

I Estudio de **salarios** **SEO** por sectores España y LATAM | 2024

Hemos estudiado la situación laboral y los niveles salariales de 577 profesionales dedicados al SEO, ya sea trabajando por cuenta ajena (en agencias o equipos in-house) o de manera independiente (como freelance o SEOs de perfil nichero).

Realizado por DinoRANK.com



Índice

[1 ¿Quién ha hecho el estudio?](#)



[2 Perfil de los participantes](#)



[3 Comparativa entre perfiles](#)



[4 Datos Salariales](#)



1 ¿Quién ha realizado este estudio?

El equipo de DinoRANK está detrás de este estudio. Creemos que aportar cosas al sector del SEO es una apuesta a largo plazo para que DinoRANK siga creciendo y para que el día de mañana tengamos algo de lo que estar orgullosos y poder contar en una cena, con amigos, familia y colegas de profesión.

Pensamos que este estudio servirá a nuevas generaciones de emprendedores que estén pensando en dar el salto al mundo del SEO y queremos formar parte de esa decisión, de una manera o de otra.

Desde Blogger3cero hasta hoy, esta es mi forma de entender el mundo online.

Dean Romero.

Objetivo



Segmento de participantes



Elaboración del informe



Objetivos del estudio

Recopilar **información detallada sobre diferentes roles dentro del SEO** (nichero, agencia, freelance, in-house) **y comparar características clave** como ingresos, experiencia y hábitos laborales.

Con toda la información recopilada **se ha elaborado el presente informe** detallado sobre los diferentes roles dentro del SEO (nichero, agencia, freelance, in-house).

Visión completa

Del sector SEO, incluyendo datos sobre ingresos, experiencia, hábitos laborales y balance vida-trabajo.

Ayudar

A los profesionales y a quienes están considerando entrar al sector a tomar decisiones informadas sobre su carrera y desarrollo profesional.

Nicheros

También queríamos dar cierta visibilidad a SEOs de perfil nichero. Ya que Dean empezó siendo nichero y es un perfil que nunca aparece en este tipo de estudios.

Segmento de **participantes**

El estudio se ha elaborado en base a una **encuesta de aproximadamente 20 preguntas** sobre aspectos salariales, laborales, geográficos, etc.

 **577 RESPUESTAS** **14 PAÍSES**

Han participado un total de **577 profesionales del SEO de 14 países**, siendo España el más representativo con un 75 % de los encuestados. La mayoría de los participantes restantes son de países Hispanoamericanos.

Elaboración del informe



Se han **recopilado datos durante 14 días** (desde el 18 de noviembre hasta el 1 de diciembre).



La **encuesta fue difundida de forma pública a través de las redes sociales** de la marca y de diferentes referentes del sector SEO en España y LATAM.



En todo momento se ha anunciado que **la finalidad de la encuesta era elaborar el presente estudio** y las respuestas son anónimas.

EL CUESTIONARIO CONTIENE:

- Preguntas **demográficas** (género, rango de edad, país de residencia)
- Preguntas profesionales **rama del SEO y experiencia laboral** (agencias, freelance, nichos, in-house)
- **Indicadores de desempeño** (ingresos, número de clientes/nichos, tiempo dedicado al trabajo)
- **Métodos de aprendizaje**
- Datos relacionados con el **balance vida-trabajo**.

2 Perfil de los participantes

Distribución de roles



Condiciones de trabajo



Perfil demográfico



Experiencia



Métodos de aprendizaje



Especialidad



Rol de los participantes

Roles en el SEO



- La **mayoría de los profesionales del SEO se concentran en estructuras organizadas (agencias o empresas)**, lo que sugiere que estas ramas ofrecen más oportunidades en cuanto a acceso laboral.
- Los **roles independientes (freelance y nichero) tienen una representación considerable pero menor**, probablemente debido a los retos de iniciar y escalar proyectos individuales.

Combinaciones más comunes

Esta tabla presenta un **análisis detallado de las distintas ramas del SEO en función de su popularidad y combinaciones.**

Los datos están **organizados según las principales categorías del sector** (Consultor Freelance, SEO en Agencia, SEO in house y SEO nichero), seguidas por las combinaciones más comunes entre estas.

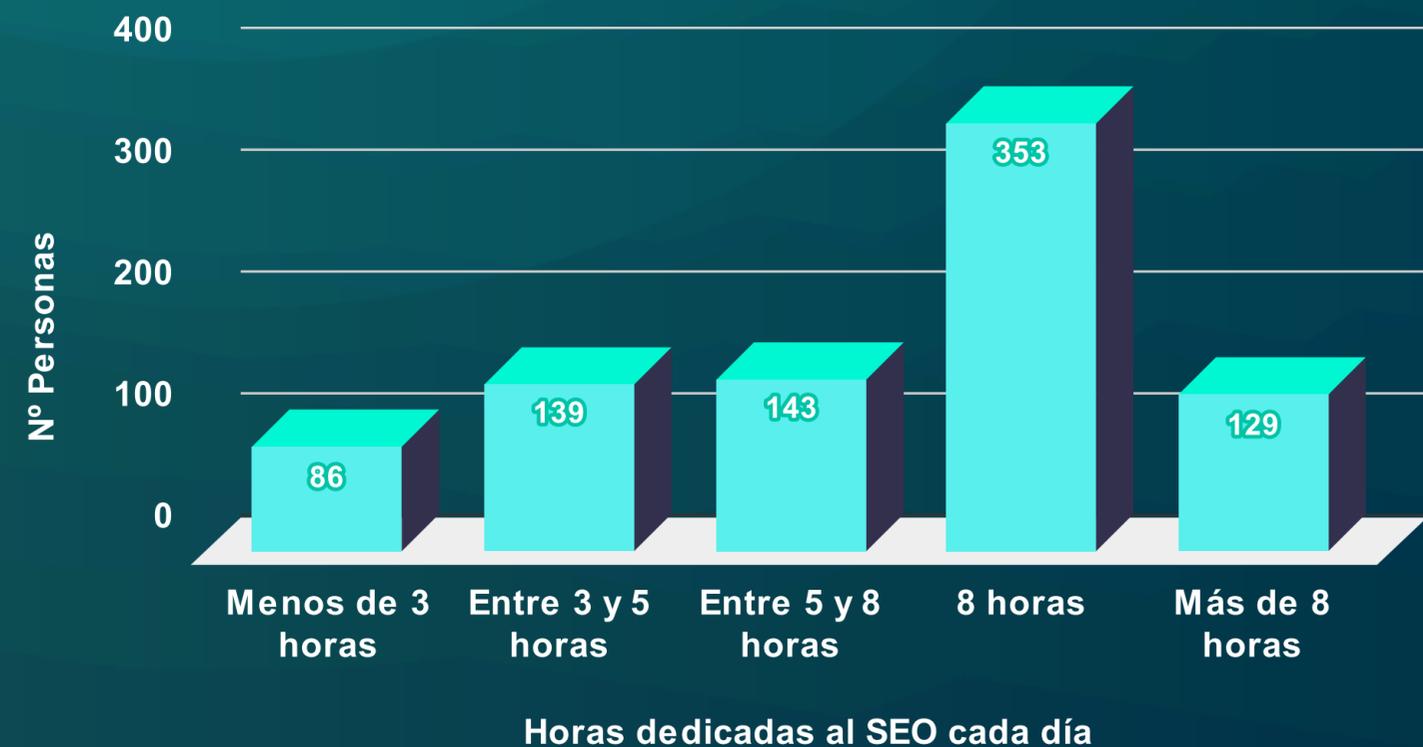
Este desglose permite visualizar **cuántas personas se encuentran desempeñándose en cada rama y sus combinaciones**, ordenadas de mayor a menor frecuencia para facilitar la interpretación.

Rama del SEO/ Combinaciones	Nº de personas
Consultor Freelance	128
Consultor Freelance, SEO in house	15
Consultor Freelance, SEO nichero	11
Consultor Freelance, SEO en Agencia	10
SEO en Agencia	205
SEO en Agencia, Consultor Freelance	10
SEO en Agencia, SEO nichero	4
SEO in house	118
SEO in house, Consultor Freelance	7
SEO in house, SEO nichero	5
SEO nichero	46
SEO nichero, Consultor Freelance	4

¿Cuántas horas trabajan?

- La mayoría de los profesionales del SEO (353 personas) dedica 8 horas diarias, reflejando jornadas completas en el sector.
- Un 39% trabaja menos de 8 horas, distribuidos entre menos de 3 horas (86 personas), 3 - 5 horas (139 personas) y 5 - 8 horas (143 personas).
- Solo un 15% supera las 8 horas, mostrando que el SEO puede ser intensivo para ciertos roles.

Horas dedicadas al SEO cada día

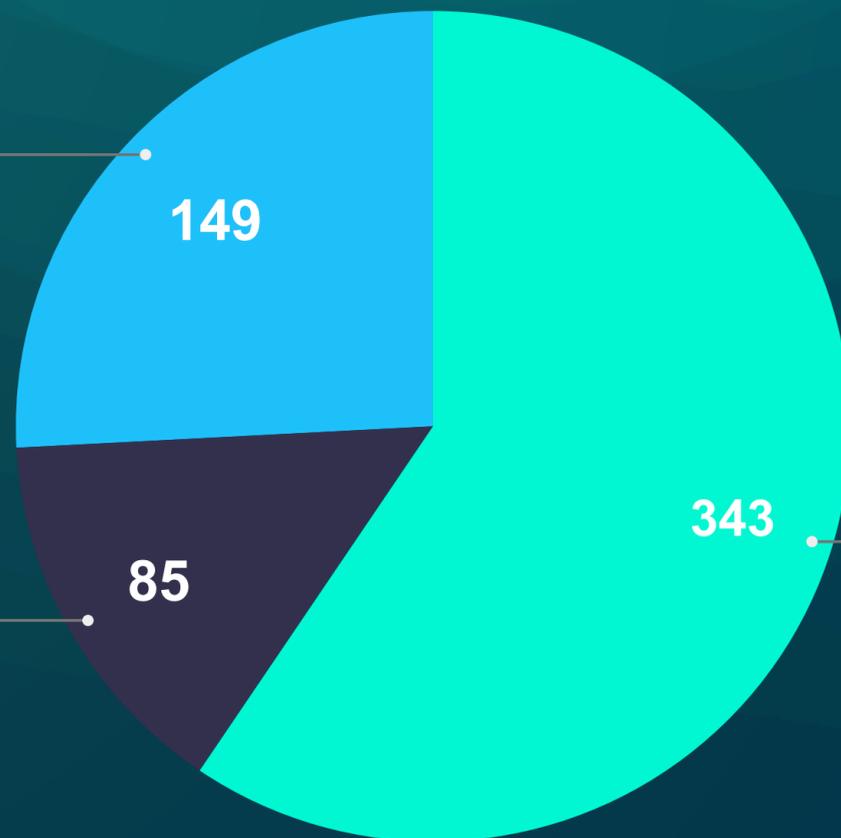


¿Desde **dónde** trabajan los SEOs?

¿Desde dónde trabajan?

Modelo híbrido
25,8%

Presencial
14,7%



A distancia / Desde casa
59,4%

Resumen



La gráfica anterior muestra una clara predominancia del trabajo a distancia o desde casa, con un 59.4% de los encuestados (343 personas) eligiendo esta modalidad. Esto refleja que **el SEO**, como profesión digital, **se adapta bien a entornos remotos**, probablemente impulsado por la flexibilidad que ofrece.



El 25.1% (149 personas) trabaja bajo un modelo híbrido, combinando presencialidad y trabajo remoto, lo que puede indicar que **algunas empresas buscan un equilibrio entre flexibilidad y colaboración presencial**, lo cual permite una buena conciliación personal - profesional, dentro de nuestro sector.



Por último, el 14.7% (85 personas) trabaja en modalidad presencial pura, mostrando que aunque es menos común, **algunas organizaciones aún prefieren mantener la presencia física**, posiblemente en roles internos o corporativos. Pero son minoría.



En conclusión, **el SEO es predominantemente una profesión que favorece el trabajo remoto**, con una tendencia clara hacia modalidades flexibles, **pero manteniendo opciones para quienes optan por esquemas más tradicionales**.

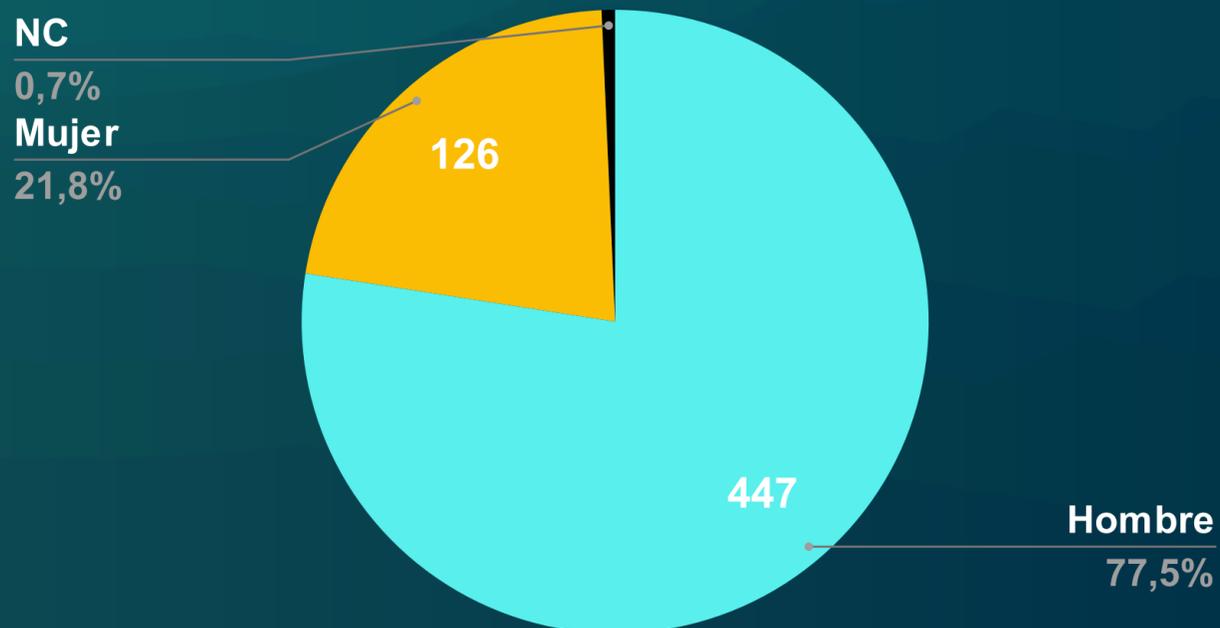
Perfil demográfico I (Género)

La distribución de género en el sector SEO, según la gráfica, refleja una clara predominancia masculina, con un **77.5% de hombres** (447 personas), frente al **21.8% de mujeres** (126 personas).

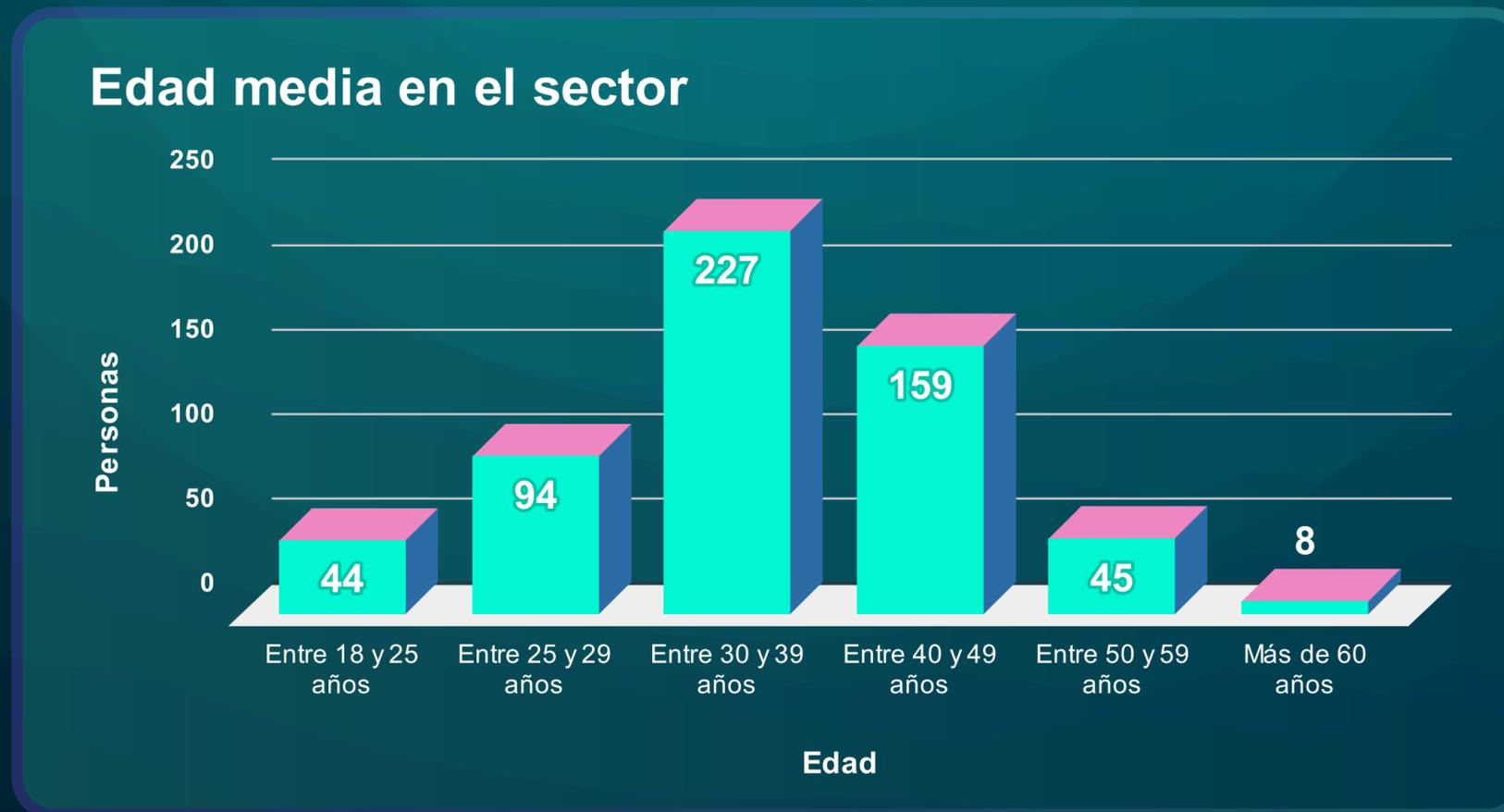
Esto pone de manifiesto una **brecha de género significativa en el sector**, lo que podría ser indicativo de una menor representación de mujeres en roles relacionados con SEO o una posible barrera de entrada al sector.



Distribución según el género



Perfil demográfico II (Edad)



- **La mayoría de los profesionales del SEO** se concentran en las franjas **de 30 a 39 años** (227 personas) **y 40 a 49 años** (159 personas), indicando que esta etapa es la de mayor actividad en el sector.
- **Los extremos de edad**, como los jóvenes entre 18 y 25 años (44 personas) y los mayores de 60 años (8 personas), **tienen una representación menor.**

Experiencia laboral

La mayoría de los profesionales (25%) tiene más de 8 años de experiencia, mostrando un núcleo consolidado de expertos. Sin embargo, el 23.2% está en la etapa de 2-3 años, destacando un flujo constante de nuevos talentos que consolidan su posición en el sector.

Solo el 11.8% tiene 1 o menos años, indicando que el SEO requiere una curva de aprendizaje inicial para establecerse como profesión.



Experiencia laboral

En función de la edad

El SEO es un sector dinámico con una fuerte representación de jóvenes en formación y un núcleo consolidado de profesionales entre 30 y 49 años.

Los expertos mayores de 50 años son pocos, lo que sugiere que el sector **tiende a ser más atractivo en etapas tempranas y medias de la vida laboral.**

Edad / Experiencia	1 año o menos	2 - 3 años	3 - 5 años	6 - 8 años	Más de 8 años
Entre 18 y 25 años	21	21	1	1	X
Entre 25 y 29 años	14	40	28	9	3
Entre 30 y 39 años	14	31	47	69	66
Entre 40 y 49 años	9	34	32	27	57
Entre 50 y 59 años	5	8	12	4	16
Más de 60 años	3	X	1	X	4

¿Cómo aprendieron SEO?

A partir de las respuestas, podemos identificar los siguientes patrones y categorías de aprendizaje:



Resumen



La mayoría de los encuestados han aprendido SEO de forma autodidacta, lo que demuestra lo accesibles y variados que son los recursos disponibles en esta disciplina.



Sin embargo, las formaciones específicas, como los másteres de BigSEO, Webpositer y DinoRANK o cursos de diversa índole también tienen un gran reconocimiento, lo que refleja la necesidad de formación estructurada para muchos profesionales.



Por otro lado, la experiencia laboral y las mentorías destacan como formas muy valiosas de mejorar habilidades, ya que permiten aprender directamente en un entorno práctico.



Además, el contenido gratuito, como blogs, YouTube y comunidades, resulta fundamental para quienes buscan iniciarse sin invertir en formaciones de pago.

Especialidad SEO



Resumen

Predominio del SEO On Page y de Contenidos:

El SEO On Page (73,5%) y el SEO de Contenidos (60%) son las especialidades más populares. Esto muestra que optimizar páginas y trabajar en estrategias de contenido son habilidades clave para la mayoría de los profesionales del sector. Tal vez incluye que el SEO de contenidos es más intuitivo y más fácil de aprender que el SEO técnico, por ejemplo.

Importancia del SEO Técnico:

Con un 52,7%, el SEO Técnico ocupa el tercer lugar, reflejando que, aunque es más complejo, es ampliamente valorado y practicado dentro del sector.

Especialización en SEO Local y Ecommerce:

El SEO Local (43,9%) y el SEO para Ecommerce (39,1%) destacan como áreas de alta demanda, probablemente impulsadas por negocios que buscan visibilidad en mercados específicos o plataformas de venta.

Menor enfoque en áreas nicho:

Especialidades como SEO para Nichos (17,7%), SEO en Medios (9,4%) y SEO para Marketplaces (6,5%) son menos comunes, posiblemente debido a que están dirigidas a mercados más específicos o con menor representación en la muestra.

Tendencia analítica e internacional:

El SEO Analítico (25,7%) y el SEO Internacional (21,1%) muestran una demanda creciente, reflejando la importancia de tomar decisiones basadas en datos y expandirse a mercados globales.

3 Comparativa entre perfiles

Comparativa general



Freelance



Nichero



Agencia

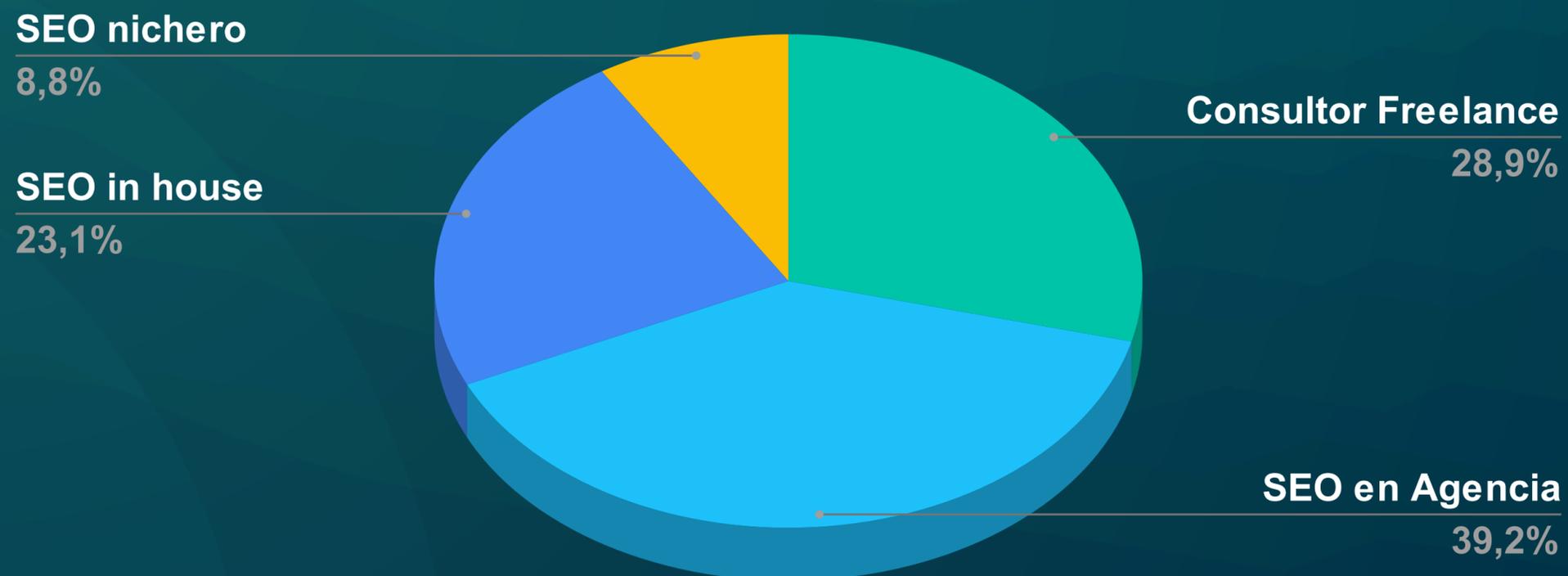


In house



Sectores del SEO

Vamos a **comparar los salarios y las condiciones laborales** dentro de los diferentes sectores que hay en el SEO. La siguiente gráfica representa la cantidad de profesionales en cada sector.



Experiencia por sectores

- **Consultoría Freelance y SEO en Agencia son las ramas con mayor representación de expertos consolidados** (más de 8 años).
- El **SEO in house muestra un equilibrio en experiencia**, siendo ideal para quienes buscan estabilidad.
- El **SEO Nichero es mayormente explorado por quienes están comenzando en el sector**, posiblemente debido a su flexibilidad o bajo costo de entrada y también a que se asume más riesgo. Un perfil más senior suele buscar más estabilidad desde un inicio.

Rama / Experiencia	1 año o menos	2 - 3 años	3 - 5 años	6 - 8 años	Más de 8 años
Consultor Freelance	16	40	33	27	51
SEO en Agencia	21	53	45	45	62
SEO in house	15	28	31	31	28
SEO nichero	14	13	12	7	5

Resumen



Consultor Freelance

Es una **rama con un alto número de profesionales con más de 8 años de experiencia**, lo que indica que este rol suele ser asumido por expertos que han consolidado su trayectoria en el sector. Hay una **representación significativa en etapas iniciales**, lo que muestra que también es un punto de partida común para nuevos profesionales.



SEO en Agencia

La mayor concentración está en profesionales con más de 8 años de experiencia, lo que sugiere que **las agencias tienden a retener talento experimentado**. Sin embargo, **tiene una representación considerable en niveles iniciales e intermedios**.



SEO in house

La distribución es más equilibrada, con un rango homogéneo de profesionales entre 3 y más de 8 años. Esto indica que **las empresas suelen buscar profesionales con experiencia intermedia a avanzada**, hay una **representación menor en niveles iniciales**.



SEO Nichero

Predominan los profesionales con poca experiencia. Hay muy pocos con más de 8 años, lo que podría indicar que **esta rama es más exploratoria o secundaria para muchos en el sector**.

Horas de trabajo al día



Agencia - Horas al día



In- house - Horas al día



Nicheros - Horas al día



Freelance - Horas al día

Resumen

Freelance:

La mayoría de **los freelancers trabaja entre 4 y 6 horas al día**, lo que refleja la flexibilidad que ofrece este rol. Sin embargo, hay **un porcentaje significativo que trabaja entre 7 y 8 horas o incluso más de 8 horas**, mostrando que algunos freelancers tienen una carga laboral intensa.

In-house:

La **mayoría de los profesionales in-house trabajan 7-8 horas al día**, lo que encaja con un horario laboral estándar en empresas. Hay también representación notable en el rango de 4-6 horas, posiblemente aquellos con jornadas reducidas o roles menos demandantes.

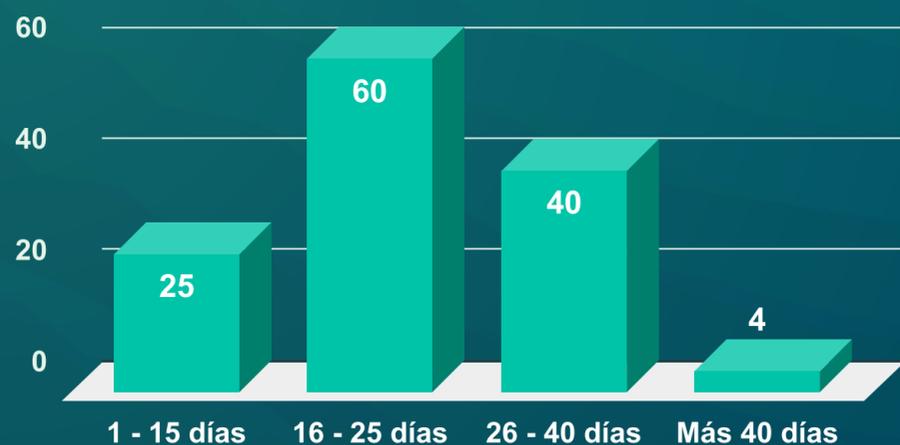
Agencia:

Este rol **tiene la mayor concentración de personas que trabajan 7-8 horas al día**, lo que sugiere una carga de trabajo intensa y estructurada en agencias. Aunque menor, hay representación de quienes trabajan más de 8 horas, indicando que el trabajo en agencias puede ser exigente.

SEO Nichero:

Es el rol con **mayor proporción de personas que trabajan 3 horas o menos**, lo que refleja la naturaleza más flexible o secundaria de este tipo de SEO. Muy pocos trabajan más de 8 horas, **reafirmando que es una actividad que suele combinarse con otras ocupaciones**. Al combinarse, se destina menos tiempo. Solo los perfiles nicheros profesionales (que son muchos menos) dedican foco y jornada completa.

Vacaciones al año



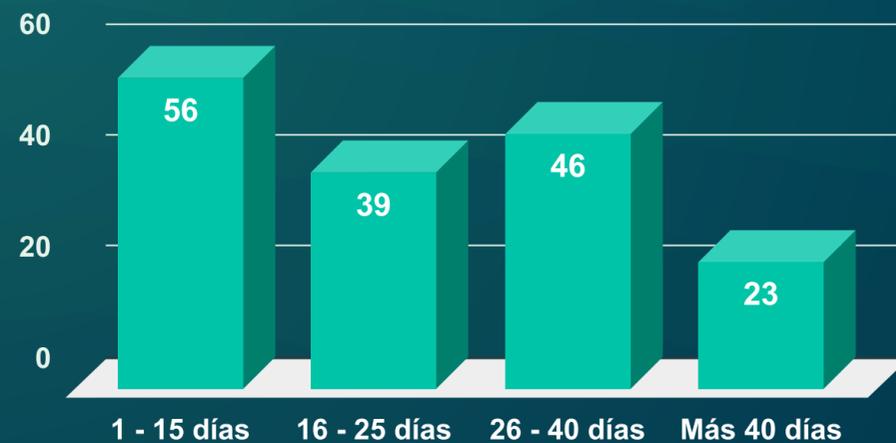
Días de vacaciones al año In house



Días de vacaciones al año Nicheros



Días de vacaciones al año Agencia



Días de vacaciones al año Freelance

Resumen



In-house:

La mayoría de los profesionales in-house tiene entre 16 y 25 días de vacaciones al año, lo que refleja que **estos roles suelen estar alineados con los estándares laborales de muchas empresas**. Hay un grupo significativo con entre 26 y 40 días, mostrando que algunas empresas ofrecen beneficios adicionales en términos de tiempo libre.



Agencia:

La mayoría de los profesionales en agencias también reporta tener entre 16 y 25 días de vacaciones, siguiendo una **tendencia similar a los roles in-house**. Un grupo importante tiene entre 26 y 40 días, indicando que las agencias pueden ofrecer opciones de descanso extendido. Hay un **pequeño porcentaje con más de 40 días de vacaciones**, lo que podría reflejar casos excepcionales.



Freelance:

La **distribución es más equilibrada**, aunque la mayor parte se concentra en los rangos de 1-15 días y 26-40 días. **Un número considerable tiene más de 40 días**, lo que refleja la flexibilidad que tienen los freelancers para gestionar su tiempo libre según sus necesidades.



Nichero:

Este grupo tiene mayor concentración de profesionales con entre 26 y 40 días de vacaciones. Sin embargo, **hay un porcentaje significativo con 1-15 días**, mostrando que algunos aún dedican gran parte del tiempo a esta actividad.

Conoce cada uno de los sectores



FREELANCE



NICHERO



AGENCIA



IN-HOUSE



Freelance

Como freelance, gestionas tu propio portafolio de clientes, ofreciendo servicios SEO que gestionas tú mismo. Eres tu propio jefe y decides tus precios, metodologías y plazos.

Pros:

- ✔ Libertad total: eliges tus clientes, proyectos y horarios.
- ✔ Potencial de ingresos: puedes ganar más que en un trabajo fijo, dependiendo de tu capacidad.
- ✔ Variedad de proyectos: trabajas con diferentes industrias y modelos de negocio.
- ✔ Posibilidad de trabajar desde cualquier lugar.

Contras:

- ✘ Ingresos inestables: depende de los contratos y clientes.
- ✘ Demanda habilidades extras: no solo SEO, sino también gestión de clientes, facturación y ventas.
- ✘ Tiempo limitado: puede ser difícil escalar sin subcontratar o formar un equipo.
- ✘ Estrés: gestionar clientes conflictivos o proyectos exigentes.

Media de **clientes gestionados**

La **mayoría de los freelancers encuentra un equilibrio manejando entre 3 y 6 clientes al mes**, lo que sugiere que esta cantidad permite mantener una carga de trabajo manejable y un nivel de servicio personalizado.



Clientes gestionados al mes

Por otro lado, **los freelancers que gestionan más de 8 clientes probablemente operan con un modelo de negocio más orientado al volumen**, priorizando tareas estandarizadas o delegando funciones para cumplir con la demanda.

En el extremo opuesto, **las personas que gestionan 1-2 clientes podrían reflejar proyectos de alta dedicación o profesionales que están comenzando** en el sector.

Los datos evidencian la diversidad en la forma de trabajar dentro del modelo freelance, adaptándose a distintos enfoques y objetivos profesionales.

Tarifa mensual media por cliente

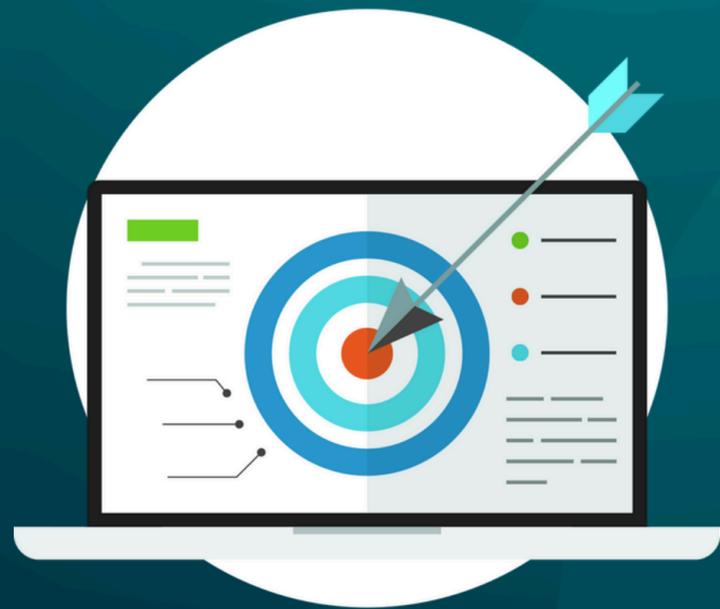
La **mayoría** de los freelancers tiene una tarifa mensual media que **se concentra en el rango de 201-400 €**, lo que parece ser el estándar del sector para clientes promedio.



Los ingresos más altos (más de 1500 €) están reservados para casos excepcionales, mientras que el rango de 401-600 € marca una progresión hacia servicios de mayor valor.

Por otro lado, los rangos más bajos (0-200 €) reflejan principalmente servicios básicos o profesionales que están en una etapa inicial de su carrera.

Esto sugiere que el mercado freelance ofrece opciones variadas, adaptándose a diferentes perfiles de cliente y niveles de experiencia.



Nichero

El SEO nichero se centra en la creación y posicionamiento de sitios web específicos para monetizarlos mediante modelos como Google AdSense, marketing de afiliación (Amazon, Awin, etc.) o estrategias como "rank and rent" (posicionar un sitio y alquilarlo a terceros). Suele implicar un enfoque en la automatización, creación de contenido masivo, y experimentación constante con técnicas de SEO.

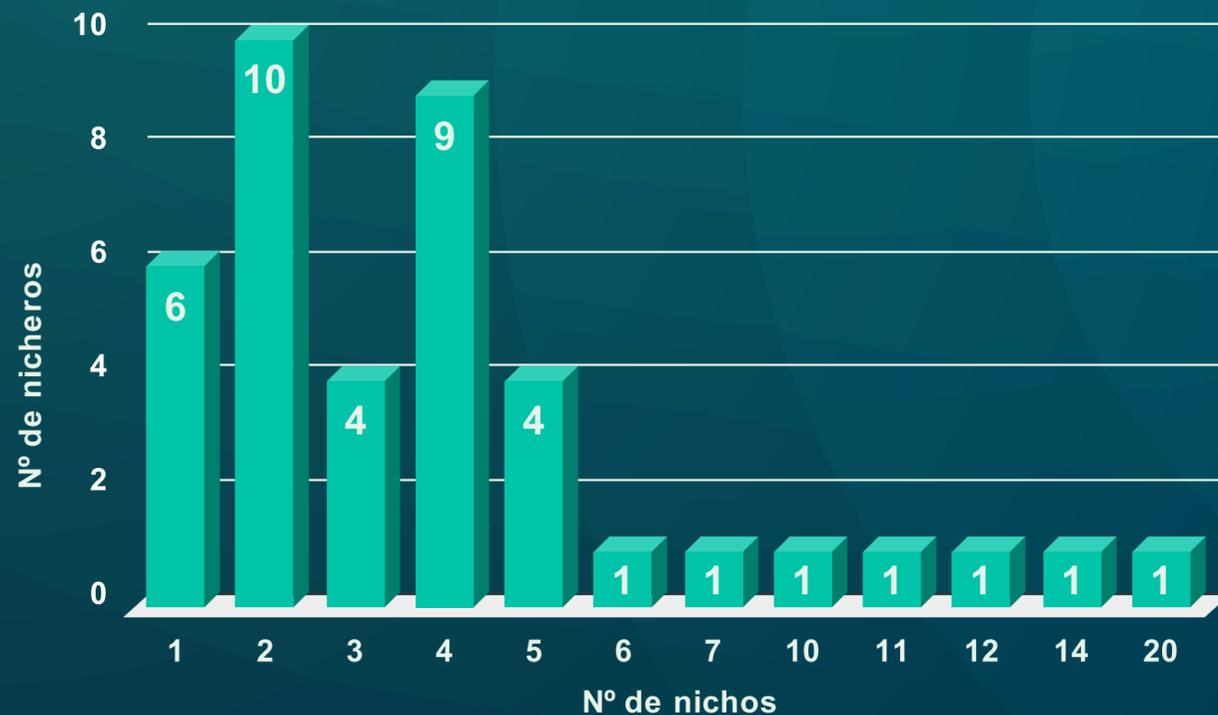
Pros:

- ✓ Autonomía total: tú decides el nicho, las estrategias y los plazos.
- ✓ Escalabilidad: un proyecto exitoso puede replicarse en otros nichos.
- ✓ Diversificación de ingresos: puedes monetizar con múltiples modelos.
- ✓ Alto margen de beneficios: pocos costes fijos.

Contras:

- ✗ Incertidumbre: los algoritmos de Google pueden afectar tus proyectos.
- ✗ Competencia feroz: muchos SEOs compiten en los mismos nichos rentables.
- ✗ Requiere habilidades, desde keyword research, SEO de contenidos, conocimientos Wordpress.
- ✗ Demanda tiempo para alcanzar ingresos significativos en nuevos proyectos.

¿Cuántos nichos te **generan ingresos**?



La mayoría de los nicheros depende de un **número reducido de nichos**, generalmente entre 1 y 3, para generar ingresos, lo que refleja un enfoque en la calidad y la optimización de proyectos específicos.

Los casos de diversificación **con más de 10 nichos son excepcionales y sugieren un modelo de trabajo más automatizado** o con equipos de apoyo.

Este panorama evidencia que, en el SEO nichero, concentrarse en pocos proyectos suele ser más efectivo que abarcar demasiados.

¿Cuánto **genera** al mes tu nicho más rentable?



Nichos más rentables al mes

La **mayoría de los nichos genera ingresos bajos o moderados**, con 100 € o menos siendo el rango más frecuente.

Solo **un grupo reducido alcanza ingresos superiores a 1000 € mensuales en su mejor nicho**, lo que indica que los nichos de alta rentabilidad requieren una mayor experiencia, inversión y estrategias bien estructuradas.

Estos datos destacan que **el SEO nichero**, aunque accesible para muchos, **depende de la capacidad de escalar y optimizar los proyectos para maximizar ganancias**.

¿Cuál es tu **récord de facturación** con un nicho?

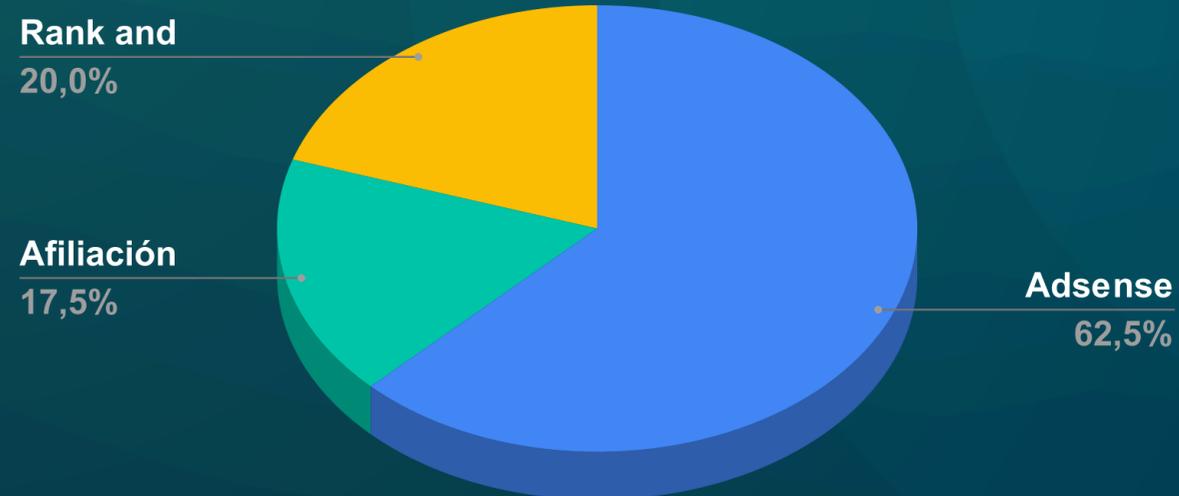
La mayoría de los nicheros no supera los 500 € como récord mensual en sus nichos, lo que sugiere que el SEO nichero, para muchos, sigue siendo un modelo de ingresos adicionales.

Sin embargo, los rangos de 1001-3000 € muestran un grupo en crecimiento que ha logrado optimizar sus proyectos.

Finalmente, **los casos excepcionales de ingresos superiores a 6,000 € destacan la existencia de grandes oportunidades en mercados bien trabajados**, aunque son poco comunes.



¿Cuál es el tipo de nicho más rentable?



AdSense lidera ampliamente como modelo de ingresos para nichos, evidenciando su accesibilidad y estabilidad.

No obstante, **el modelo Rank and Rent se perfila como una alternativa rentable y en crecimiento**, probablemente debido a su capacidad de ofrecer ingresos recurrentes.

Por último, **la afiliación**, aunque menos popular, **sigue siendo una estrategia importante**, especialmente para nichos enfocados en productos o servicios específicos.



Agencia

Trabajar en una agencia implica gestionar proyectos SEO de múltiples clientes. Esto puede incluir empresas pequeñas, medianas o grandes con objetivos específicos. Las agencias suelen contar con equipos multidisciplinares, lo que permite desarrollar proyectos a gran escala.

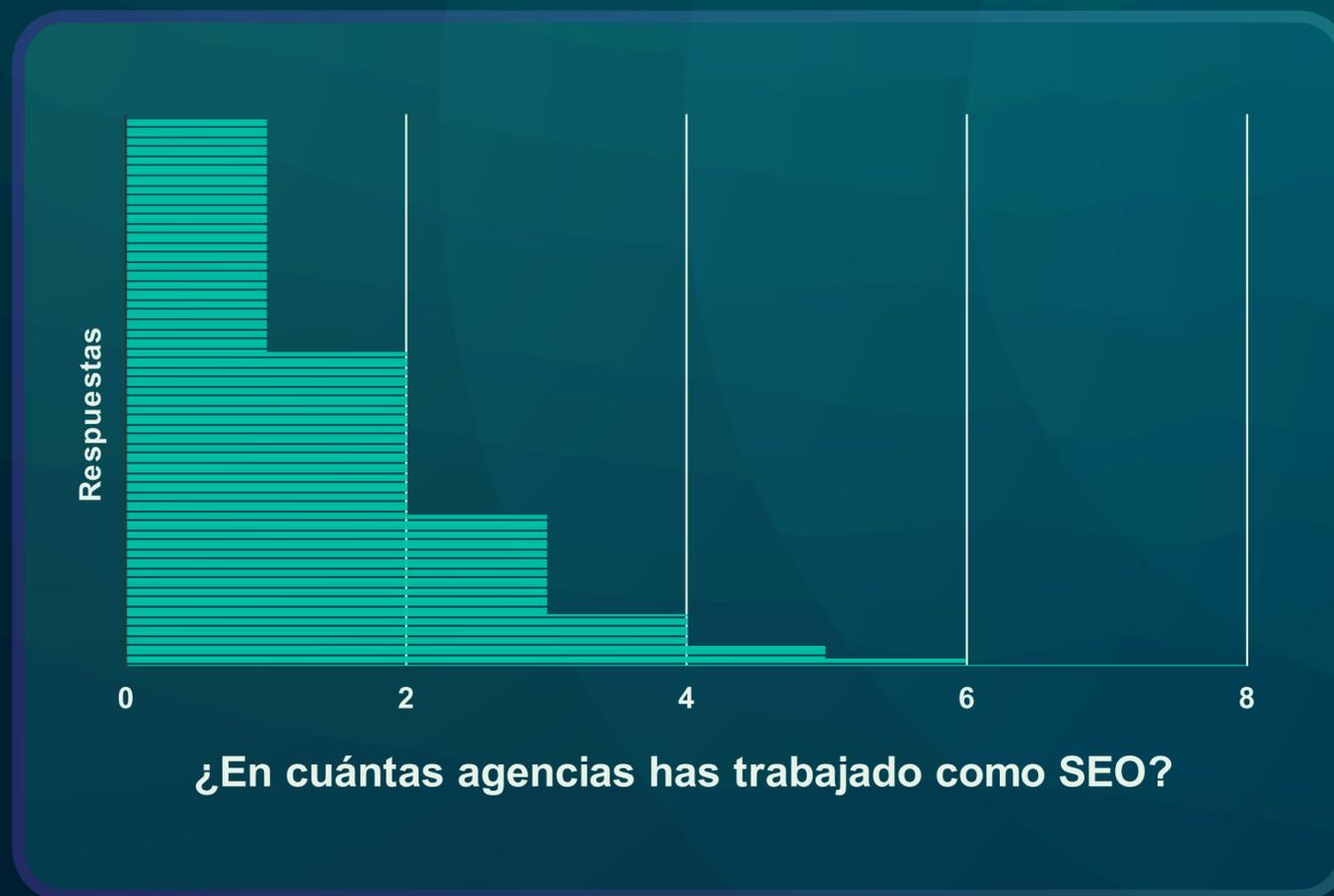
Pros:

- ✔ Gran aprendizaje: expuesto a múltiples industrias y estrategias.
- ✔ Trabajo en equipo: puedes colaborar con diseñadores, desarrolladores y marketers de diverso perfil a la hora de trabajar.
- ✔ Estabilidad económica: salario fijo con posibilidad de incentivos.
- ✔ Acceso a herramientas avanzadas y presupuestos mayores.

Contras:

- ✘ Presión y deadlines: el ritmo suele ser intenso y las demandas de los clientes exigentes.
- ✘ Menor control creativo: muchas decisiones dependen del cliente o superiores.
- ✘ Posible desmotivación: trabajar en sectores poco inspiradores o con poca libertad estratégica.
- ✘ Rotación alta en algunas agencias: debido al estrés o la carga laboral.

¿En cuántas agencias han trabajado?



Los SEO que trabajan en agencias tienden a permanecer en 1 o 2 agencias a lo largo de su trayectoria, lo que refleja cierta estabilidad laboral o menor movilidad en el sector.

Esto podría estar relacionado con el nivel de especialización requerido o la satisfacción con las oportunidades en las agencias actuales.

Por otro lado, **los casos de múltiples cambios de agencia son poco frecuentes**, indicando que no es común buscar experiencia diversificada a través de numerosos empleadores.

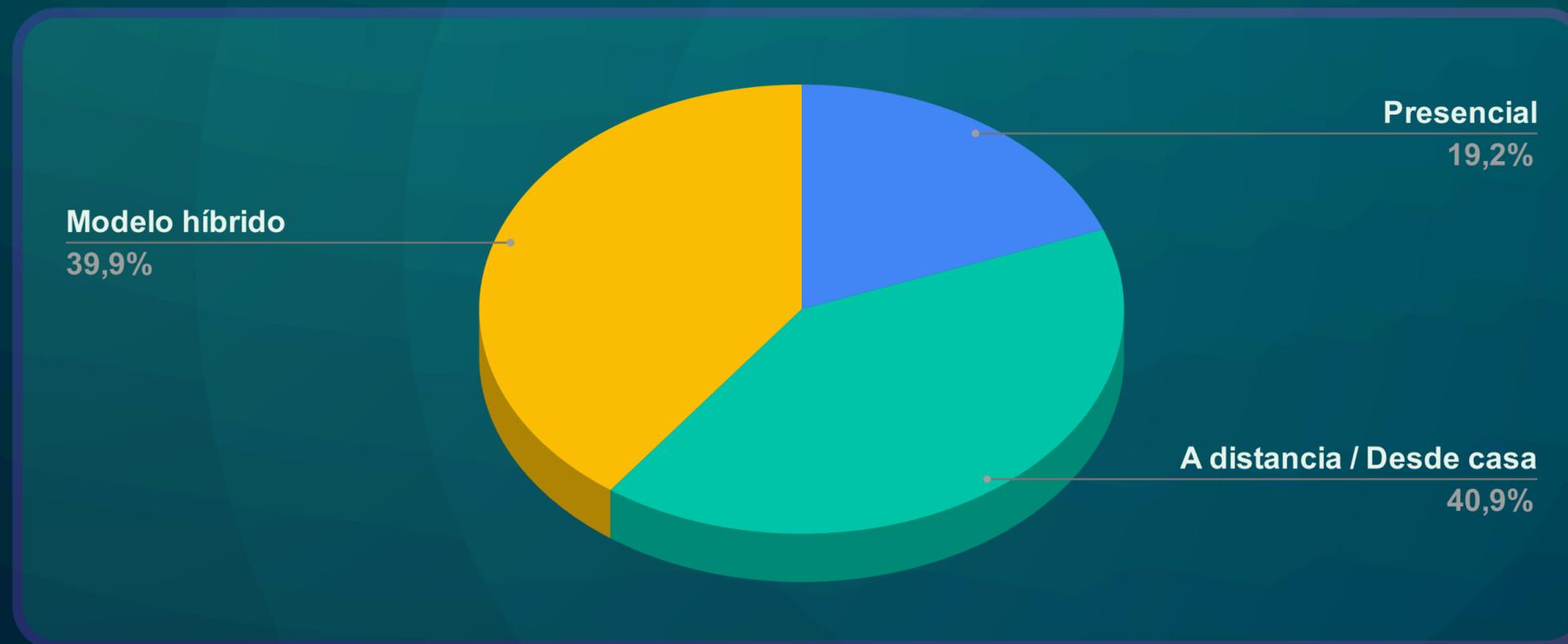
¿Cuántos días de vacaciones tienen al año?

La mayoría de los empleados en agencias SEO cuentan con entre 16 y 25 días de vacaciones, reflejando estándares laborales comunes.

Además, destaca que casi un tercio de los encuestados tiene vacaciones extendidas (más de 26 días), mientras que un grupo más reducido cuenta con días significativamente limitados, lo que indica diferencias en condiciones laborales según la agencia o el tipo de contrato.



¿Qué modalidad de trabajo es más común en agencias?



- **La modalidad de trabajo en agencias SEO refleja una fuerte transición hacia la flexibilidad**, con el 81% de los encuestados trabajando al menos parcialmente desde casa.
- El **modelo híbrido y el trabajo remoto total dominan el sector**, destacando cómo el SEO se adapta perfectamente a las dinámicas laborales digitales modernas, mientras que la modalidad presencial sigue siendo minoritaria en un mercado en constante evolución.



In-house

Como SEO in-house, trabajas exclusivamente para una empresa optimizando su presencia en buscadores, apoyando sus objetivos comerciales (venta de productos, generación de leads, etc.). Sueles estar más enfocado en estrategias a largo plazo y colaborar estrechamente con otros equipos internos.

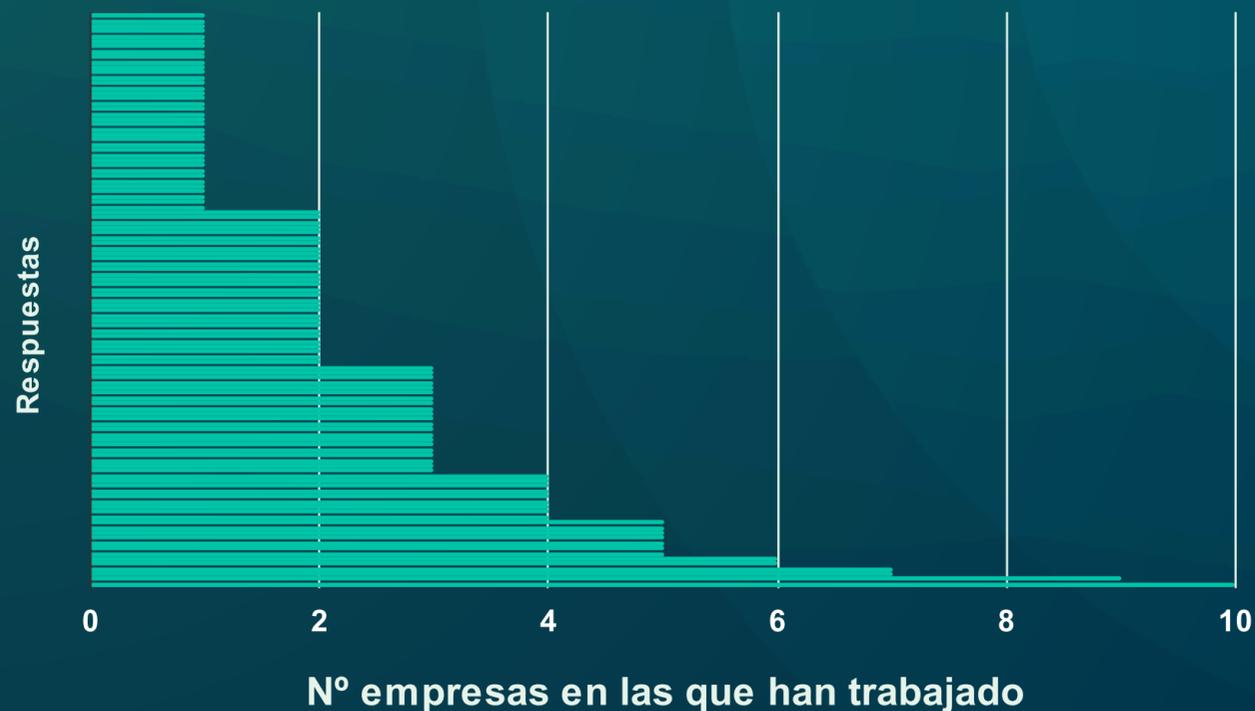
Pros:

- ✓ Profundidad en el proyecto: puedes conocer la empresa a fondo y alinear estrategias con sus objetivos.
- ✓ Estabilidad laboral y salario fijo.
- ✓ Menor presión de deadlines externos: el cliente es interno.
- ✓ Posibilidad de escalar proyectos a largo plazo sin repartir el foco entre múltiples cuentas.

Contras:

- ✗ Menor variedad de proyectos: siempre enfocado en una sola industria o marca.
- ✗ Presupuesto y decisiones dependientes de la empresa: puede haber restricciones.
- ✗ Dependencia de otros departamentos: tus iniciativas pueden ser frenadas por desarrollo, legal, etc.
- ✗ Posible monotonía a largo plazo.

¿En cuántas empresas han trabajado?



Los datos sugieren que **los SEO in-house suelen permanecer en una empresa durante largos períodos**, lo que contrasta con otros roles del sector SEO que suelen mostrar mayor movilidad.

Esto **podría deberse a la naturaleza estratégica y a largo plazo del trabajo in-house**, que fomenta la lealtad mutua entre empleador y empleado.

La menor movilidad también podría estar relacionada con la concentración de oportunidades relevantes en empresas específicas, lo que limita los cambios frecuentes.

¿Cuántos días de vacaciones tienen al año?

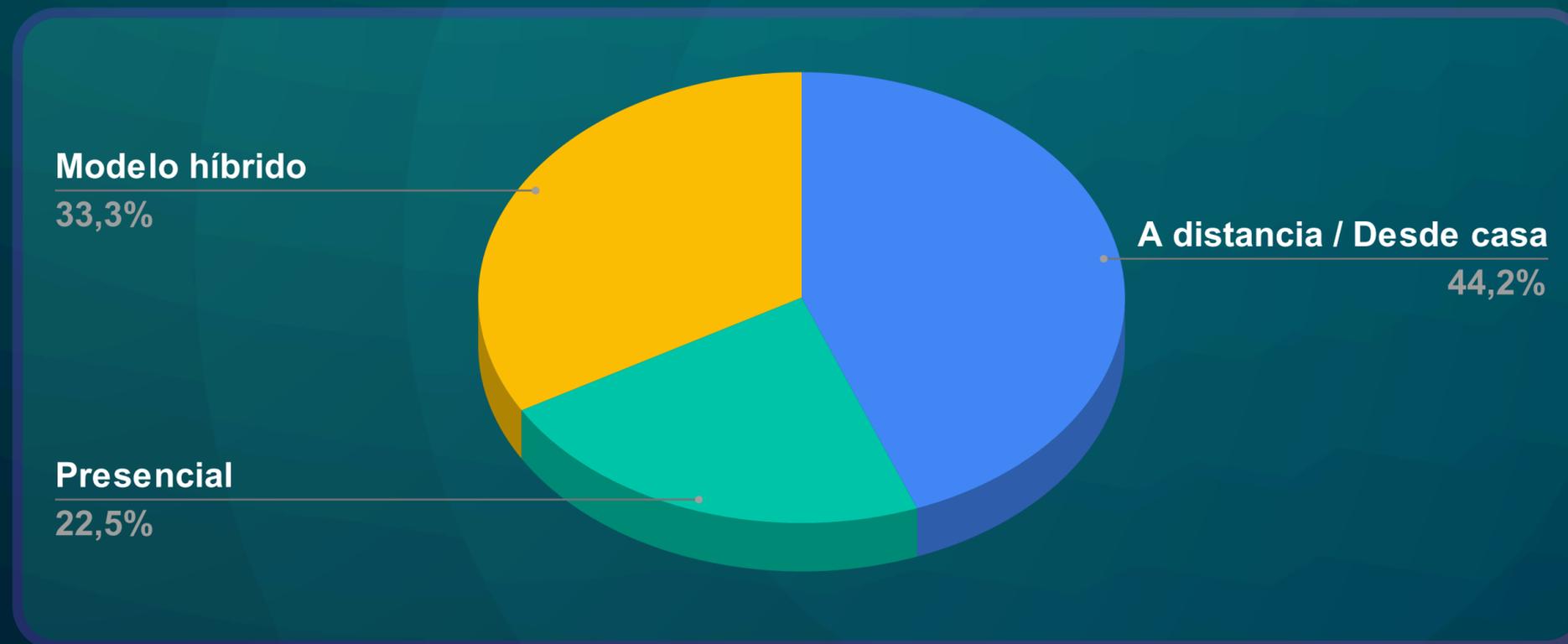
Los **SEO in-house disfrutan**, en su mayoría, de un rango de vacaciones alineado con estándares laborales comunes, con una significativa proporción que goza de beneficios extendidos.

Aunque la mayoría supera los 15 días, un pequeño porcentaje con vacaciones limitadas refleja disparidades según la política interna de cada empresa.

Las **condiciones favorables para un grupo notable de empleados resaltan la competitividad de algunas empresas en retener talento** con beneficios atractivos.



¿Qué **modalidad de trabajo** es más común en las empresas?



- El **trabajo remoto y el modelo híbrido dominan entre los SEO in-house**, con más del 75% desempeñando sus funciones fuera de la oficina al menos parte del tiempo.
- Esto refleja una adopción generalizada de modelos flexibles en el sector, favorecida por la naturaleza digital del SEO.
- **La modalidad presencial**, aunque minoritaria, **sigue siendo relevante en ciertos contextos empresariales** o por necesidades específicas.

4 Datos salariales

[Freelance](#)



[Nichero](#)



[Agencia](#)



[In house](#)



[Estudio salarial](#)



**Para el estudio salarial, se han tenido únicamente en cuenta las respuestas de España.

Salario bruto anual en SEO



Resumen

Distribución de ingresos bajos predominante:

- La mayor parte de los encuestados reporta ingresos brutos anuales de 20.000 € o menos, lo que representa una proporción significativa. Este dato refleja la realidad de los sueldos iniciales o de roles menos especializados en SEO.

Concentración en el rango medio:

- Los salarios entre 20.000 € y 40.000 € agrupan un gran número de profesionales. Esto indica que la mayoría de los SEOs se sitúan en un nivel salarial intermedio, posiblemente en etapas de consolidación profesional.

Ingresos elevados son minoritarios:

- Salarios superiores a 40.000 € son alcanzados por menos personas. Esto evidencia que los ingresos más altos están reservados para roles especializados o posiciones de liderazgo.

Rangos superiores poco frecuentes:

- Un espectro considerable de la muestra, reportó ingresos de más de 60.000 €, esto podría indicar que los roles de alto nivel estratégico, consultores de alto perfil o profesionales trabajando en mercados internacionales tienen más probabilidades de alcanzar este nivel de ingresos.

Salario bruto anual según la experiencia

Experiencia / Salarios	20K € o menos	20K - 25K €	25K - 30 K €	30K - 40K €	40K - 50K €	50K - 60K €	60K - 65K €	65K € o más
1 o menos años	28	9	2	2	1	X	X	3
2 - 3 años	31	30	13	12	2	5	X	3
4 - 5 años	16	17	17	14	9	11	1	2
6 - 8 años	7	6	14	25	13	13	2	8
Más 8 años	12	9	13	20	22	14	1	24

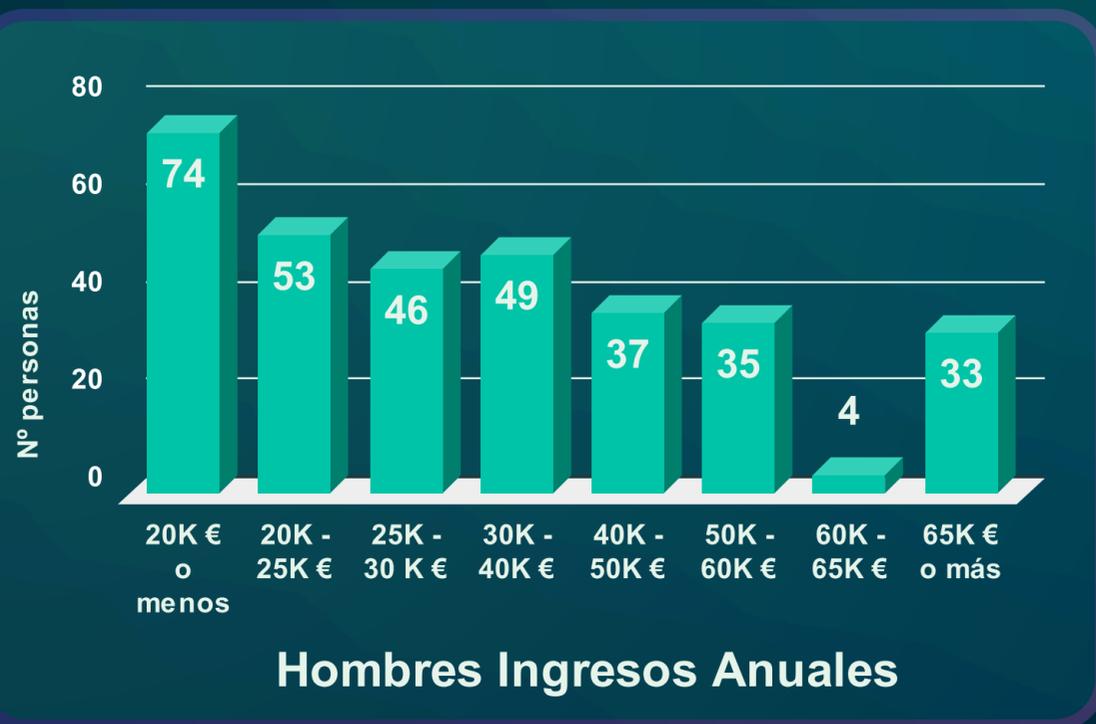
Los datos muestran una **clara correlación positiva entre la experiencia y los salarios en el sector SEO**.

Los profesionales con 1-3 años de experiencia están mayoritariamente en rangos salariales bajos (20.000 € o menos), pero **a partir de los 4-5 años de experiencia comienza una diversificación**, alcanzando niveles medios de entre 30.000 € y 40.000 €.

Los **profesionales con más de 8 años de experiencia lideran en los rangos salariales más altos** (50.000 € o más, con 24 personas en el segmento superior de 65.000 € o más).

Esto subraya la importancia de la experiencia para acceder a roles estratégicos y mejor remunerados, mientras que la diversificación a partir de los 4 años refleja la influencia de habilidades y especialización en la carrera profesional.

Salario bruto anual según el género



Representación de género: la mayoría masculina en la encuesta podría influir en los datos salariales, ya que hay una mayor base de hombres en todos los niveles de ingresos. Esto no necesariamente implica desigualdad, sino que puede ser un reflejo de la demografía actual del sector.

Presencia femenina en ingresos intermedios: aunque hay menos mujeres en total, su representación relativa en rangos de ingresos medios (como el tramo de 30.000 € - 40.000 €) parece ser más destacada, lo que sugiere un avance hacia una mejor paridad en ciertos niveles.

Altos ingresos y retos de equidad: la baja proporción de mujeres en los rangos salariales más altos (+65.000 €) podría estar relacionada con su menor representación en roles estratégicos o senior dentro del sector, un área que podría requerir más exploración para identificar barreras estructurales o de acceso.

Salario bruto anual según la edad

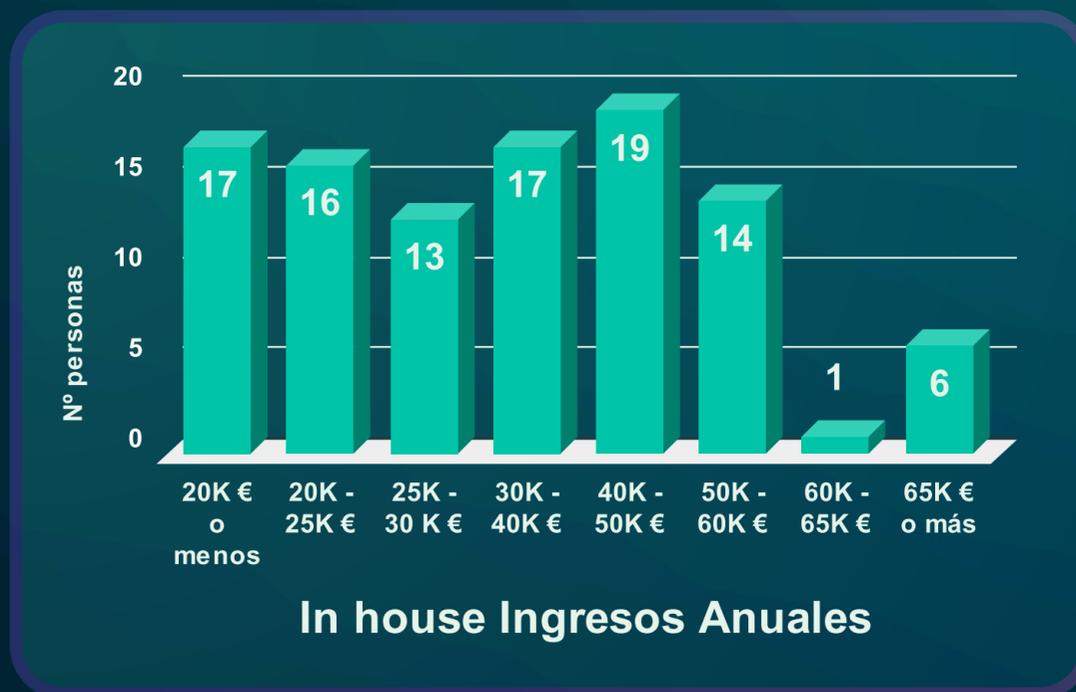
El análisis **muestra una correlación esperada entre la edad y los niveles salariales**, con incrementos significativos en las franjas de 30 a 39 años y 40 a 49 años, reflejo de una mayor experiencia y roles más estratégicos.

No obstante, los ingresos varían ampliamente en edades superiores a los 40 años, lo que podría depender de factores como el sector, la especialización o el tipo de empresa. Los rangos salariales más altos son alcanzados predominantemente por profesionales entre 50 y 59 años.

Edad / Salario	20K - 25K €	20K € o menos	25K - 30 K €	30K - 40K €	40K - 50K €	50K - 60K €	60K - 65K €	65K € o más
Entre 18 y 25 años	7	17	2	2	2	2	X	X
Entre 25 y 29 años	21	20	11	9	2	1	1	4
Entre 30 y 39 años	21	27	32	35	25	21	1	19
Entre 40 y 49 años	22	21	10	23	14	14	2	7
Entre 50 y 59 años	X	6	4	4	4	5		10
Más de 60 años	X	3	X	X	X	X	X	X

Salario bruto anual por sectores

Freelance vs Agencia vs Nichero vs In-house



Resumen

Comparando los ingresos anuales de los diferentes roles dentro del SEO , se pueden observar lo siguiente:



SEO en agencia: (grupo más representativo con un 39.2% de la muestra total). Aunque tienen una distribución de ingresos relativamente uniforme, **una proporción significativa gana entre 20k y 40k € anuales**. Sin embargo, hay quienes superan los 50k €, lo que podría estar asociado con altos niveles de experiencia o posiciones más altas en las agencias.



Consultores freelance: (28.9% de los encuestados) los freelance **muestran una mayor polarización en los ingresos**. Aunque algunos ganan menos de 25k €, también son el grupo con una notable representación en los rangos más altos, superando los 60k € anuales en algunos casos. Esto **refleja la variabilidad del modelo freelance**, donde los ingresos dependen fuertemente de la cantidad de clientes y tarifas negociadas.



SEO in-house: (23.1% de la muestra) los in-house **se ubican principalmente en el rango de 30k-50k €**. Esto refleja una **estructura salarial más estable y alineada con la naturaleza de empleo fijo** que suele ofrecer este tipo de rol, aunque no es común encontrar ingresos superiores a los 60k €.



SEO nichero: (8.8% de la muestra) los nicheros presentan un **rango de ingresos altamente variable**, dependiendo del éxito y escalabilidad de sus nichos. Si bien algunos están en los niveles más bajos (<20k €), hay casos destacados que logran ingresos excepcionales superiores a los 60k € anuales.



La modalidad de trabajo influye significativamente en la distribución de ingresos. Los freelancers y los SEOs in-house suelen tener mayor representación en rangos superiores de ingresos, mientras que los SEOs en agencias tienden a ubicarse en el rango medio. Por otro lado, los nicheros, aunque son un grupo pequeño, demuestran un potencial para generar altos ingresos en casos específicos. **La elección del rol parece depender no solo de preferencias personales sino también del riesgo y la estabilidad financiera que cada persona priorice.**

Salarios y experiencia [Freelance]

Experiencia / Salario	20K € o menos	20K - 25K €	25K - 30 K €	30K - 40K €	40K - 50K €	50K - 60K €	60K - 65K €	65K € o más
1 o menos años	4	1	1	2				1
2 - 3 años	6	7		6		3		
4 - 5 años	6	3	2	4	4	4		
6 - 8 años	1	1	1	4	3	6	1	4
Más 8 años	4	3	4	3	4	5		5



Ingresos iniciales bajos: con uno o menos años de experiencia se concentran en rangos salariales más bajos, principalmente por debajo de los 30.000 € anuales. Esto indica que los ingresos en los primeros años son limitados, reflejando una fase inicial de construcción de cartera y posicionamiento en el mercado.



Incremento gradual con la experiencia: a partir de los 2-3 años, se observa una mayor diversificación en los rangos salariales, con algunos alcanzando el tramo de 30.000-50.000 €. Este rango indica el inicio de una mayor consolidación en la profesión.



Diversidad en rangos superiores: los profesionales con más de 6 años de experiencia muestran una notable dispersión en los ingresos, abarcando desde 40.000 € hasta más de 65.000 €. Esto resalta que, aunque la experiencia facilita el acceso a tramos salariales más altos, las diferencias pueden estar influenciadas por factores como la especialización, la reputación y el tipo de clientes.



Altos ingresos con amplia experiencia: los freelancers con más de 8 años de experiencia predominan en los tramos más altos, con una presencia significativa en ingresos superiores a 65.000 €. Esto refleja que la estabilidad y la experiencia acumulada permiten captar clientes de mayor valor y proyectos más lucrativos.

Salarios y experiencia [Nichero]

Experiencia / Salario	20K € o menos	20K - 25K €	25K - 30 K €	30K - 40K €	40K - 50K €	50K - 60K €	60K - 65K €	65K € o más
1 o menos años								2
2 - 3 años	6	2	1				1	
4 - 5 años	7	1	1		1			
6 - 8 años	1			1	2	4	1	2
Más 8 años	2	2			1		1	9

Salarios bajos predominan entre los menos experimentados: la mayoría de los nicheros con 1 o menos años de experiencia se concentran en rangos salariales inferiores a 25.000 € al año, reflejando una tendencia natural en la que los ingresos aumentan con la experiencia.

Rangos medios empiezan a emerger con experiencia intermedia: entre los nicheros con 4-5 años de experiencia, ya hay presencia notable en rangos salariales superiores, como 40.000-50.000 € y 50.000-60.000 €, lo que indica que esta etapa puede ser un punto de inflexión en términos de ingresos.

Experiencia avanzada no siempre garantiza ingresos elevados: aunque los nicheros con más de 8 años de experiencia tienen representación en el rango más alto (>65K €), no todos logran superar los 30.000 € anuales, lo que podría reflejar limitaciones del mercado o diferencias en la especialización y escalabilidad de sus nichos.

Limitada representación en rangos altos: solo un pequeño grupo de nicheros, independientemente de su experiencia, alcanza niveles salariales de 50.000 € o más, mostrando que los ingresos altos son la excepción y no la norma en este sector.

Salarios y experiencia [Agencia]

Experiencia / Salario	20K € o menos	20K - 25K €	25K - 30 K €	30K - 40K €	40K - 50K €	50K - 60K €	60K - 65K €	65K € o más
1 o menos años	13	3						2
2 - 3 años	13	15	7	4	1	1		
4 - 5 años	4	9	11	6		1		
6 - 8 años	3	2	11	13	2	1	1	2
Más 8 años	7	6	6	13	10	4	1	9



Salarios iniciales bajos: los profesionales con 1 año o menos de experiencia se concentran en rangos de 20K € o menos, reflejando ingresos de entrada al sector.



Progresión hacia rangos intermedios: entre 2-5 años de experiencia, los ingresos se diversifican, con muchos alcanzando rangos de 30K-50K €, lo que marca una etapa de consolidación profesional.



Altos ingresos con experiencia avanzada: los profesionales con 6-8 años y más de 8 años ocupan rangos superiores, con algunos alcanzando más de 65K €, reflejando acceso a roles estratégicos o de liderazgo.



Ralentización en el crecimiento: una parte significativa de los profesionales con amplia experiencia permanece en rangos inferiores a 40K €, indicando que no todos logran avanzar a roles mejor remunerados.

El crecimiento salarial en agencias está ligado a la experiencia, con una progresión clara hacia rangos intermedios y altos, aunque los ingresos más elevados son alcanzados solo por una minoría.

Salarios y experiencia [In-house]

Experiencia / Salario	20K € o menos	20K - 25K €	25K - 30 K €	30K - 40K €	40K - 50K €	50K - 60K €	60K - 65K €	65K € o más
1 o menos años	5	3			1			
2 - 3 años	5	7	5	2		1		
4 - 5 años	5	5	4	3	3	2	1	1
6 - 8 años	1	1	2	8	7	6		1
Más 8 años	1		2	4	8	5		4



Salarios iniciales bajos: los profesionales con 1 año o menos de experiencia se concentran en rangos de 20K € o menos, reflejando ingresos de entrada al sector.



Progresión hacia rangos intermedios: entre 2-5 años de experiencia, los ingresos se diversifican, con muchos alcanzando rangos de 30K-50K €, lo que marca una etapa de consolidación profesional.



Altos ingresos con experiencia avanzada: los profesionales con 6-8 años y más de 8 años ocupan rangos superiores, con algunos alcanzando más de 65K €, reflejando acceso a roles estratégicos o de liderazgo.



Ralentización en el crecimiento: una parte significativa de los profesionales con amplia experiencia permanece en rangos inferiores a 40K €, indicando que no todos logran avanzar a roles mejor remunerados.

El crecimiento salarial en agencias está ligado a la experiencia, con una progresión clara hacia rangos intermedios y altos, aunque los ingresos más elevados son alcanzados solo por una minoría.

Esperamos que te haya gustado el estudio.

Síguenos por aquí...

Redes sociales:



[DinoRANK](#)



[DinoRANKseo](#)



[canal de Youtube](#)

Mesa Redonda



Plugin de SEO
gratuito:



[Descarga el plugin](#)

[Newsletter de SEO](#)

Visítanos en DinoRANK.com

