

# Estrategia post-SEO el plan de acción para 6 meses

CATEGORÍA · PANORAMA IA, INVESTIGACIÓN Y TRÁFICO

Lo que tienes que mover en tu negocio antes de que Gemini consuma el tráfico orgánico de Google.

## QUÉ VAS A ENCONTRAR

- 01 Qué cambió con Google I/O 2026
- 02 Auditoría de exposición de tu negocio
- 03 6 pilares de adquisición fuera del buscador
- 04 GEO, YouTube y owned audience
- 05 Timeline de 6 meses y métricas de early warning

## FICHA DEL RECURSO

# Qué es, para qué sirve y cómo se implementa

## FUNCIÓN

Lo que tienes que mover en tu negocio antes de que Gemini consuma el tráfico orgánico de Google.

## PARA QUÉ SIRVE

En Google I/O 2026 anunciaron que el buscador clásico se reemplaza por una caja inteligente con Gemini 3.5 Flash. Responde directo, sin mandar al usuario a una web. Agrega agentes que monitorean blogs, noticias y redes 24 horas al día, y mini-aplicaciones construidas con lenguaje natural. Resultado: 2.5 mil millones de usuarios mensuales de AI Overviews y más de mil millones de AI Mode con queries doblando trimestralmente. El click-through a sitios web está en caída acelerada. Industry data proyecta caídas de tráfico orgánico entre 40 y 70 por ciento para negocios que viven del SEO en los próximos seis meses.

## DÓNDE APLICARLO

Cubre: Qué cambió con Google I/O 2026; Auditoría de exposición de tu negocio; 6 pilares de adquisición fuera del buscador; GEO, YouTube y owned audience; Timeline de 6 meses y métricas de early warning.

## CÓMO IMPLEMENTARLO

- 1 01 / El Cambio: El buscador clásico desaparece este año.
- 2 02 / La Nueva Regla: Tu canal de adquisición no puede depender de Google.
- 3 03 / Pilar 1: Auditoría de exposición.
- 4 04 / Pilar 2: Diversificación de canales fuera del buscador.
- 5 05 / Pilar 3: GEO. Optimizar para que ChatGPT y Claude te citen.
- 6 06 / Pilar 4: YouTube long-form es el motor que AI cita.
- 7 07 / Pilar 5: Owned audience.

## 01 / EL CAMBIO

## El buscador clásico desaparece este año.

En Google I/O 2026 anunciaron que el buscador clásico se reemplaza por una caja inteligente con Gemini 3.5 Flash. Responde directo, sin mandar al usuario a una web. Agrega agentes que monitorean blogs, noticias y redes 24 horas al día, y mini-aplicaciones construidas con lenguaje natural. Resultado: 2.5 mil millones de usuarios mensuales de AI Overviews y más de mil millones de AI Mode con queries doblando trimestralmente. El click-through a sitios web está en caída acelerada. Industry data proyecta caídas de tráfico orgánico entre 40 y 70 por ciento para negocios que viven del SEO en los próximos seis meses.

## 02 / LA NUEVA REGLA

# Tu canal de adquisición no puede depender de Google.

Los negocios que sobrevivan a este cambio tienen una cosa en común: diversificaron antes de que llegara la caída. El que reacciona cuando el tráfico ya cayó arranca tarde y con presión de caja. El objetivo de este documento es darte los 6 pilares para mover tu estrategia de adquisición fuera del buscador de Google en los próximos 6 meses, con auditoría inicial, plan táctico y métricas de seguimiento.

**LA PREGUNTA QUE TIENES QUE RESPONDER HOY**

Si Google deja de mandarte tráfico orgánico en seis meses, ¿de dónde viene tu próximo cliente?

Si no tienes respuesta clara, este documento es prioridad.

## 03 / PILAR 1

# Auditoría de exposición.

Cuánto te expone Google hoy. Antes de mover canales, necesitas saber qué tan expuesto está tu negocio. La auditoría se hace en 30 minutos con Google Search Console y tu sistema de analytics.

**TRES MÉTRICAS QUE NECESITAS**

1. Porcentaje de tu tráfico que viene de Google orgánico (vs directo, social, email, paid).
2. Las 5 páginas que generan el 80 por ciento de ese tráfico orgánico.
3. Porcentaje de tu revenue que se atribuye a tráfico orgánico.

Si el 3 es mayor al 40 por ciento, semáforo rojo. Plan de 6 meses obligatorio.

## 04 / PILAR 2

## Diversificación de canales fuera del buscador.

El error más común es pensar que la diversificación es agregar más canales sin método. La regla operativa: elige 2 canales nuevos para los próximos 90 días, no 5. Tracción real en 2 vale más que presencia tibia en 5. Estos son los canales con mejor retorno para founders LATAM en 2026, ordenados por velocidad de tracción.

**CANALES POR PRIORIDAD**

- LinkedIn orgánico (B2B LATAM).
- Newsletters propias (no pasa por algoritmo).
- Comunidades pagadas (Discord, Circle, Slack).
- Reddit en subs específicos de tu nicho.
- Eventos y meetups offline LATAM.
- Partnerships con creadores del nicho.

## 05 / PILAR 3

## GEO. Optimizar para que ChatGPT y Claude te citen.

Generative Engine Optimization (GEO) es la disciplina nueva. ChatGPT tiene 800 millones de usuarios semanales activos, Gemini 750 millones mensuales más 2 mil millones vía AI Overviews, Claude 30 millones con el mayor valor por sesión. Posicionarte para ser citado en esas respuestas es el nuevo SEO.

**QUÉ APLICAR ESTE MES**

- Contenido en formato Q&A directo.
- Datos propios (estudios, surveys, métricas).
- Schema markup técnico (JSON-LD, FAQ, HowTo).
- Wikipedia o Wikidata si tu marca aplica.
- Menciones cruzadas en sitios autoritativos.
- Reddit en threads de tu nicho.
- Monitoreo: AthenaHQ, Evertune, Profound.

## 06 / PILAR 4

## YouTube long-form es el motor que AI cita.

OtterlyAI 2026 verificó que el 94 por ciento de las citas de YouTube en respuestas de AI van a video long-form, no a Shorts. El 78 por ciento de los videos con timestamps se citan múltiples veces, a veces en 2 a 5 capítulos distintos del mismo video. En Google I/O 2026 lanzaron Ask YouTube, búsqueda conversacional con Gemini sobre el catálogo entero.

**FÓRMULA YOUTUBE PARA AI CITATIONS**

- Long-form de 8 a 15 minutos (no Shorts).
- Descripciones largas y detalladas.
- Capítulos con timestamps obligatorios.
- Transcripciones manuales limpias.
- Títulos en formato Q&A.
- Shorts para alcance, long-form para citation.

## 07 / PILAR 5

## Owned audience.

La inversión más segura hoy. Una owned audience es una lista de gente a la que puedes contactar directo sin pagar a un algoritmo. Es el único canal que sobrevive intacto a este cambio. La acción más alta de retorno en los próximos 90 días es convertir todo el tráfico residual de Google en suscriptores antes de que el tráfico caiga.

**TRES LISTAS QUE TIENES QUE EMPEZAR HOY**

- Email list: pop-up + lead magnet específico.
- WhatsApp Broadcast: alta apertura en LATAM.
- SMS list: funciona en LATAM para retail.
- Push notifications: low cost, high reach.

## 08 / PILAR 6

## Adaptar el producto.

Menos dependencia de tráfico. Algunos modelos de negocio son estructuralmente dependientes de tráfico nuevo (afiliados, comparadores, blogs con ads). Otros se sostienen con base instalada (SaaS, consultoría, comunidades pagadas). El cambio post-SEO favorece el segundo grupo. Si estás en el primero, es momento de evaluar pivote o segunda línea de producto.

**PRODUCTOS QUE GANAN POST-SEO**

- Suscripciones B2B con base instalada.
- Productos digitales vendidos a lista propia.
- Servicios consultivos sobre red existente.
- Comunidades pagadas (Discord, Circle).
- Cursos a base de email/WhatsApp propia.

## 09 / EARLY WARNING

## Métricas semanales para detectar la caída.

El que detecta la caída tarde reacciona con su negocio ya en presión. Estas 4 métricas las revisas cada lunes durante los próximos 6 meses. Si dos de las cuatro empiezan a moverse negativo dos semanas seguidas, ejecutas el plan de los pilares 2 a 5 con más urgencia.

**EL DASHBOARD SEMANAL**

- CTR de Google Search Console (semana vs mes).
- Porcentaje de queries de tu nicho que disparan AI Overview.
- Tráfico orgánico vs últimos 12 meses.
- Revenue por canal de origen (no por usuario).

## 10 / TIMELINE 6 MESES

# Plan de implementación

**MES 1-2 · AUDITORÍA Y BASE**

Auditoría de exposición completada  
Email list y WhatsApp Broadcast activos  
1 canal nuevo arrancado (LinkedIn o YouTube)  
Dashboard semanal de 4 métricas funcionando

**MES 3-4 · PRODUCCIÓN CONSISTENTE**

2 canales nuevos publicando con cadencia fija  
Schema markup y Q&A content para GEO aplicados  
Primer estudio o data propia publicada  
Monitoreo de citas en AI activado

**MES 5-6 · VALIDACIÓN Y ESCALA**

Identificar los 1-2 canales con más tracción  
Doblar inversión y producción en los ganadores  
Evaluar adaptación de producto si aplica  
Plan post-6-meses definido

SIGUIENTE PASO

# Empieza por la auditoría. Esta semana.

Si quieres acompañamiento estratégico para mover tu negocio fuera del buscador de Google con plan Sin teoría. Solo lo que funciona.

MÁS GUÍAS GRATIS EN [377CREATIVE.COM/RECURSOS](https://377creative.com/recursos)