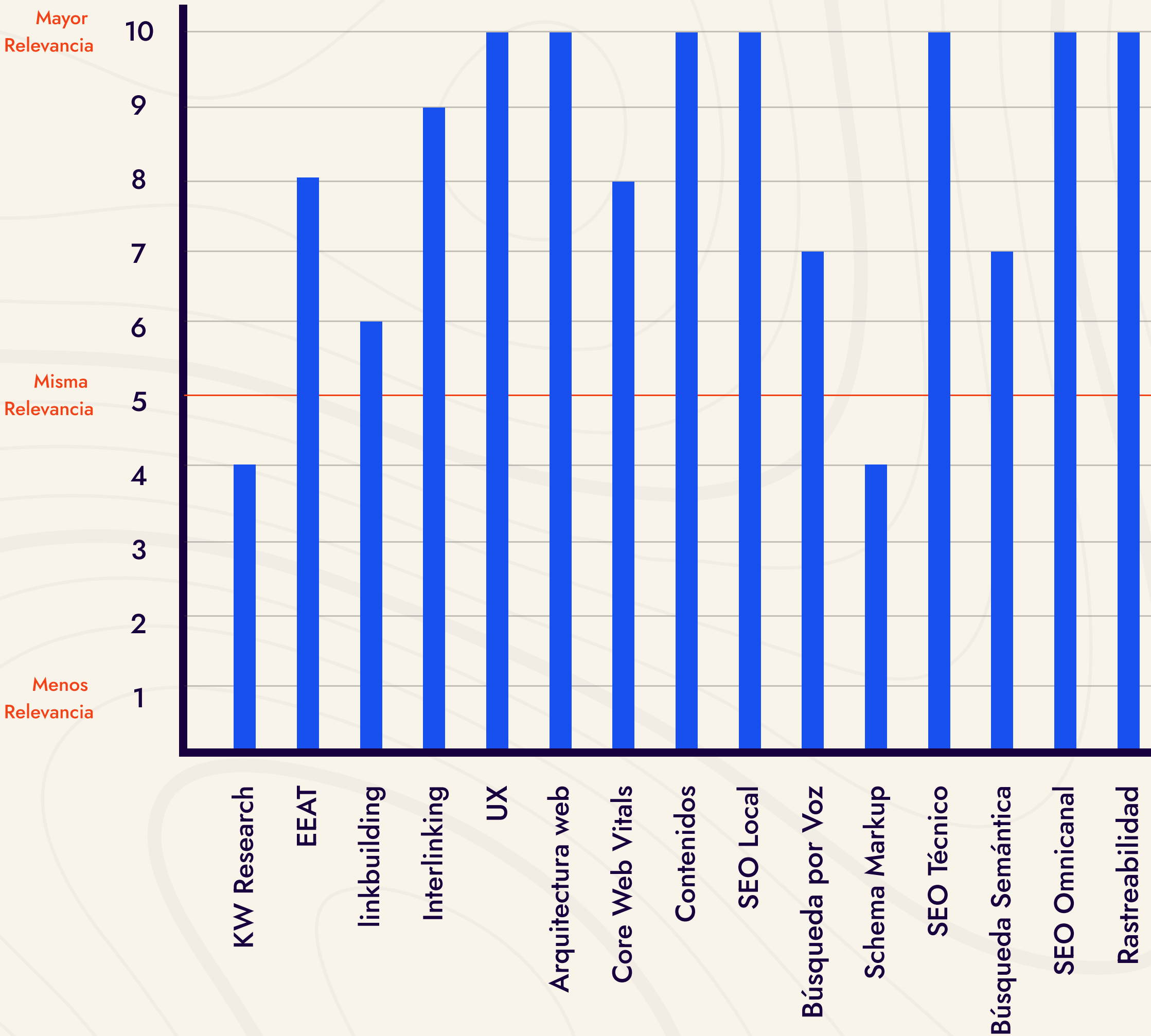
Evolución del SEO en la era de la Inteligencia Artificial

¿Cómo afecta a los distintos aspectos del posicionamiento?



Carlos Sánchez Donate

Especialista SEO Técnico
Co Director Asdrubal Academy



Evolución del SEO en la era de la Inteligencia Artificial

¿Cómo afecta a los distintos aspectos del posicionamiento?

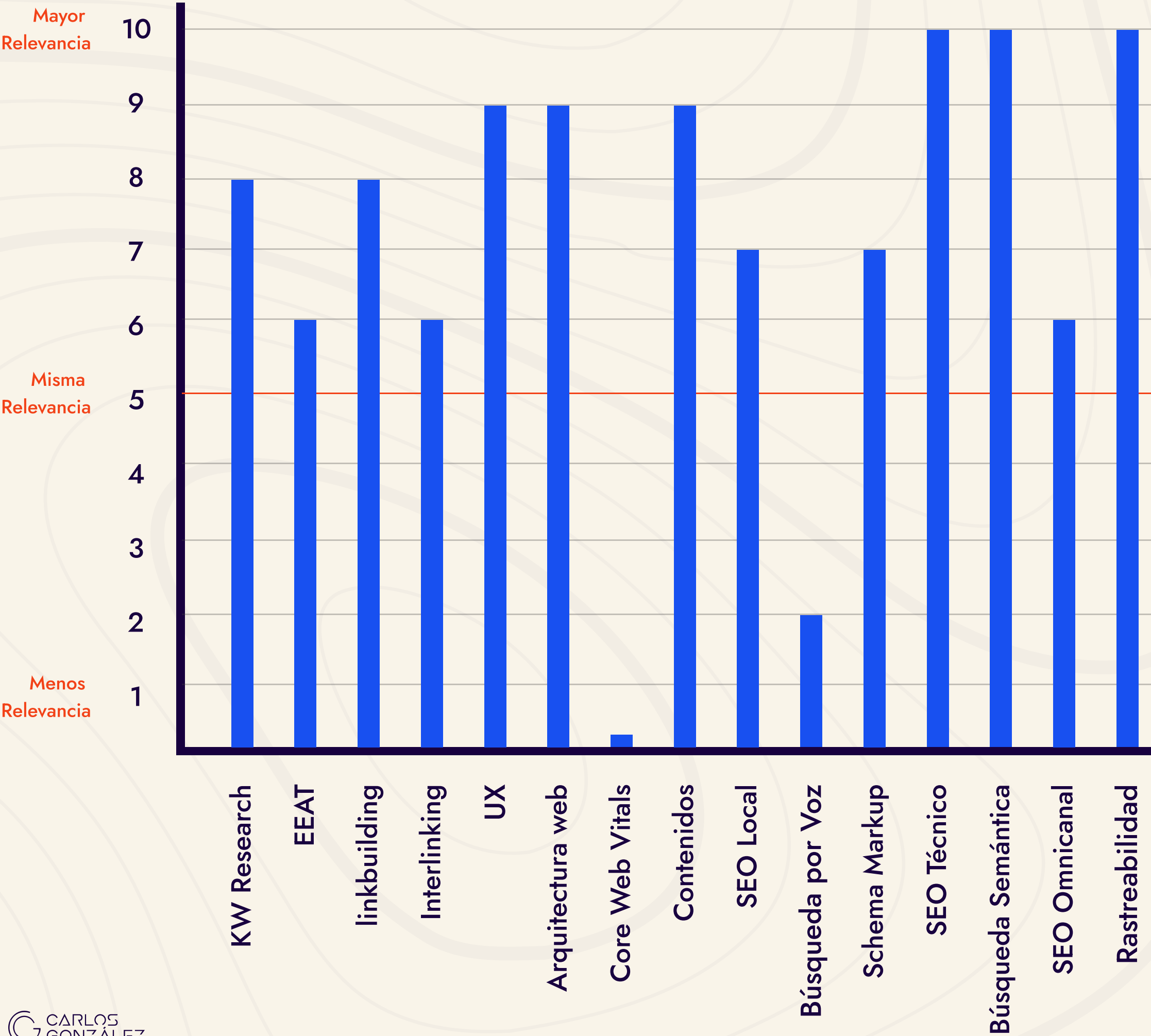


David Ayala
Founder SEOluciones



“

El SEO como siempre evoluciona, y la IA no lo va a matar ni mucho menos, pero si que debemos adaptarnos y sobre todo también saber combinar el usar la IA en nuestras estrategias SEO para facilitarnos la vida. Y también empezar a hacer SEO para aparecer en las búsquedas hechas por IA.



Evolución del SEO en la era de la Inteligencia Artificial

¿Cómo afecta a los distintos aspectos del posicionamiento?



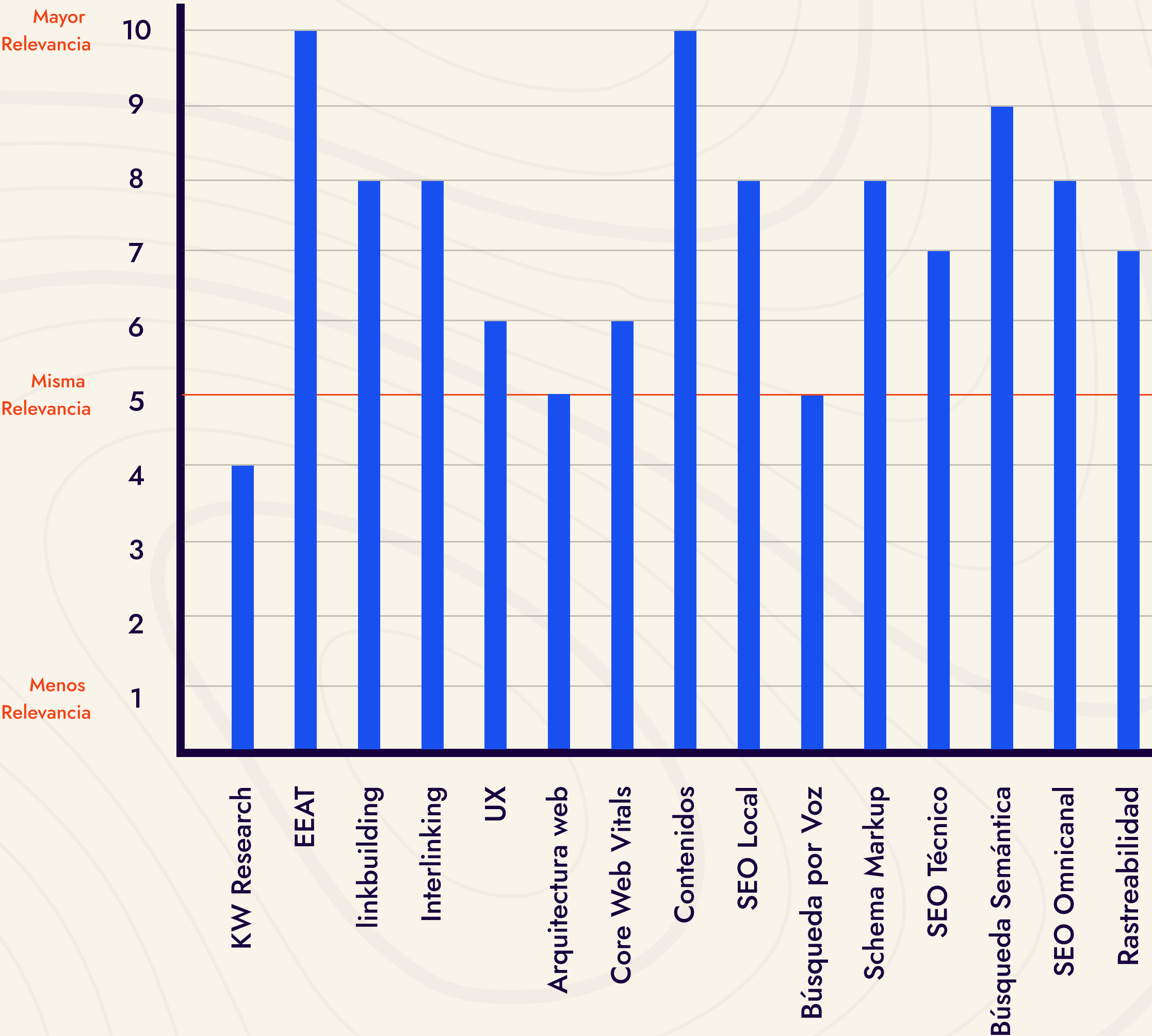
Emilio Rodríguez García

Especialista en SEO Técnico ·
Asesor en ICEX Next



“

En los próximos meses veremos un aumento de señales relacionadas con la autoridad del dominio, calidad del contenido y E-E-A-T. Para mí, junto con un rastreo limpio, claro y eficiente, serán las claves del próximo posicionamiento web.



Evolución del SEO en la era de la Inteligencia Artificial

¿Cómo afecta a los distintos aspectos del posicionamiento?



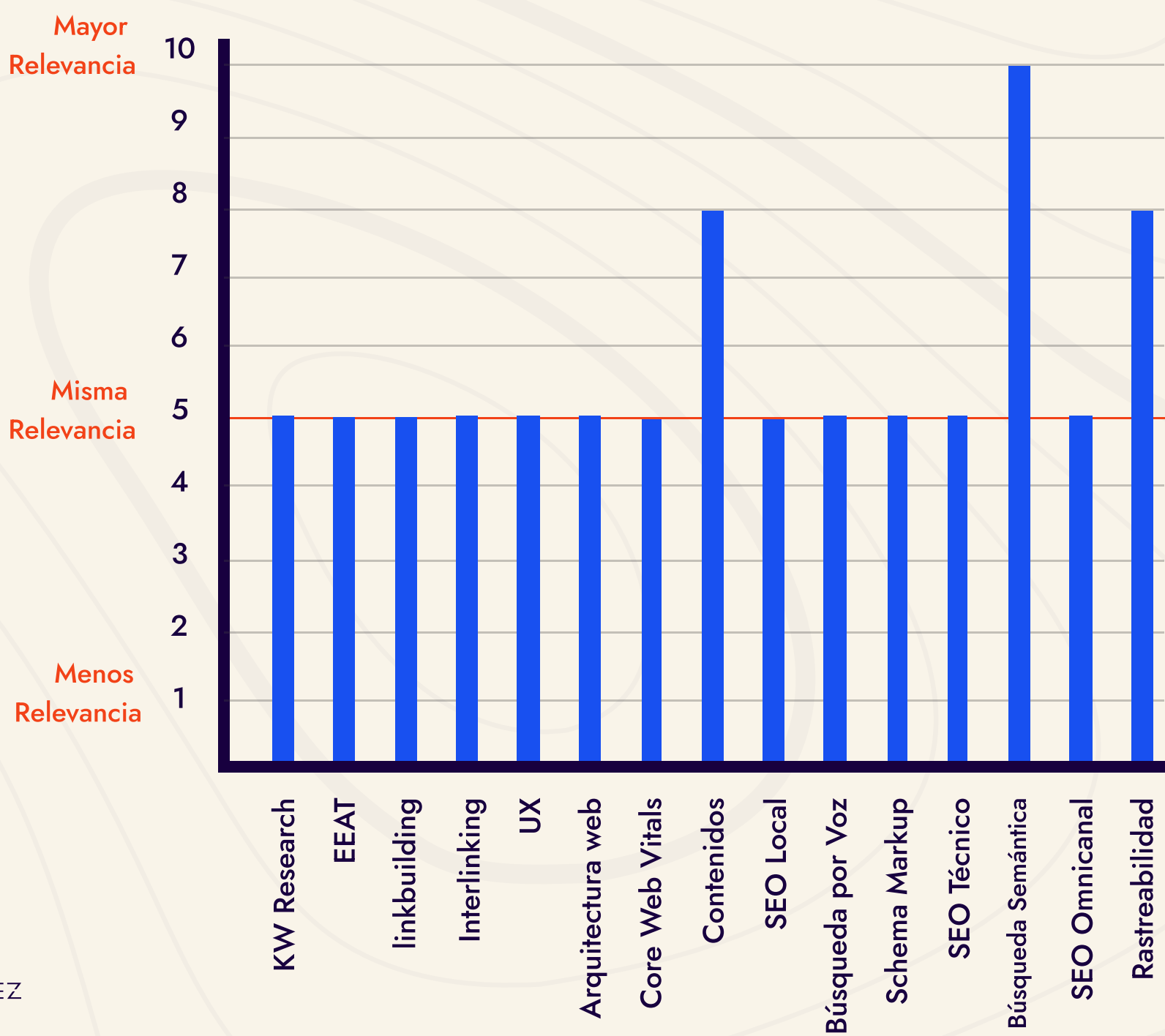
Eric Mercier

Head of SEO @ OCTOPUS



“

¿Y si el famoso algoritmo de Google no existiera como lo conocemos? Según esta hipótesis, el algoritmo es menos una fórmula inmutable y más un proceso de colaboración colectiva, donde los propios SEOs han moldeado las condiciones de indexación, posicionamiento y penalización. La IA en este contexto no es el reemplazo del SEO, sino su evolución natural, transformando la manera en que interpretamos y ejecutamos estrategias. Lejos de ser un sistema dictado por un ente superior (Google), el SEO emerge como un sistema dinámico, donde los criterios y señales están en constante autoajuste. La IA amplifica esta dinámica al introducir nuevas formas de analizar datos y generar contenido. Así, los SEOs deben adaptarse no solo a nuevas herramientas, sino también a nuevas reglas de juego, abrazando el cambio continuo. La introducción de la inteligencia artificial en el panorama SEO ha dado paso a una mayor automatización y personalización. Por ejemplo, herramientas como ChatGPT y modelos similares ofrecen contenido más acorde a la intención del usuario. Sin embargo, esto no elimina el valor del trabajo humano, sino que lo redirige hacia áreas como la estrategia, la creatividad y la supervisión ética. La era de la IA trae consigo ventajas y retos para los profesionales del SEO: Ventajas: Mejor análisis predictivo, creación de contenido a gran escala y personalización avanzada. Desafíos: La necesidad de ser más transparentes, éticos y estratégicos en un entorno donde la IA puede replicar el trabajo técnico básico. En fin, el SEO no ha muerto, ni lo hará con la IA. Es un campo que se redefine continuamente, donde la IA no dicta, sino que colabora. El futuro pertenece a quienes entiendan que la optimización no es sobre el algoritmo, sino sobre las conexiones humanas y los resultados medibles.



Evolución del SEO en la era de la Inteligencia Artificial

¿Cómo afecta a los distintos aspectos del posicionamiento?

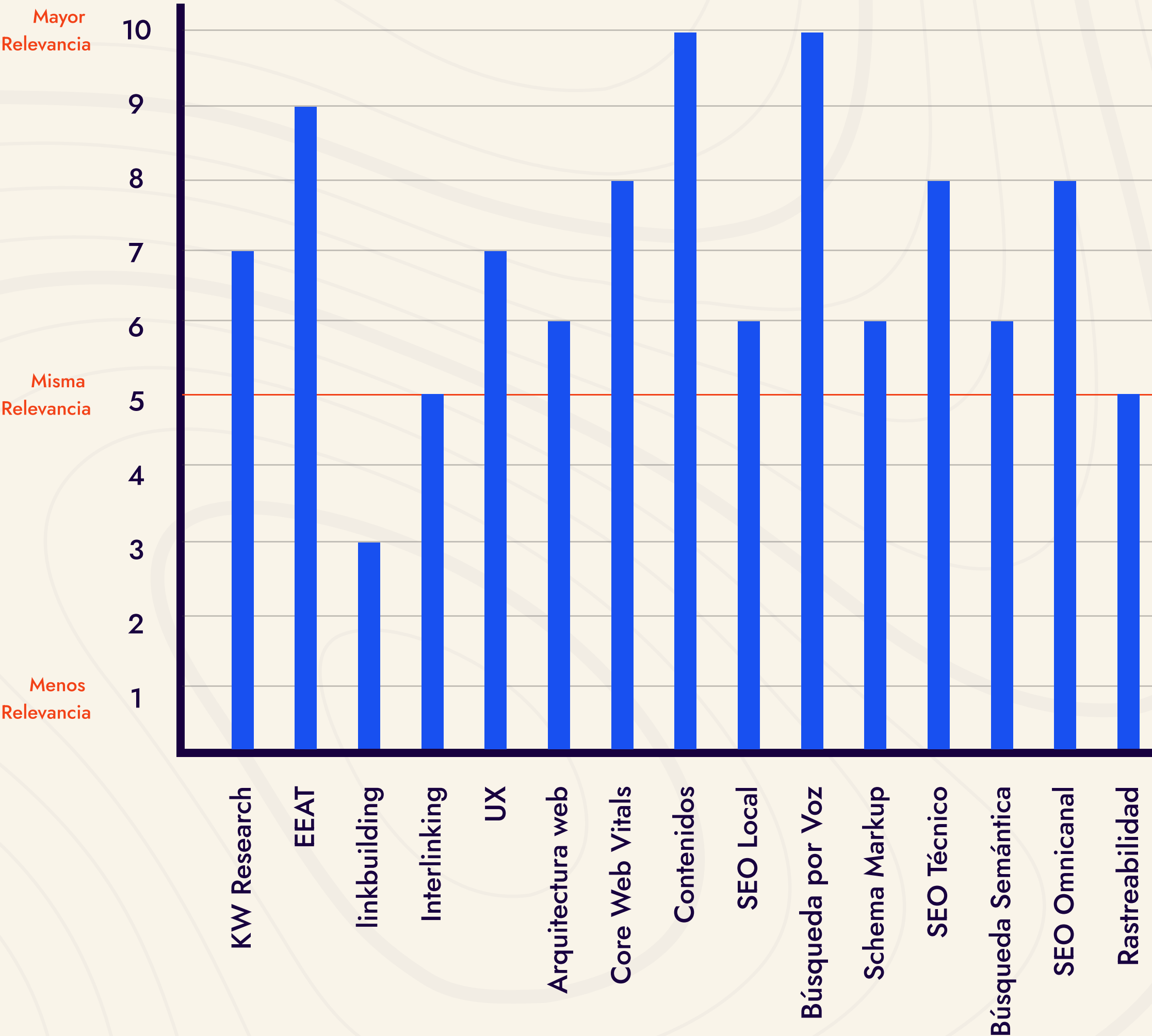


Eva Tovar Portillo
SEO Manager en BIGSEO



“

La IA transformará en la manera en la que van a funcionar los motores de búsqueda. Sobre todo en los siguientes aspectos: Los motores de búsqueda serán más inteligentes, habrá que aumentar la calidad del contenido para poder posicionarse mejor, se ofrecerán resultados más personalizados al usuario y habrá mayor impacto en la búsqueda visual y de voz. Además, la manera de trabajar el SEO cambiará, se podrán automatizar mucho más los procesos técnicos y de generación de contenido.



Evolución del SEO en la era de la Inteligencia Artificial

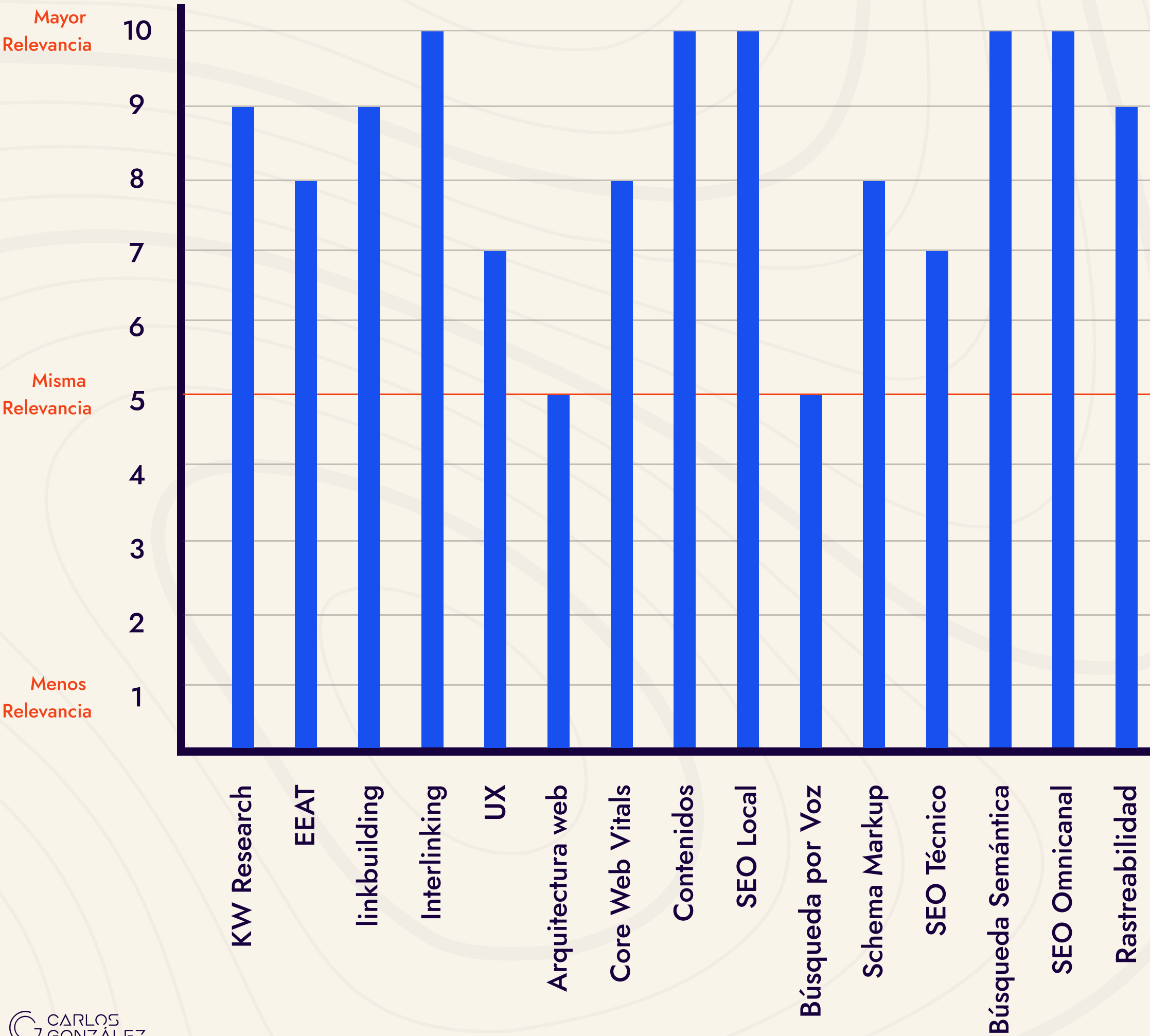
¿Cómo afecta a los distintos aspectos del posicionamiento?



Fran Bola
Consultor SEO Freelance

“

Creo que es algo que llega para quedarse pero que hay que utilizar con criterio. A día de hoy, muchas de las tareas que se realizan en SEO, las IAs pueden ayudarte a generarlas pero prácticamente en la totalidad de los casos necesitan la revisión humana. Creo que nos va a ayudar a ahorrar tiempo en tareas mecánicas pero la parte estratégica será insustituible y será más fundamental que nunca ya que marcará la diferencia entre profesionales que se dejan guiar por lo que hace / dice una IA y el profesional que tiene una visión holística de un proyecto.



Evolución del SEO en la era de la Inteligencia Artificial

¿Cómo afecta a los distintos aspectos del posicionamiento?



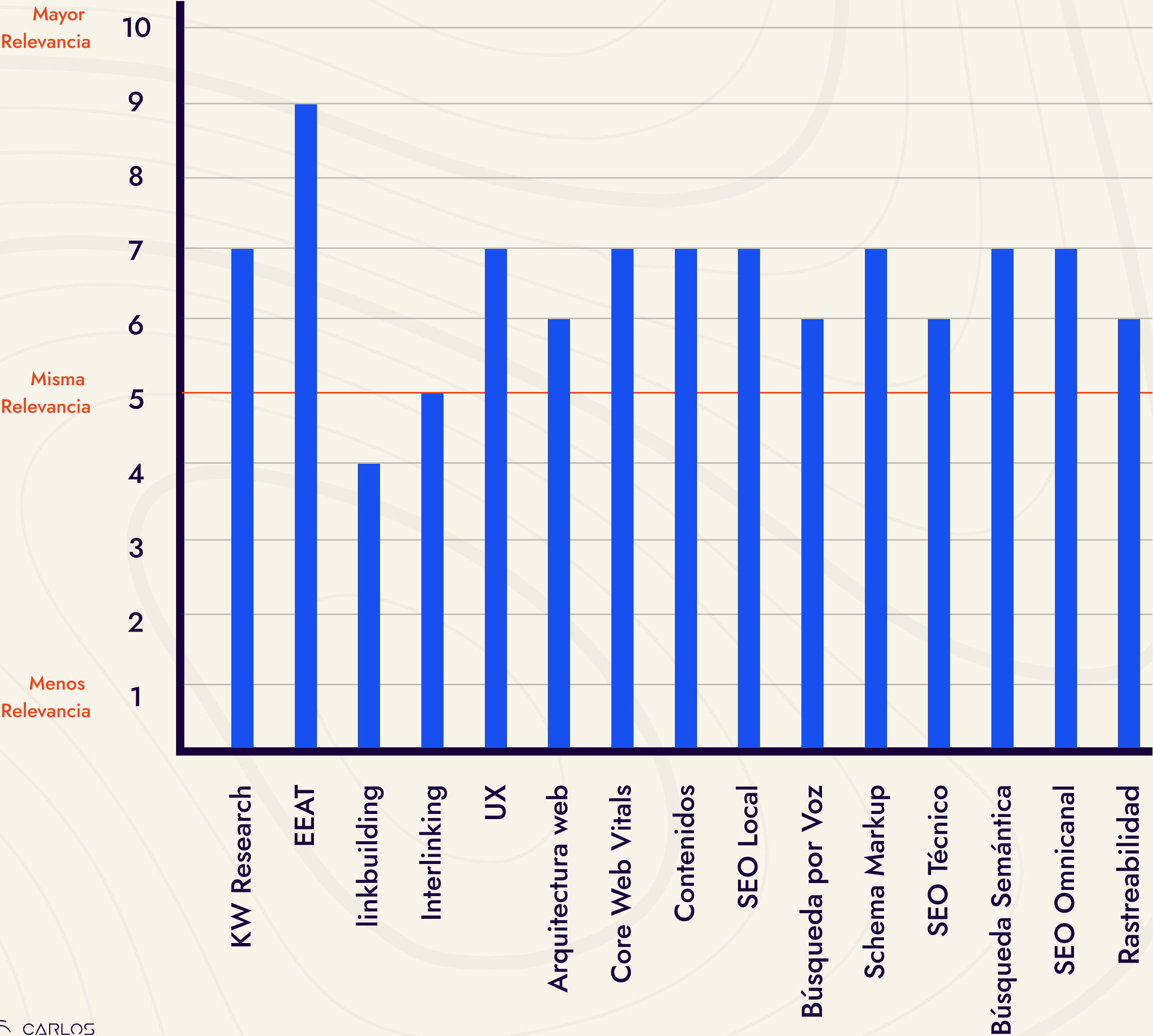
Jaime Sánchez Nielfa

COO en BIGSEO



“

En 2025, la evolución de la IA convertirá al EEAT en el pilar fundamental para definir la credibilidad del contenido. Además, áreas como el marcado de datos se posicionarán como pilares de máxima relevancia. Mientras tanto, sectores históricamente clave, como el link building, verán mermado su impacto, quedando relegados a un rol mínimo en la estrategia digital. Este cambio obliga a abandonar estrategias tradicionales en favor de una optimización basada en autenticidad y calidad, otorgando una línea continuista a la tendencia del SEO de los últimos años. En definitiva, la sinergia entre un sólido conocimiento técnico y, sobre todo, una experiencia de usuario excepcional se erige como el factor diferenciador decisivo.



Evolución del SEO en la era de la Inteligencia Artificial

¿Cómo afecta a los distintos aspectos del posicionamiento?



Jorge J. Rolo

SEO Manager at Flat 101

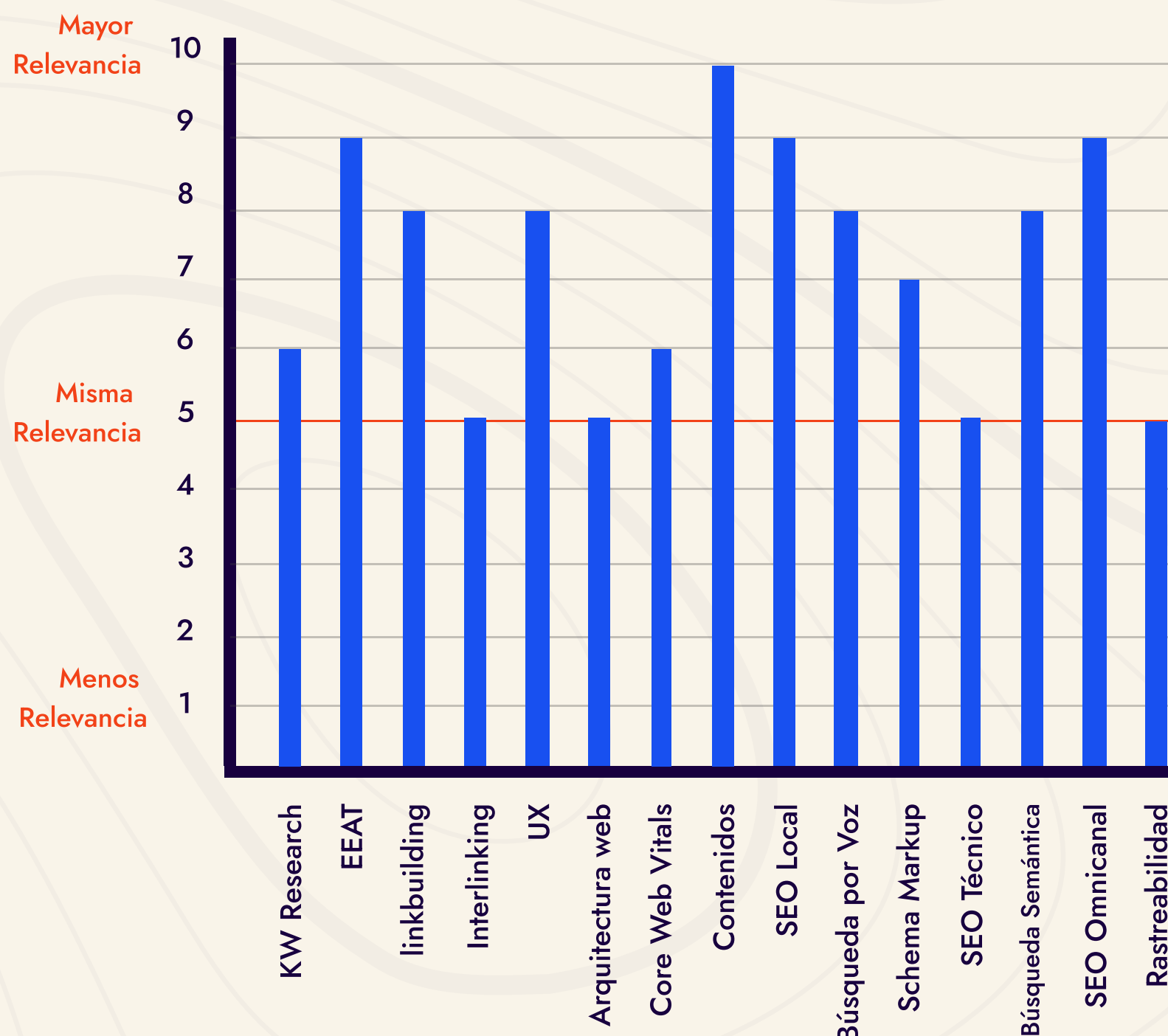


“

El SEO ha cambiado muchísimo en los últimos años, y con la llegada de la IA generativa, el ritmo de evolución se ha acelerado aún más. Ahora ya no se trata solo de posicionar contenido, sino de ofrecer una experiencia real al usuario (SXO). Google está priorizando cada vez más la autoridad, la confianza y la utilidad del contenido, y con la Search Generative Experience (SGE), los clics en los resultados orgánicos pueden reducirse aún más.

El SEO técnico sigue siendo clave, pero ya no basta con optimizar keywords o enlaces; hay que entender la intención del usuario y adaptar la estrategia a cada canal, desde Google hasta TikTok o YouTube. Además, con la IA generando toneladas de contenido, la diferencia la marcará quién realmente aporte valor y no solo publique por publicar.

El futuro del SEO pasa por la combinación de estrategia, datos y creatividad. La automatización ayudará, pero la diferenciación vendrá de lo humano: experiencias reales, marcas fuertes y contenidos que realmente conecten con las personas. En definitiva, el SEO sigue vivo, pero cada vez es más desafiante y estratégico.



Evolución del SEO en la era de la Inteligencia Artificial

¿Cómo afecta a los distintos aspectos del posicionamiento?



José Carlos luengo

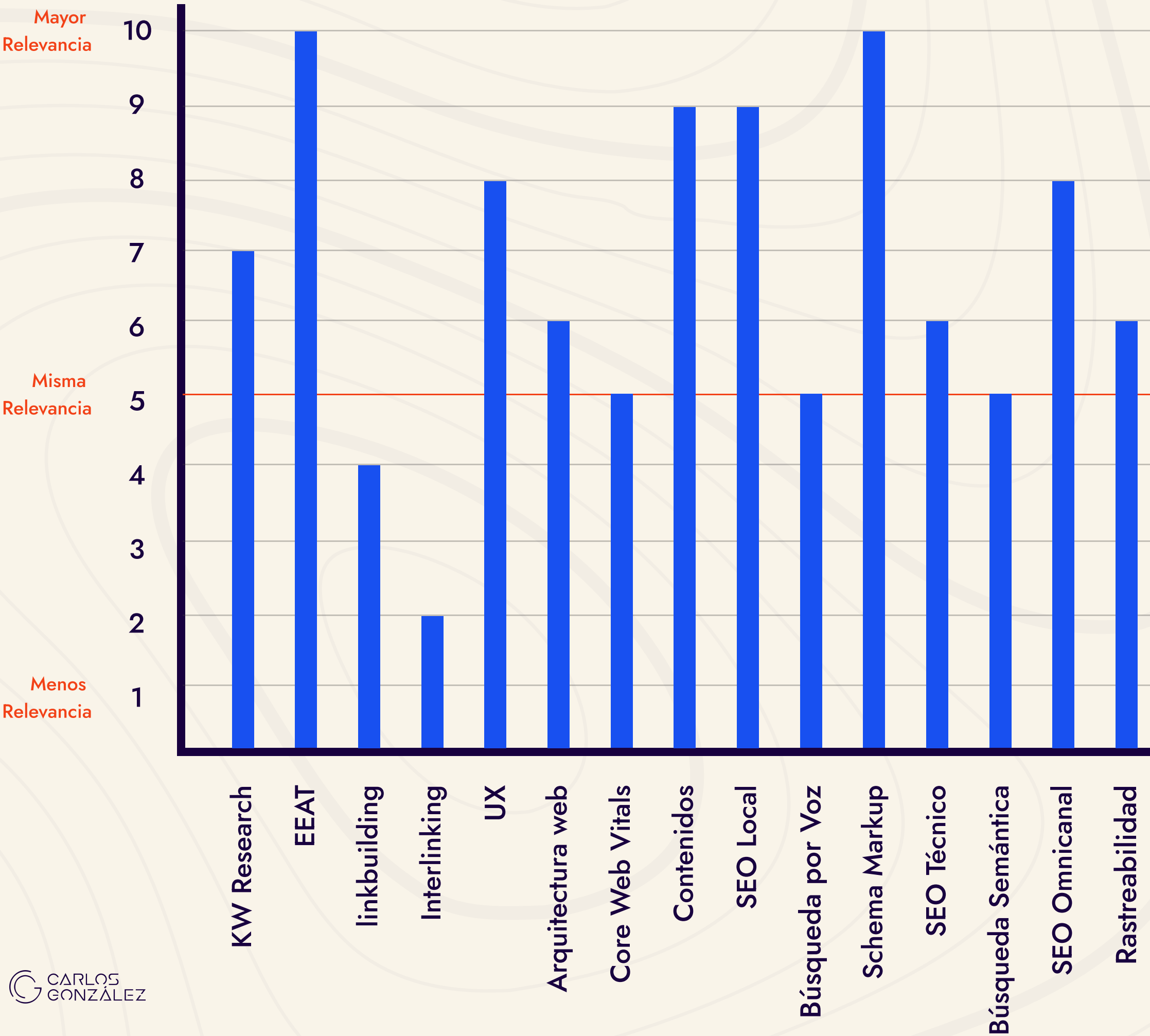
SEO Manager & SEO Specialist
YouTube en BIGSEO



Creo que la industria del SEO cambiará en los siguientes aspectos gracias a la llegada de la IA:

- Habrá búsquedas más inteligentes y personalizadas gracias a que los nuevos buscadores (Bard, ChatGPT) pueden interpretar mejor la intención del usuario.
- Mejor experiencia del usuario gracias al análisis de velocidad de la web, accesibilidad, interacción... Creo que el SEO técnico te lo puede hacer más fácil gracias a la IA.
- Cambios en las SERPs gracias a respuestas más directas y nos podemos ver afectados, por lo que tendremos que cambiar las estrategias y enfocar mejor.

No creo que el SEO vaya a desaparecer pero sí se transformará, y quien no se adapte puede sufrir considerablemente.



Evolución del SEO en la era de la Inteligencia Artificial

¿Cómo afecta a los distintos aspectos del posicionamiento?

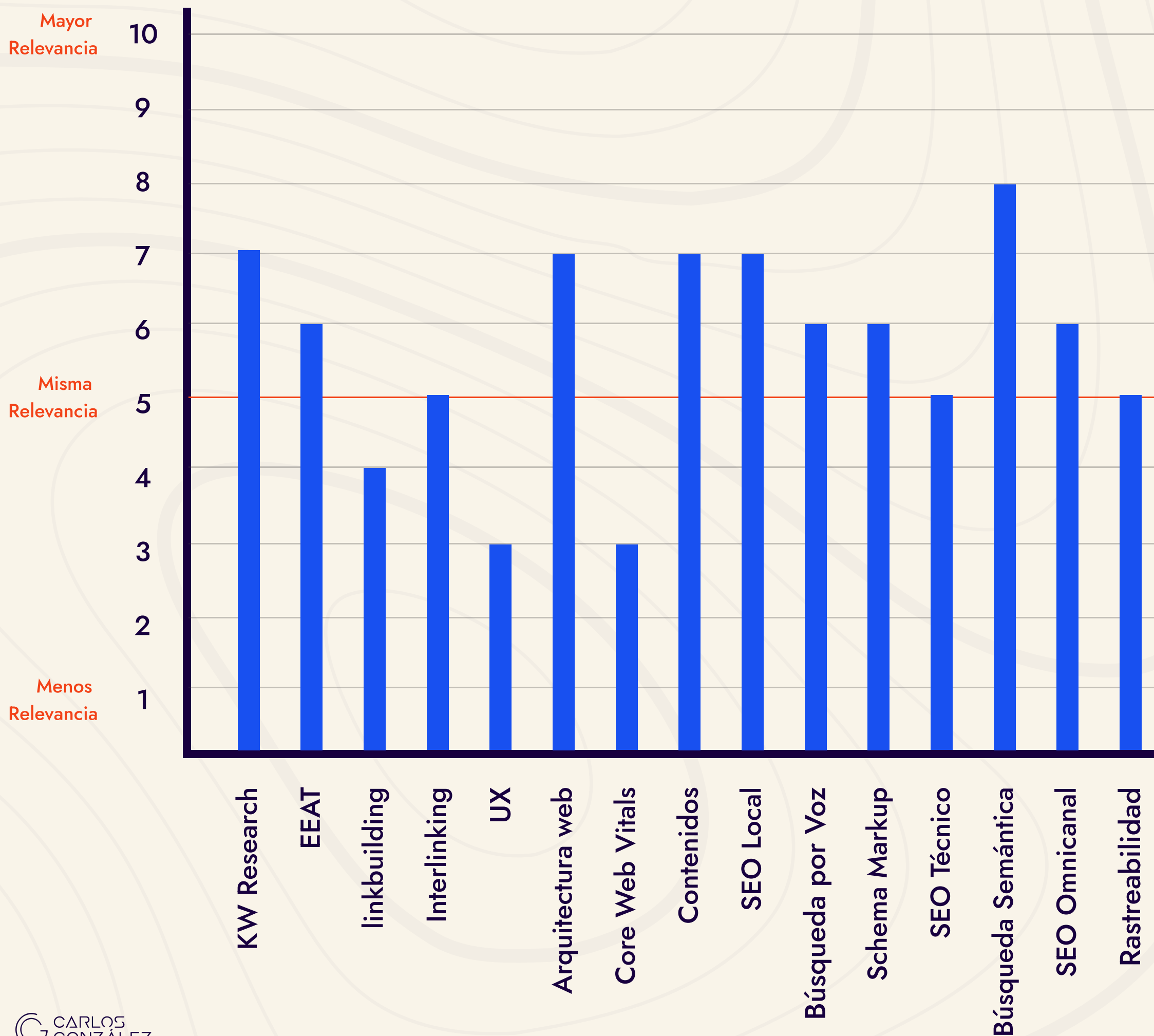


Juan González Villa
Consultor SEO experto en Ecommerce



“

Creo que algunos factores y prácticas que se suelen considerar "tradicionales" perderán protagonismo en favor de otros nuevos o que antes eran menores. Por ejemplo, creo que es posible que el linkbuilding entendido en el sentido tradicional pierda peso en favor de menciones en webs con reputación y autoridad temática. O la práctica de colocar la keyword en el Title, perderá peso frente a una buena puntuación de similitud coseno del contenido (o una parte del contenido) con respecto a la keyword.



Evolución del SEO en la era de la Inteligencia Artificial

¿Cómo afecta a los distintos aspectos del posicionamiento?



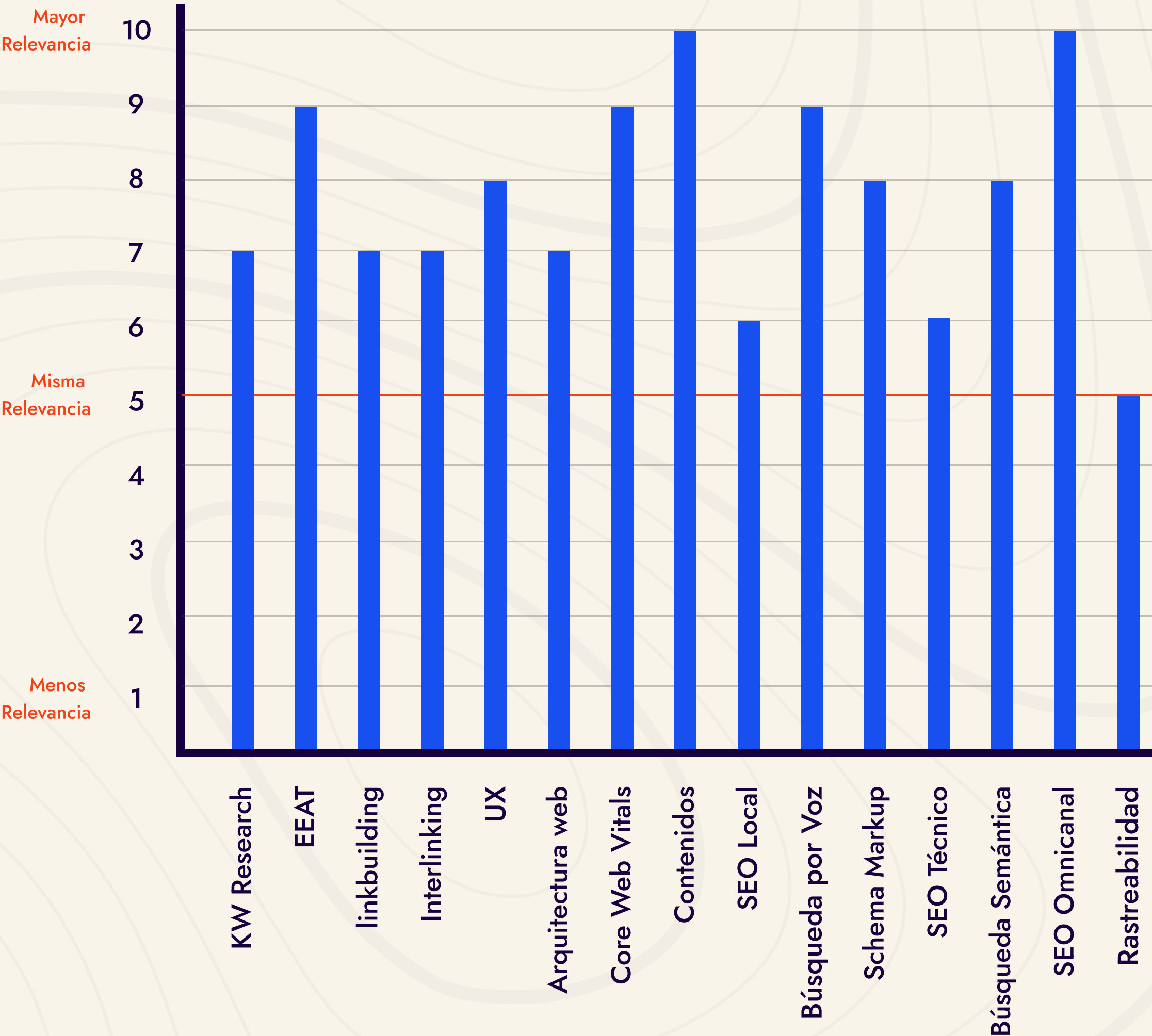
Laura de Vicente Bonilla

Technical & Strategic SEO



“

Está claro que la IA va a influir significativamente en la evolución del SEO, generando tanto nuevos retos como incertidumbres. ¿Pero acaso la evolución no es una característica inherente del SEO? Nos dirigimos hacia una búsqueda más semántica, personalizada, que tiene en cuenta el comportamiento del usuario. Aunque no debemos olvidar que la IA es un complemento para una mayor eficiencia, no un sustituto, dado que no posee la experiencia que aporta una persona. Además, hay que tener en cuenta que hay vida más allá de Google. Así que, siempre que haya motores de búsqueda, ahí estaremos al pie del cañón; se llame Google o SearchGPT.



Evolución del SEO en la era de la Inteligencia Artificial

¿Cómo afecta a los distintos aspectos del posicionamiento?



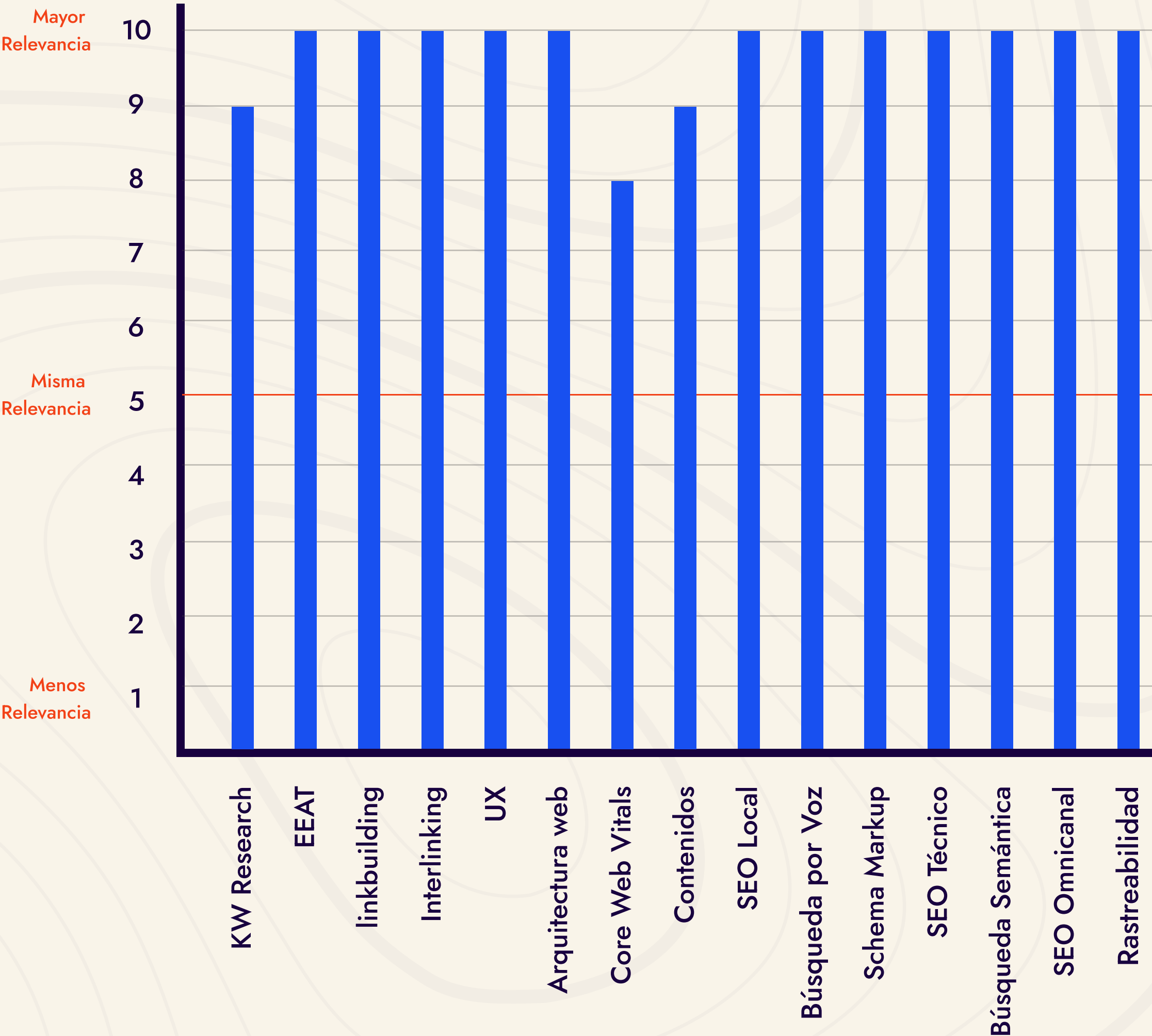
Lucía Rico (Lucía y el SEO)

SEO Estratégico & Growth



“

Los factores SEO esenciales (rastreo e indexación, calidad y autoridad) van a seguir siendo relevantes con y sin IA. Lo que va a cambiar es la manera en la que trabajamos el SEO. La optimización para motores de búsqueda deja de ser algo relacionado exclusiva para la web, aumentando horizontes y llevando esta optimización a todos los canales desde los que podemos realizar consultas. El SEO técnico aquí cobra especial importancia, la autoría es un sello de garantía, el keyword research es indispensable para determinar qué tipo de contenido hacer y en qué canales, y la calidad del contenido cobra una dimensión que trasciende a la profundidad del contenido.



Evolución del SEO en la era de la Inteligencia Artificial

¿Cómo afecta a los distintos aspectos del posicionamiento?



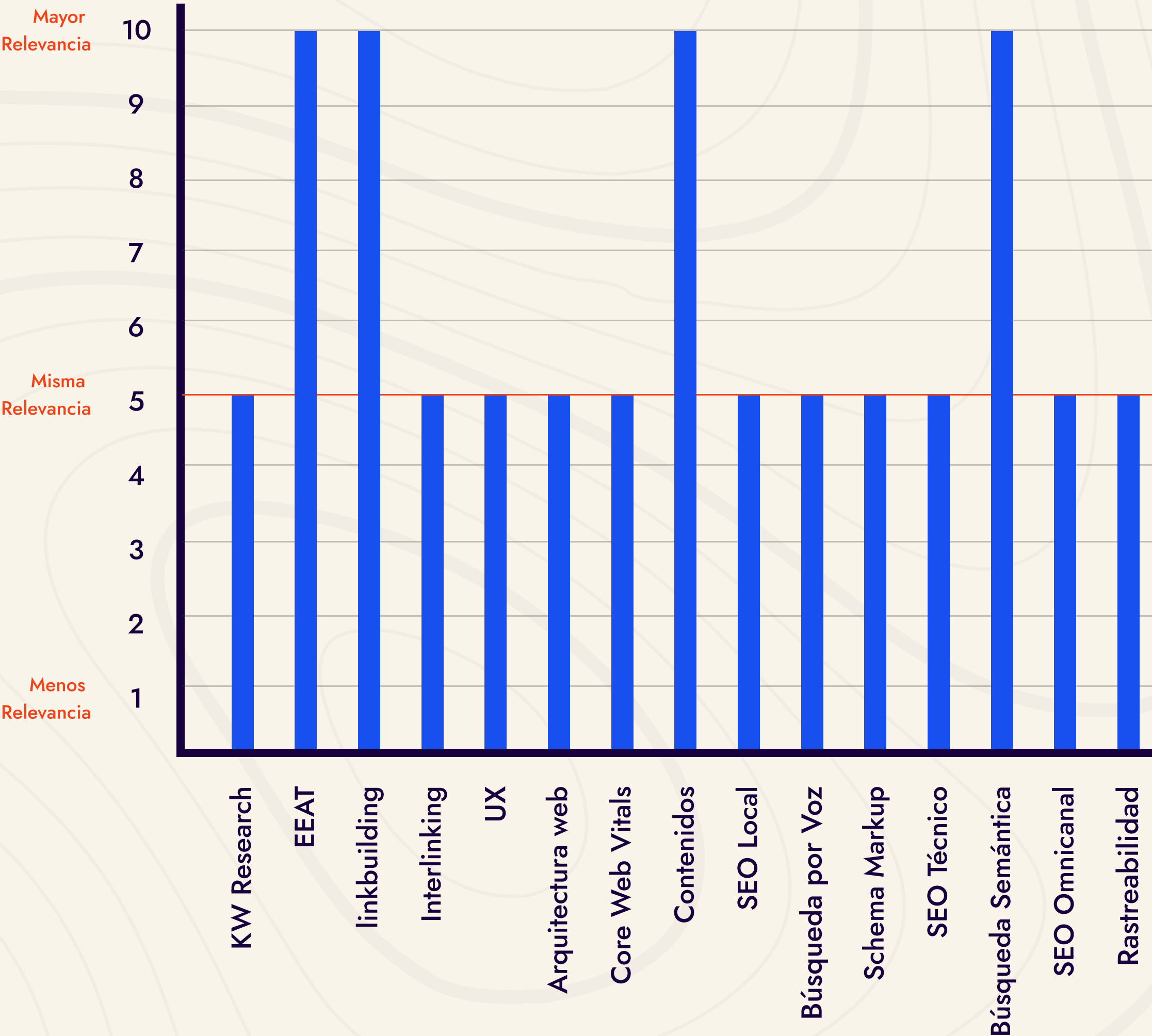
María Carrión

Head of SEO Planeta Formación y Universidades



“

El mayor reto será que tendremos menos control de cómo la gente busca, las búsquedas o consultas en chats de IA serán más heterogéneas y por ello cada vez más difícil controlar el universo de keywords o frases/ conversaciones a trabajar/pelear :) Y por otro lado se nos presenta un reto mayúscula respecto a la capacidad como profesionales de mantenernos al día y sacar tiempo en nuestras jornadas para hacer lo que ya hacíamos antes a la vez que probamos nuevas técnicas, intentamos entender lo que priorizan los chats, utilizamos nuevas herramientas, y hacemos tests en otras plataformas que ya no son solo las SERPS de Google.



Evolución del SEO en la era de la Inteligencia Artificial

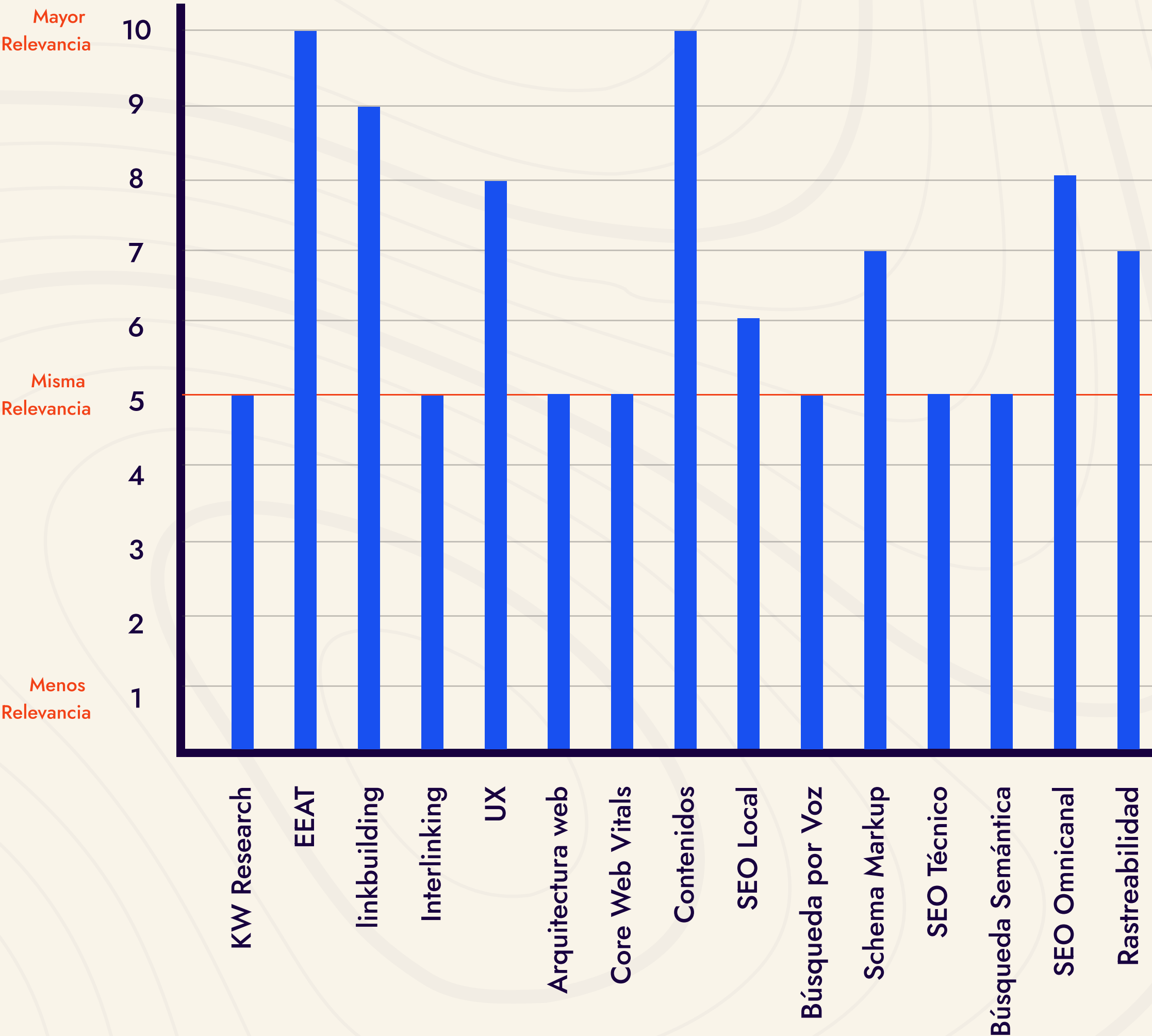
¿Cómo afecta a los distintos aspectos del posicionamiento?



Marta Romera
Head of SEO en Internet República

“

La IA ha venido para quedarse y los SEO lo sabemos. Nos ayuda a optimizar procesos y tareas, potencia los esfuerzos por hacer contenidos digitales con mayor valor y autoridad y nos tiene en vilo sobre cómo terminará integrándose en los motores de búsqueda. Pero dos cosas tengo claras: esta integración (total, parcial, a corto o a largo plazo) la marcará el comportamiento de los usuarios y la más importante: mientras haya un buscador, habrá SEO.



Evolución del SEO en la era de la Inteligencia Artificial

¿Cómo afecta a los distintos aspectos del posicionamiento?

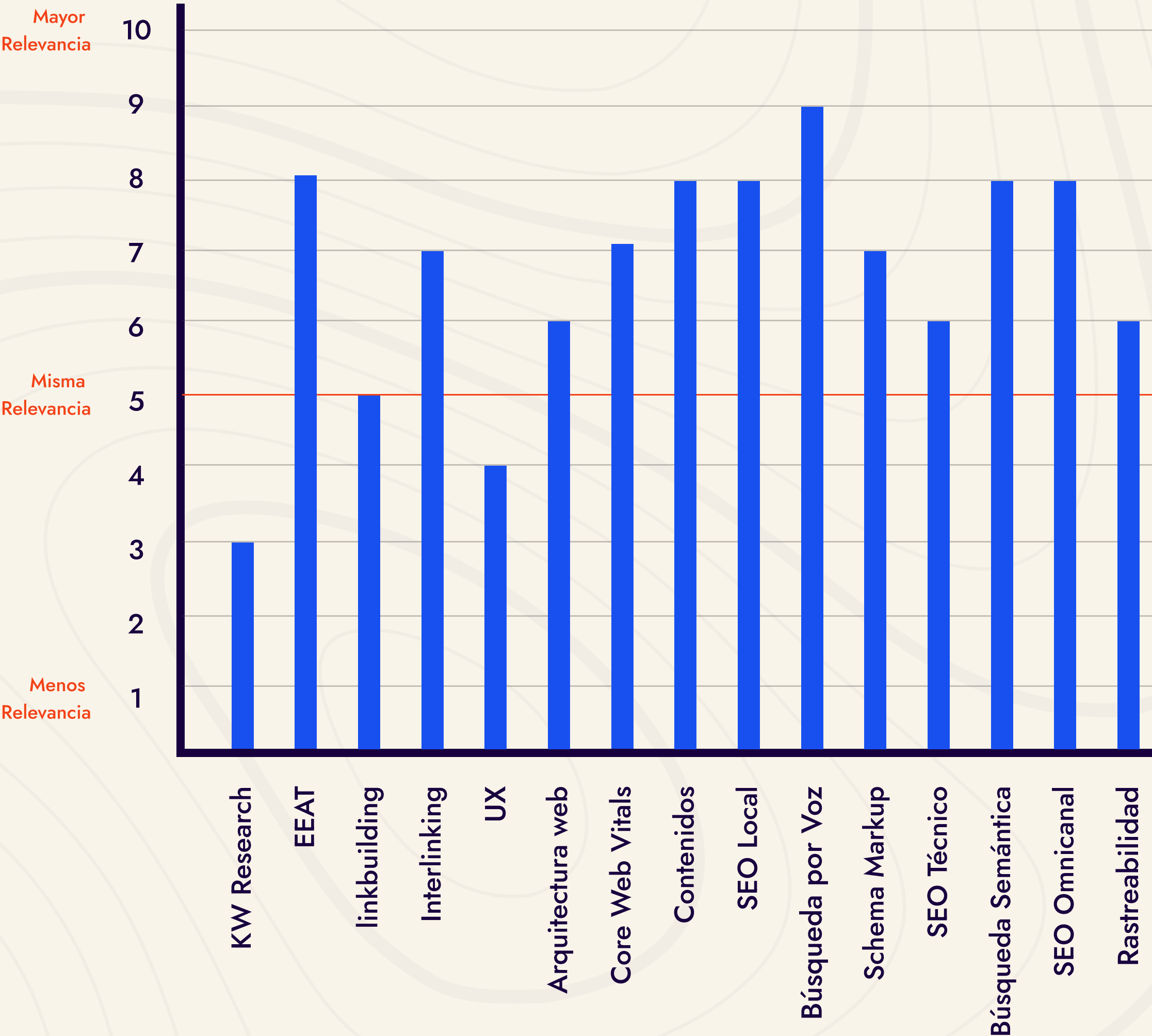


Patricia Jorde
Redactora SEO Freelance



“

De todos los años en que se ha dicho que el SEO ha muerto, puede que este y los venideros sea cuando más cerca estamos de ello. Ojo, no está muriendo, pero sí pegando un cambiando radical. Las estrategias de keyword research, al menos en el contenido, cada vez son una apuesta menos segura. En mi área, la redacción SEO, cada vez es más palpable. Seguir el procedimiento clásico de optimizar el contenido y orientarse por lo que los demás ya han escrito y posicionado ha dejado de funcionar. Perder el miedo y ser el primero en crear un contenido sobre un tema muy particular, muy nicho, preveo que va a ser lo que se premie en no mucho (y ya está pasando). Ahora sí que sí, la intención de búsqueda es innegociable, pero innovar, imprescindible. ¡Todo un reto para los que nos dedicamos al SEO de contenidos!



Evolución del SEO en la era de la Inteligencia Artificial

¿Cómo afecta a los distintos aspectos del posicionamiento?

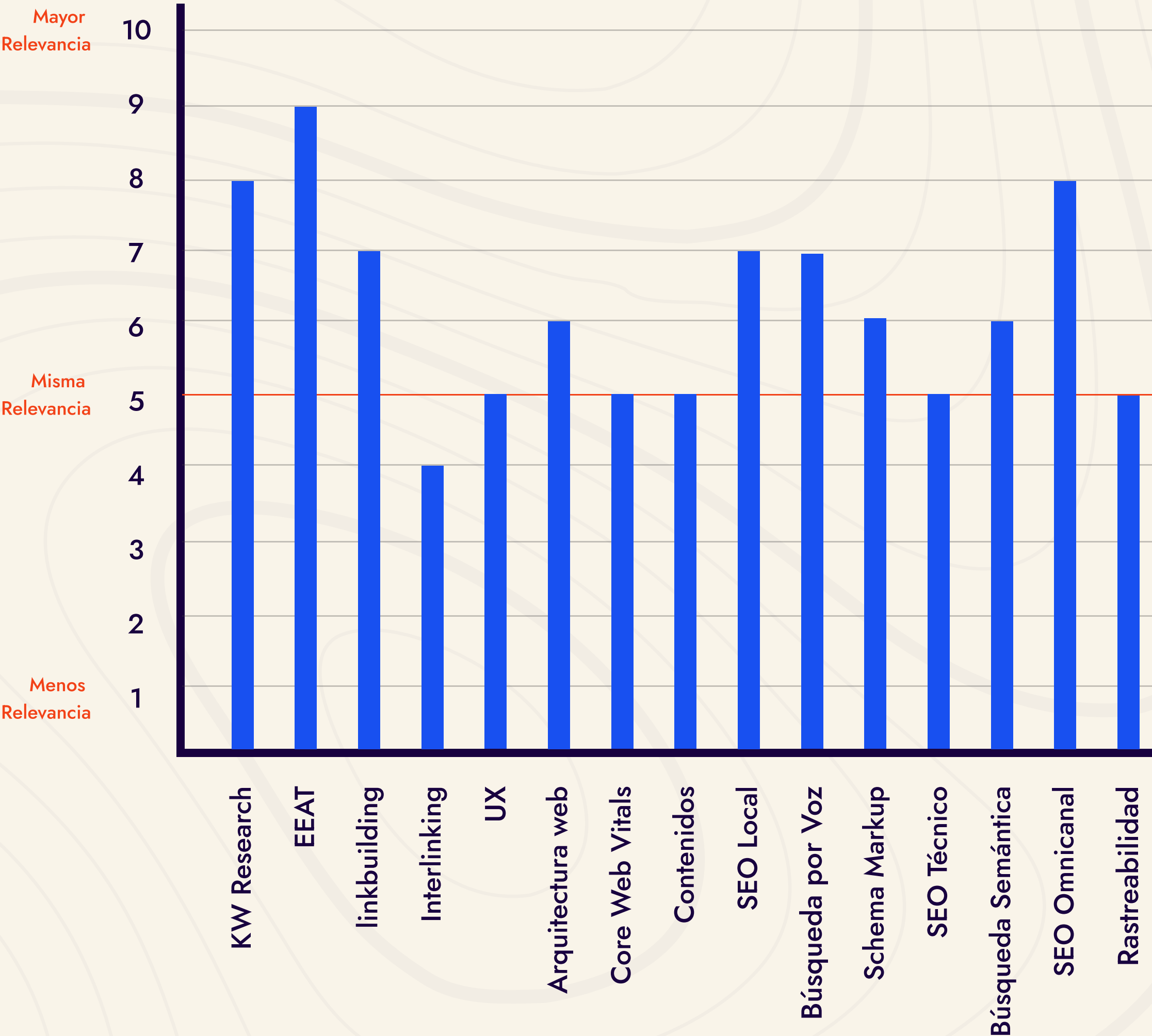


Peter Raventós
CEO en Peter Lead



“

El contenido como tal dejará de tener tanto peso (ya lo está perdiendo) en favor de otros factores diferenciadores como el enlazado externo o la EEAT. La IA arrebatará parte del pastel de búsquedas informativas a los buscadores. El seo no muere, se diversifica



Evolución del SEO en la era de la Inteligencia Artificial

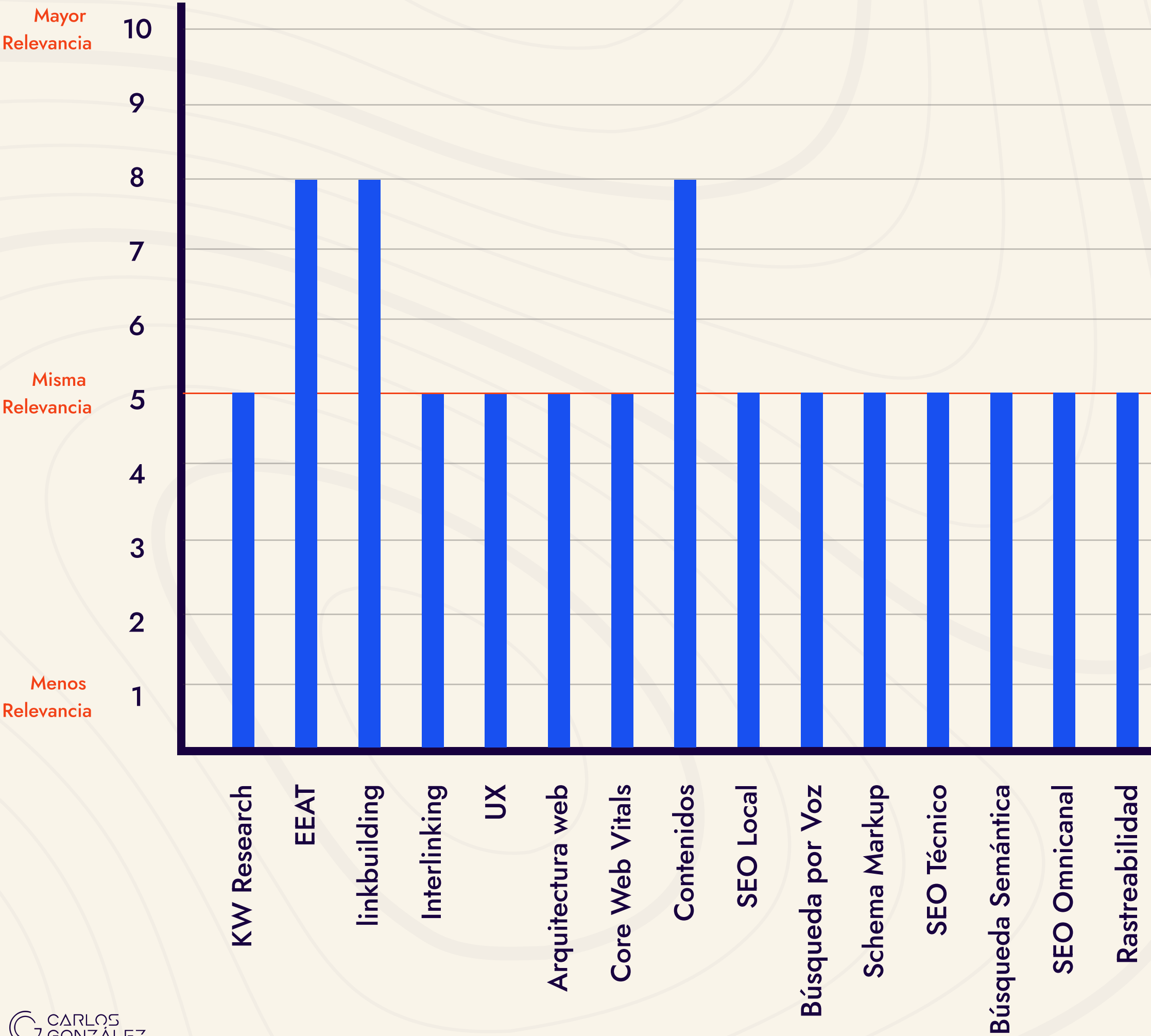
¿Cómo afecta a los distintos aspectos del posicionamiento?



Rafa Ramos
Consultor SEO especialista en SEO Local



Los que la utilicen como ayuda, mejorarán mucho. Los que la utilicen como sustituto de grupos de personas de valor, se llevarán penalizaciones.



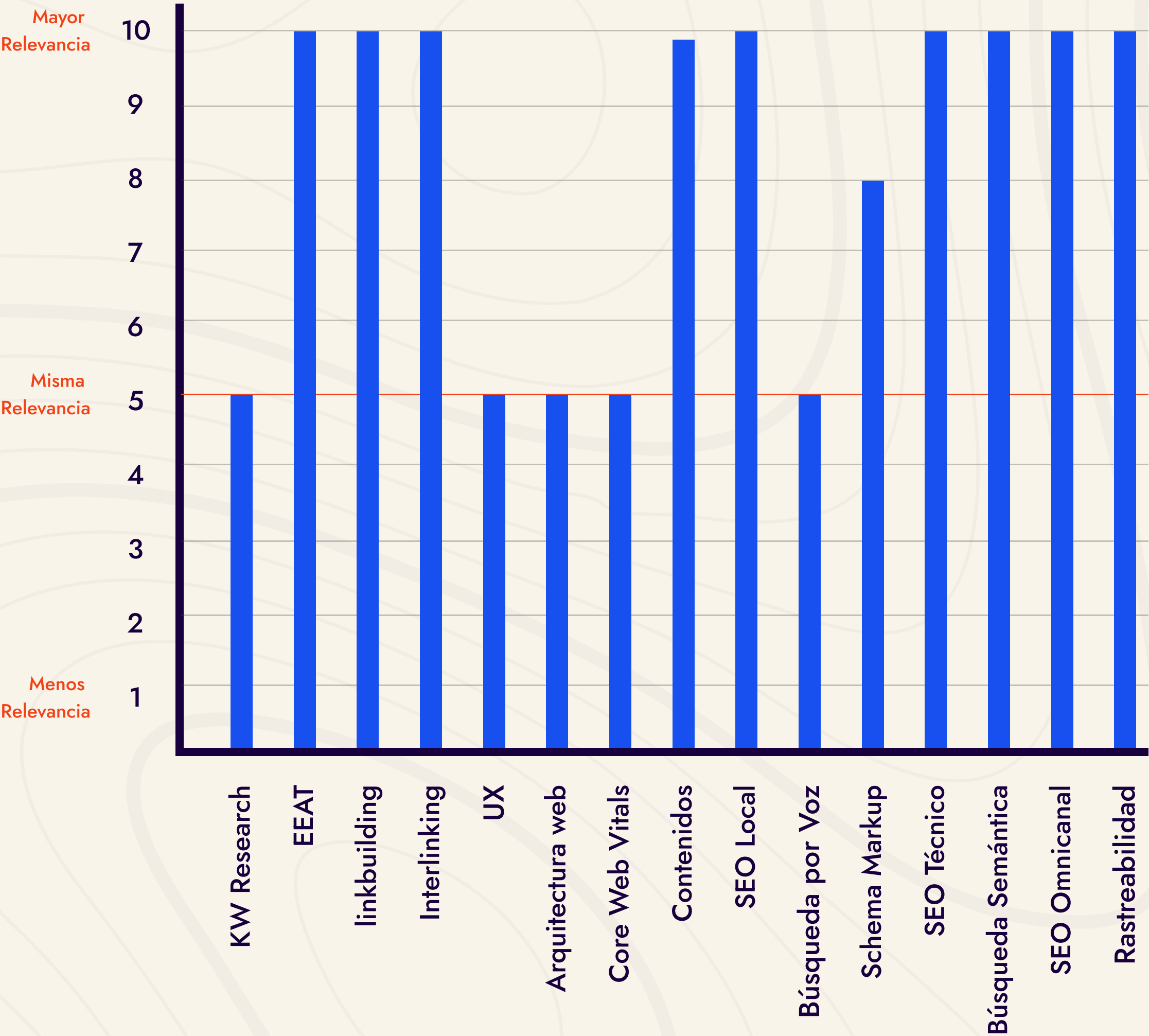
Evolución del SEO en la era de la Inteligencia Artificial

¿Cómo afecta a los distintos aspectos del posicionamiento?



Rafa Villaplana

Head of SEO en Sesame HR



Evolución del SEO en la era de la Inteligencia Artificial

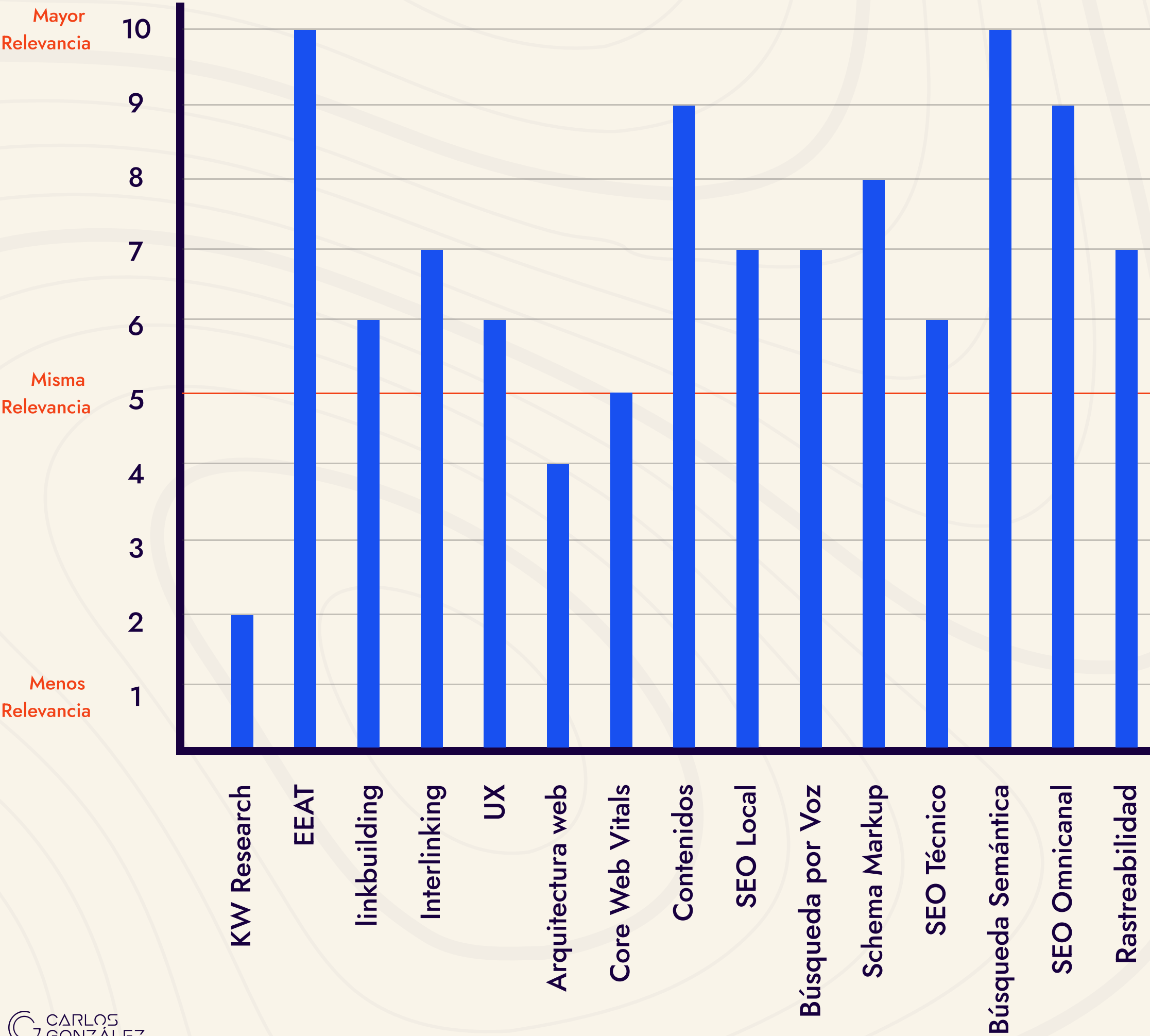
¿Cómo afecta a los distintos aspectos del posicionamiento?



Sico de Andrés
CEO Link Affinity - CEO Expertomy
 



Deberemos pensar menos en trucos SEO y más en transmitir relevancia a nuestros clientes y a los buscadores



Evolución del SEO en la era de la Inteligencia Artificial

¿Cómo afecta a los distintos aspectos del posicionamiento?



Víctor Benítez
Head of SEO en Marketing Paradise

[in](#) [globe](#)

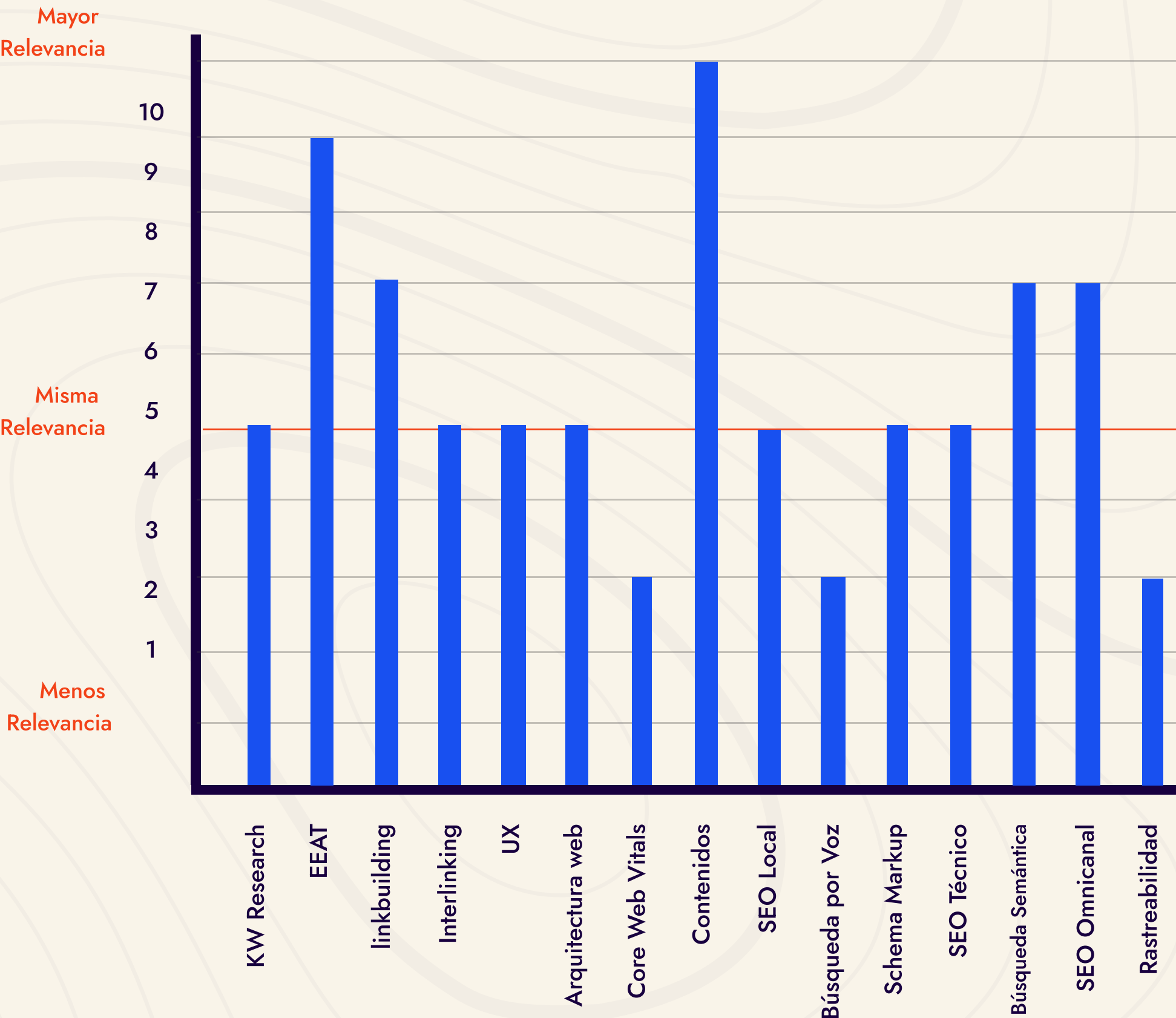
“

Ofrecer contenido original y valioso será un factor diferencial en un entorno saturado por IA.

El linkbuilding cada vez es más difícil y por ello cada vez más valioso.

El E-E-A-T seguirá ganando importancia, exigiendo contenido auténtico respaldado por fuentes confiables y señales de autoridad.

Además, el reconocimiento de marca será cada vez más crucial para el SEO, ya que sin marca, incluso los mejores contenidos o productos tendrán dificultades para posicionarse.



Evolución del SEO en la era de la Inteligencia Artificial

¿Cómo afecta a los distintos aspectos del posicionamiento?

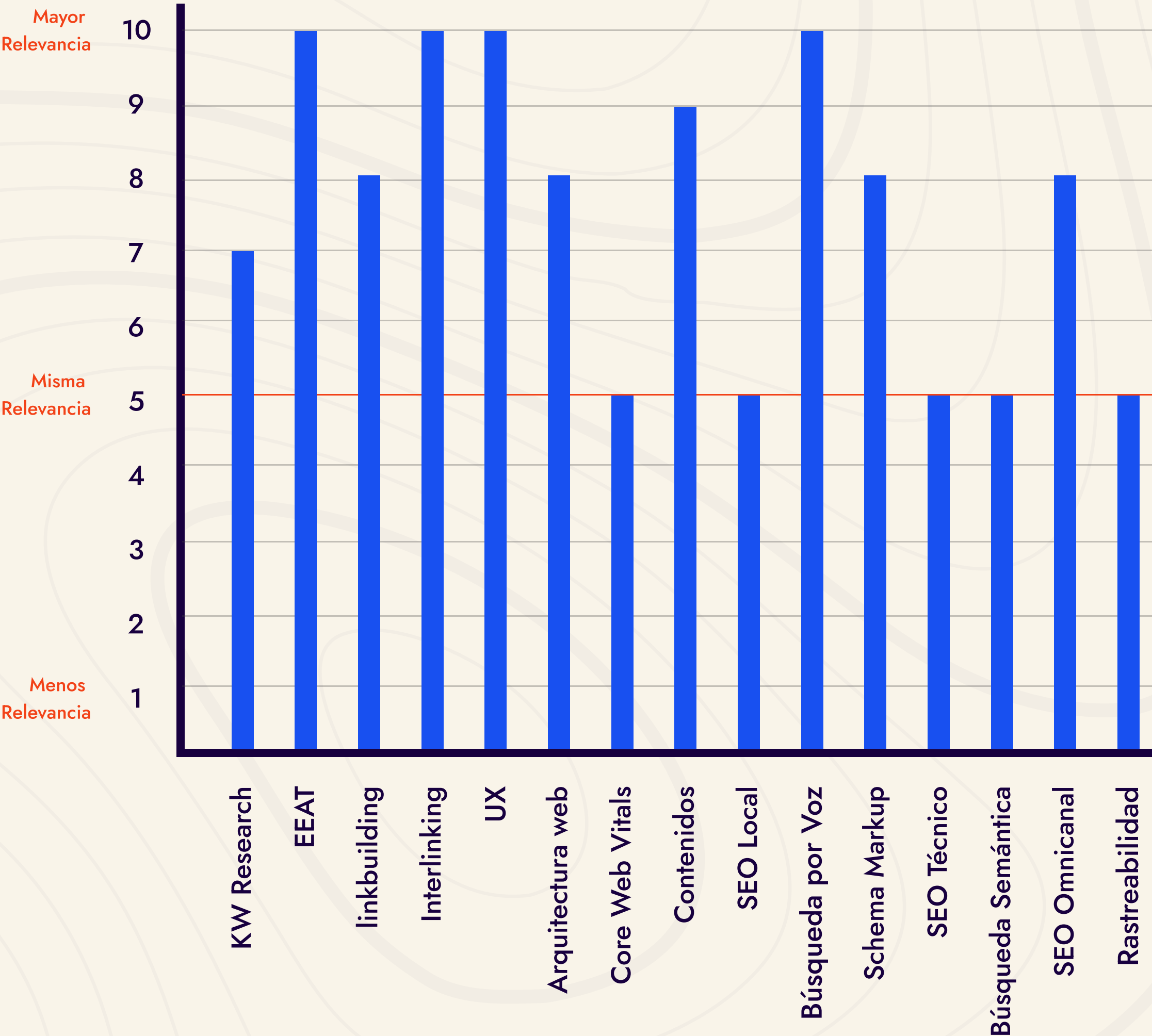


Yanina Elias
Technical SEO



“

La inteligencia artificial, está redefiniendo el SEO poco a poco y es algo a lo que nos tendremos que ir adaptando, o mejor dicho evolucionando. Tendremos que ir ajustando las estrategias, teniendo muy en cuenta la intención del usuario al y adaptándonos a los diferentes algoritmos que surjan. La calidad será un factor clave en los contenidos, para poder diferenciarlos de la creación de contenidos masivos con IA donde tendremos que tener en cuenta el valor aportado, originalidad y autoridad, y un factor clave EEAT. Otro de los puntos será el cambio en las búsquedas, las búsquedas por voz no son solo un cambio de formato, ya podemos ver como aparecen muchos resultados diferentes a los de hace unos meses atrás. En mi opinión el SEO no va a desaparecer, pero si tendremos que adaptarnos a los cambios, la IA es una gran aliada para automatizar tareas y ayudarnos a analizar datos, pero el pensamiento crítico y la creatividad humana seguirá siendo un factor clave.



Estos han sido todos los/as profesionales
que han participado en el estudio.
¡Gracias!

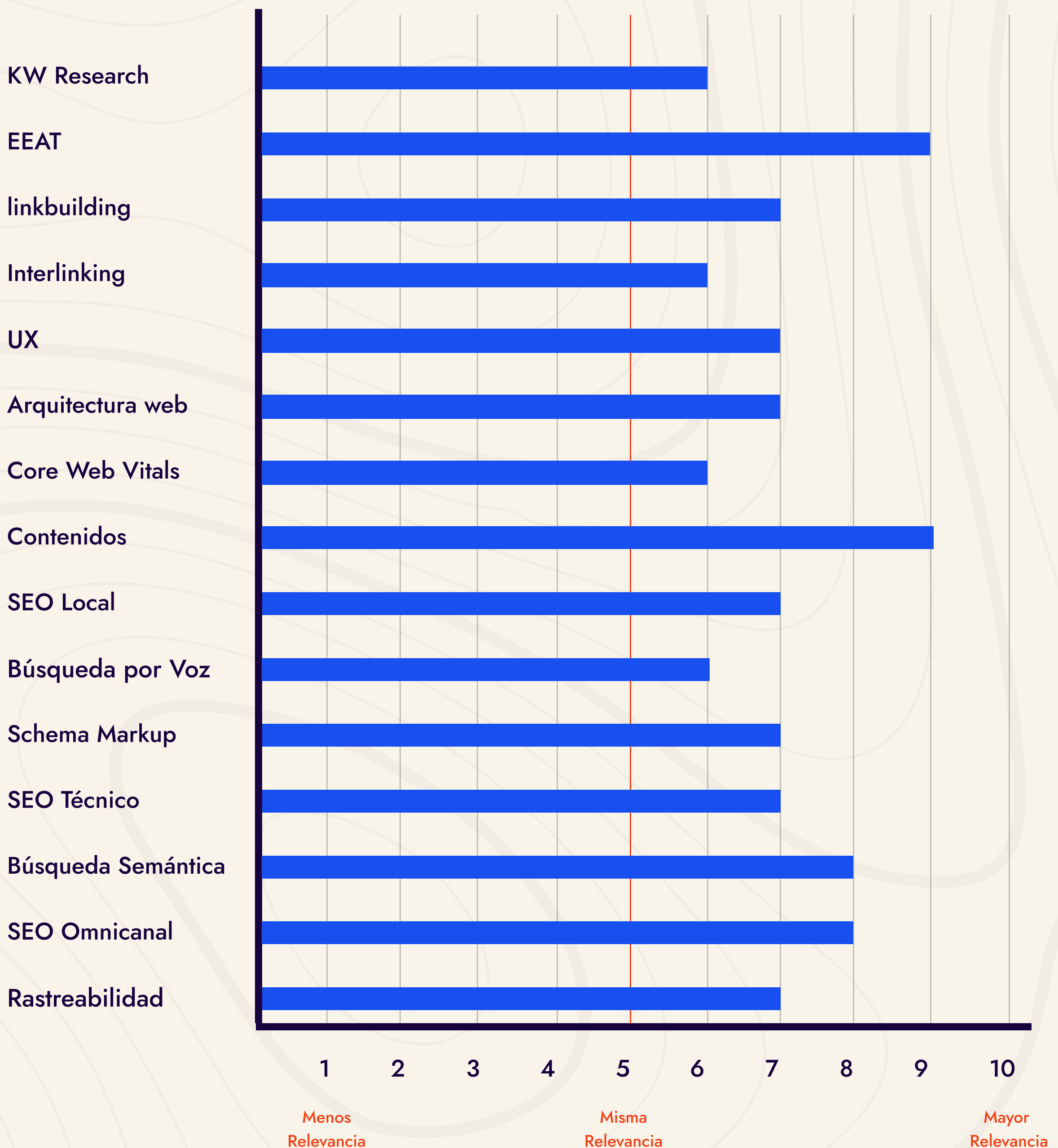
A continuación, se muestra una [media de todas las puntuaciones](#), por factor, y una [conclusión](#) basada en los comentarios de todos estos profesionales



¿Cómo evolucionarán cada uno de los factores SEO?

Media de las puntuaciones/factor

Según la opinión de todos los profesionales que han participado en el estudio



...Y Ya que hablamos de IA, le he pedido a **Chat GPT** que haga una **conclusión** tras analizar la opinión de todos los/as profesionales que han participado en este estudio:

A modo de resumen, así concluye:



El **SEO en 2025 no va a desaparecer**, sino que evolucionará y se diversificará notablemente ante el auge de la inteligencia artificial. Algunas conclusiones clave son:

- **Transformación de los factores de posicionamiento:**

El contenido tradicional dejará de ser el único protagonista y se verá complementado —e incluso desplazado en parte— por otros elementos como el enlazado externo, la autoridad de marca y, sobre todo, la aplicación de los principios de EEAT (y E-E-A-T). La saturación de contenido generado por IA hará imprescindible destacar por calidad, originalidad y relevancia, lo que obligará a priorizar contenidos escritos por verdaderos expertos.

- **Evolución de la experiencia y la intención del usuario:**

La IA está impulsando motores de búsqueda más inteligentes y personalizados, capaces de interpretar mejor la intención del usuario. Esto conlleva que las estrategias SEO se orienten cada vez más a la experiencia del usuario (SXO), combinando un SEO técnico impecable —que asegure la correcta indexación y rastreo— con una optimización centrada en la interacción, accesibilidad y velocidad.

- **Integración y automatización sin reemplazo del factor humano:**

Si bien la IA permitirá automatizar procesos técnicos y facilitar el análisis de datos, la parte estratégica, creativa y de supervisión ética seguirá siendo exclusivamente humana. Los profesionales que utilicen la IA como herramienta para potenciar sus estrategias serán los que consigan diferenciarse, mientras que depender únicamente de la automatización puede llevar a penalizaciones y pérdida de relevancia.

- **Reconfiguración de las SERPs y la autoridad de marca:**

La aparición de nuevas formas de presentación de resultados (como la Search Generative Experience) y la mayor personalización de las búsquedas obligarán a los SEOs a replantear sus estrategias. En este contexto, la visibilidad y reputación de la marca serán cruciales, ya que ayudarán a destacar entre la masificación del contenido generado por IA y a consolidar la confianza de los usuarios.

En definitiva, el **futuro del SEO** está marcado por una **integración** más profunda de la **inteligencia artificial**, que cambiará la forma en la que se optimizan y posicionan los contenidos, pero sin sustituir la necesidad de una estrategia bien pensada, fundamentada en la autoridad, calidad y experiencia humana. Adaptarse a este nuevo escenario será clave para seguir siendo relevantes y competitivos en el mundo digital.

SEO + IA

¿Cómo evolucionará el SEO en 2025?

Análisis de [28 expertos/as](#) tras la irrupción de la [IA](#) en el sector



Estudio realizado y promovido por:

Carlos González

[Consultor SEO Freelance](#)

