

SEO de entidades: Cómo estructurar el contenido en la era de la IA

Está claro que el [SEO](#) tal y como lo conocemos está una transformación radical. Ya no basta con enfocarse en aparecer en los primeros resultados de Google; ahora la prioridad es convertirse en una fuente directa de respuestas en motores impulsados por IA como ChatGPT, Perplexity o Bing Copilot.

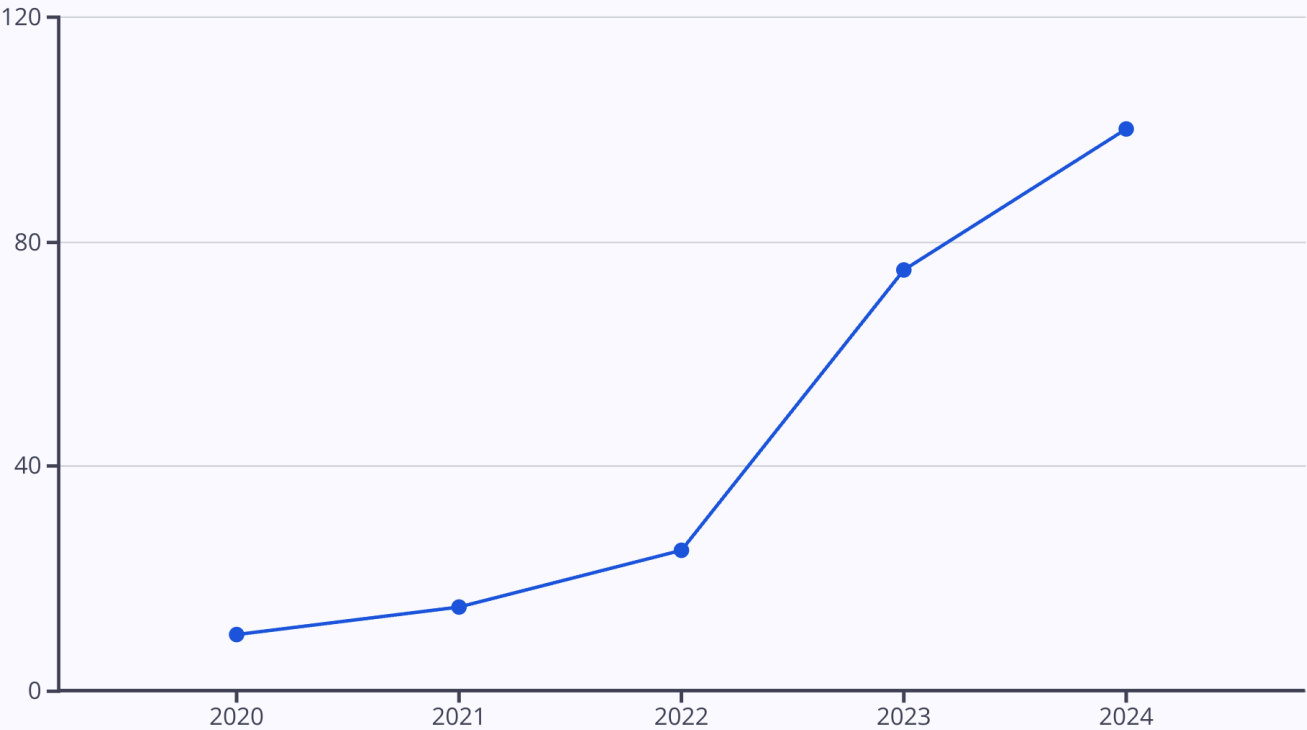
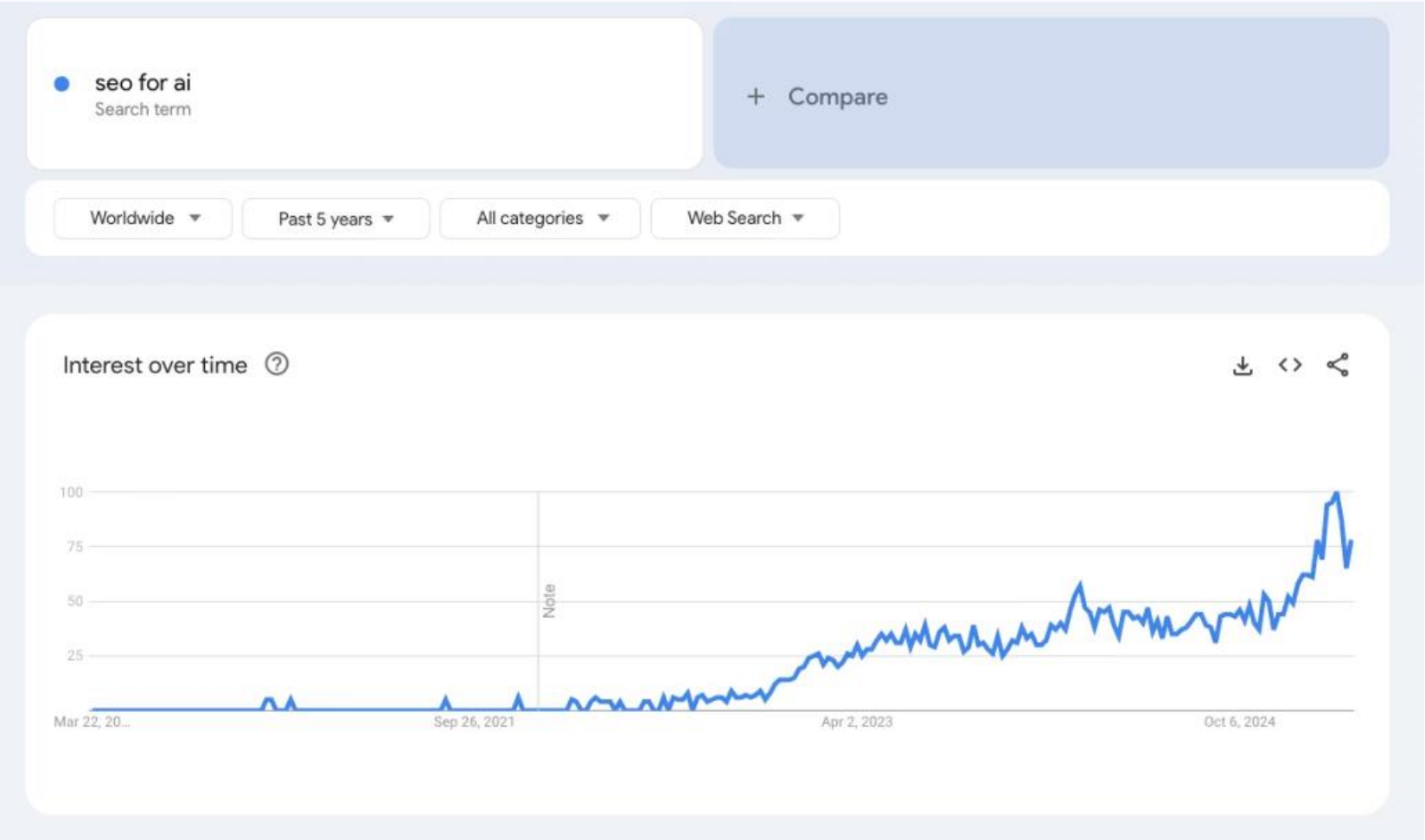
Los resultados de búsqueda en Google han dejado de ser una simple lista de [enlaces](#) para convertirse en una experiencia donde la información clara, precisa y confiable es lo que realmente importa.



por Miquel Angel Serra



Tendencia búsqueda “SEO para IA”



Entre los profesionales, el interés es creciente.

Los usuarios buscan respuestas claras, rápidas y sin complicaciones

374

Clics en EE.UU.

De cada 1000 búsquedas en Google en EE.UU. resultan en un clic que lleva a la web abierta

360

Clics en la UE

De cada 1000 búsquedas en Google en la UE resultan en un clic que lleva a la web abierta

1.5B

Impresiones

Impresiones mensuales alcanzadas por los resúmenes de IA de Google

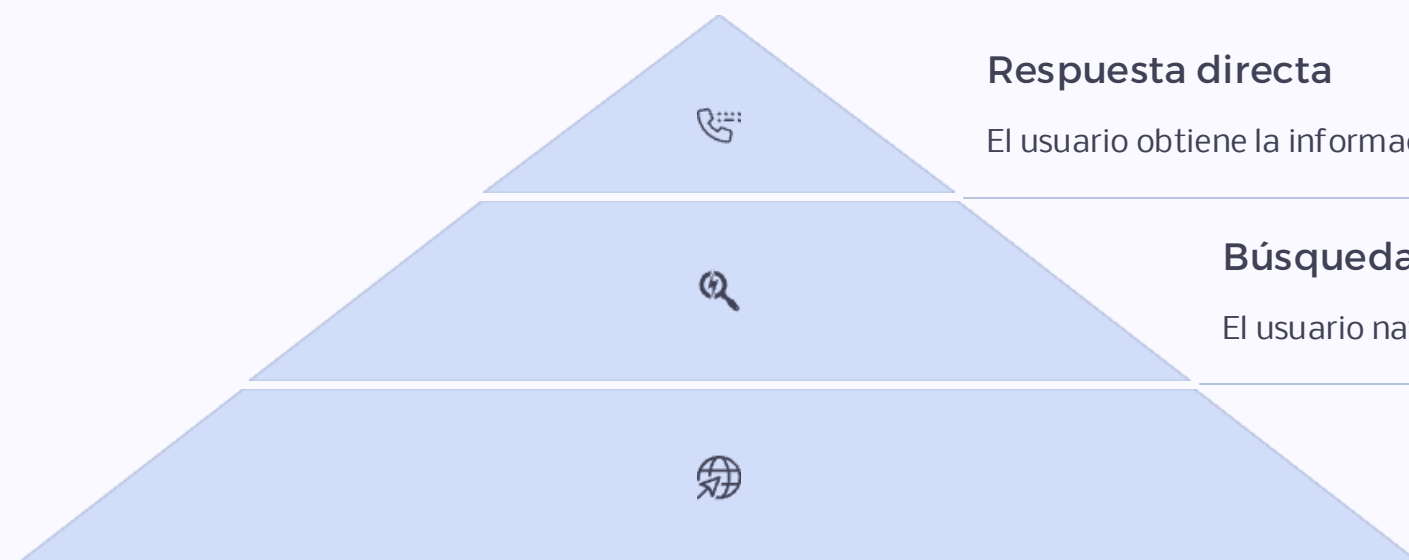
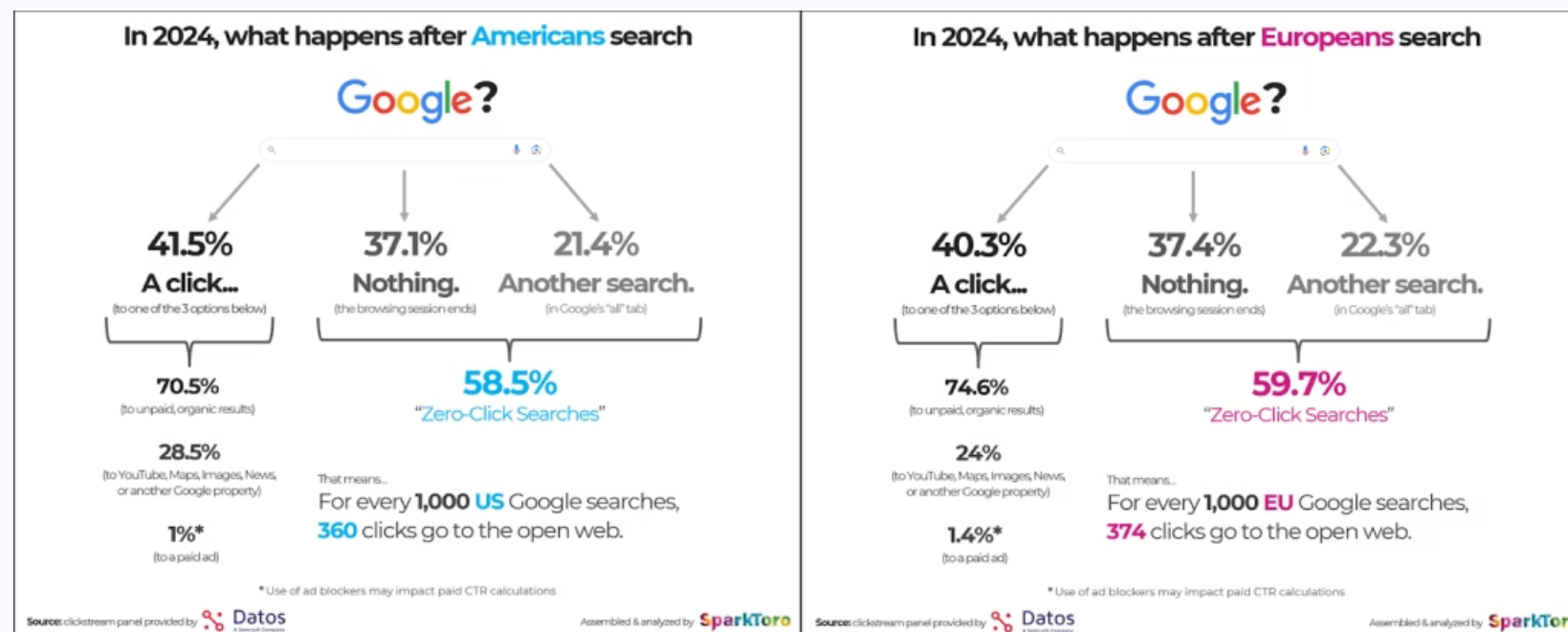
Las tácticas tradicionales de SEO se quedan cortas en un mundo donde los motores de búsqueda ofrecen respuestas directas.

[Contenido](#) del artículo

Cuando los [usuarios](#) preguntan a través de Google, ChatGPT o Perplexity, no buscan una lista de enlaces. Quieren una respuesta, ahí mismo: clara, rápida y sin complicaciones.

No les importa si la respuesta proviene de su página de inicio, un hilo de Reddit o un vídeo de YouTube. Lo que importa es la confianza, la claridad y la inmediatez.

Búsquedas sin clics: un nuevo paradigma



Respuesta directa

El usuario obtiene la información sin salir del buscador

Búsqueda tradicional

El usuario navega entre resultados y enlaces

Visita al sitio web

El usuario accede a la fuente original de información

El SEO siempre ha tenido como objetivo satisfacer la intención del [usuario](#). Pero ahora, la mayoría de esas necesidades se satisfacen incluso antes de que el usuario visite tu sitio web.

Según [el estudio de búsquedas sin clics de SparkToro de 2024](#), solo 374 de cada 1000 [búsquedas](#) en Google en EE. UU. resultan en un clic que lleva a la web abierta. En la UE, esa cifra se reduce a 360.

Estructura para la búsqueda impulsada por IA



Pensar como arquitecto de información

Diseñar contenido para ser extraído e interpretado



Estructurar ideas claramente

Presentar información en formatos que faciliten su procesamiento



Facilitar el reensamblaje

Permitir que los fragmentos puedan recombinarse coherentemente



Optimizar para citas

Ser la fuente que los motores de IA eligen para responder

Parece que la tendencia es que el éxito de nuestro trabajo SEO ahora depende cada vez más de aparecer en la propia respuesta, ya sea un fragmento destacado, un resumen generado por IA o un hilo recomendado de Reddit.

Si quieres aumentar tus probabilidades de ser citado, resumido o citado por motores de búsqueda impulsados por IA, es hora de pensar menos como un escritor y más como un arquitecto de información, y estructurar el contenido para la búsqueda de IA.

Por qué la estructura importa más en la búsqueda impulsada por IA

Búsqueda tradicional

Se centra en clasificar páginas completas

- Enfoque en palabras clave
- Prioriza enlaces entrantes
- Valora la autoridad del dominio
- Base léxica con ampliación semántica

Búsqueda con IA

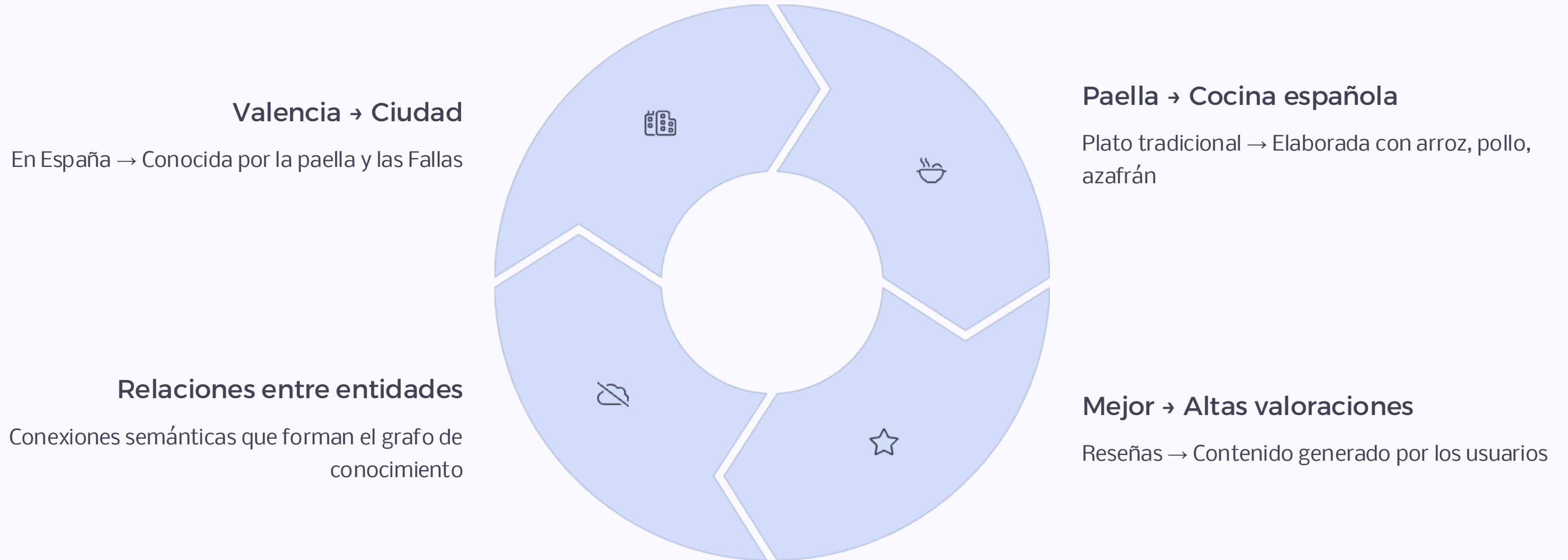
Prioriza cómo se representa la información

- Extrae fragmentos de múltiples fuentes
- Genera respuestas coherentes
- Puramente semántica
- Valora información bien delimitada

Los motores de búsqueda tradicionales se centraban en clasificar páginas completas. Con la llegada de la inteligencia artificial, el enfoque ha cambiado: ahora se prioriza cómo se representa la información.

Los modelos de lenguaje no recuperan páginas enteras, construyen respuestas tomando fragmentos –frases o párrafos– de diferentes fuentes, generando un contenido nuevo y coherente a partir de lo que comprenden.

Entidades: El punto de partida de los buscadores de IA



Los LLM están capacitados para imitar la forma en que funcionan los motores de búsqueda mediante la creación de un "gráfico de conocimiento" de entidades y cómo se relacionan entre sí.

Con IA generativa, la [Indexación Semántica Latente \(LSI\)](#) cobra una relevancia nueva. Google y Bing valoran la semántica, y al incluir términos relacionados como "inteligencia artificial en SEO", "factores de ranking" o "experiencia de usuario", ayudamos a que el contenido se posicione mejor en contextos amplios

Qué buscan los LLM cuando analizan tu contenido



Encabezados jerarquizados correctamente

Una estructura clara de H1, H2 y H3 les permite interpretar mejor el contenido. Evita las páginas con encabezados planos o desordenados.



Párrafos cortos y directos

Los bloques de texto extensos dificultan identificar el punto principal. Cada párrafo debe transmitir una sola idea.



Formatos fáciles de escanear

Listas con viñetas, tablas, secciones tipo FAQ. Este tipo de organización convierte tu contenido en una fuente ideal para ser citado.



Resumen o idea central desde el inicio

No hagas esperar. Define el tema desde el primer párrafo para captar tanto al lector como al modelo.



Menciones de marca sobre enlaces tradicionales

Fortalecen la posición de la marca como entidad dentro de la red semántica más amplia.

A partir de distintas pruebas realizadas con herramientas como Perplexity, ChatGPT Browse, Bing Copilot y Google AI Overviews, esto es lo que parece que los modelos de lenguaje aprecian en el contenido.

Cómo optimizar para el SEO basado en entidades

Uso de datos estructurados

El esquema ayuda a definir entidades para motores de búsqueda y LLM, por lo tanto, el uso de datos estructurados para LocalBusiness ayuda a los motores de búsqueda (e indirectamente a los LLM) a comprender claramente las entidades y las relaciones involucradas.

Construyendo autoridad temática

No deberíamos escribir solo sobre «pizza». Deberíamos abordar temas relacionados como:

- Los mejores ingredientes de la pizza.
- Historia de la pizza en Nueva York.
- Diferencias entre la pizza de Nueva York y la de Chicago.

Reforzar relaciones entre entidades

Una consecuencia de pensar en centros de contenido es la optimización de enlaces internos. Necesitamos enlazar a páginas relacionadas para fortalecer la conexión entre entidades.

Usando lenguaje rico en entidades

En lugar de simplemente decir "La pizza es popular", deberíamos escribir: "La pizza estilo Nueva York es conocida por su masa fina y fue introducida en la ciudad por inmigrantes italianos a principios del siglo XX".

Para que nuestro contenido sea visible para los LLM y los motores de búsqueda, necesitamos estructurarlo de una manera que refuerce el reconocimiento de entidades y el contexto.

Técnicas básicas para optimizar el contenido para buscadores IA

Estructura lógica con encabezados jerárquicos

Un H1 principal seguido de H2 y H3 según el desarrollo temático.

Un párrafo = una idea

Mejora la escaneabilidad y comprensión.

Listas, tablas y esquemas visuales

Facilitan la extracción de contenido por IA.

Información principal al principio

Capta la atención humana y algorítmica desde el inicio.

Lenguaje natural rico en entidades

Usa nombres propios, fechas, ubicaciones y términos precisos.

Céntrate en la profundidad

Crea contenido que responda de manera clara y detallada a preguntas comunes relacionadas con tu nicho.

Si tienes dudas sobre SEO de entidades
Puedes consultarnos en el 653 030 694
[agencia SEO en Barcelona](#) con más de 13
años de experiencia.

Optimizar tu contenido para la búsqueda con IA o **GEO (Generative Engine Optimization)**, como lo nombran diversos autores, no requiere herramientas complicadas, sino reforzar lo que siempre ha funcionado: **ser claro, coherente y estructurado**.

Si quieres destacar en esta nueva era, piensa en cómo se interpretará tu contenido, no solo en cómo se indexará.

Técnicas básicas para optimizar el contenido para buscadores IA

Ver [artículo original](#)

Si tienes dudas sobre SEO de entidades
o quieres mejorar el posicionamiento
de tu web o tienda online

Puedes consultarnos en el 653 030 694



[Agencia SEO en Barcelona](#) con más de 13
años de experiencia.