GUÍAS

El buen SEO es buen GEO: lo que dijo Google en 2026

Por Erik Mäkitalo, fundador de Mandalytics · Actualizado el 3 de noviembre de 2026 · 5 min de lectura

LA RESPUESTA CORTA

Google ha dicho que AI Overviews y AI Mode usan el mismo rastreo e índice que la búsqueda normal, sin requisitos técnicos adicionales. En pocas palabras: si tus páginas son útiles, precisas y fáciles de leer, ya estás haciendo la mayor parte de lo que premia la búsqueda con IA. No hay trucos secretos que comprar, y algunos «hacks de IA» populares no merecen tu tiempo.

¿Qué dijo Google exactamente?

En Search Central Live 2026, los ponentes de Google dejaron algunas ideas fáciles de aplicar (según las notas de Arvow desde Barcelona):

- **La misma base.** AI Overviews y AI Mode se apoyan en el mismo rastreo e índice que la búsqueda normal. No hay ningún archivo ni ajuste especial que añadir.
- **Una página sólida vale más que muchas finas.** La búsqueda con IA divide una pregunta en búsquedas más pequeñas (se llama «query fan-out»). Una página que también responde a las siguientes preguntas de un comprador coincide con más de ellas. Crear una página distinta para cada mínima pregunta se considera spam.
- **Datos en texto legible.** Precios, tamaños, a quién le conviene, comparaciones honestas. Se ha elevado la exigencia de calidad de los datos de producto para AI Mode.
- **El esfuerzo, la originalidad y la precisión deciden la calidad**, no si una persona o una herramienta escribió las palabras.
- **Paciencia.** Una página actualizada tarda unos 30 días en volver a rastrearse, y recuperarse de una actualización principal lleva de tres a seis meses.



Google dice que sus respuestas con IA usan el mismo rastreo e índice que la búsqueda normal, así que las mismas buenas páginas sirven para ambas.

¿Qué debería hacer por esto?

1. **Mejora tus mejores páginas en lugar de añadir más.** Elige la página que más importa a tu negocio. Añade las respuestas a las tres siguientes preguntas que haría un cliente, con detalles reales: precios, pasos, a quién va dirigido.
2. **Sé concreto.** Haz la prueba del intercambio: ¿podría un competidor pegar esta frase tal cual en su sitio? «Con licencia y asegurado» y «más de 20 años de experiencia» no la pasan. Personas con nombre, rangos de precios, condiciones de garantía y zonas en las que trabajas, sí.
3. **Mantén sanas las bases.** Páginas que cargan, títulos que dicen de qué trata la página, enlaces que funcionan. Es lo primero que sigue rastreando Google.
4. **Actualiza con fecha.** Renueva las páginas importantes y muestra la fecha de actualización. Las herramientas de IA prefieren las páginas más recientes.

¿Qué puedo ignorar sin riesgo?

Consejo popular	Nuestra opinión sincera
Añadir un archivo llms.txt	Ninguna empresa de IA ha dicho que lo use, y Google no lo mencionó. Es inofensivo, pero no merece tu hora.
Añadir marcado schema como atajo para la IA	Los datos estructurados ayudan cuando coinciden con lo que muestra la página (productos, precios, reseñas). Por sí solos no mostraron ningún aumento medible en citas de IA.
Escribir una página por cada pregunta de IA	Google considera spam las páginas creadas para atrapar preguntas sueltas de fan-out. Escribe mejor una página sólida.
Comprar o intercambiar enlaces, publicar artículos de IA en automático	Va contra las normas de Google y no son pasos de los que puedas sentirte orgulloso.

¿Hay algo distinto en el GEO?

Sí, un poco. Los estudios de respuestas de IA sugieren que las menciones en otros sitios pesan mucho, que el contenido con tablas, listas y fuentes con nombre se cita más, y que cada herramienta de IA tiene sus fuentes favoritas. Lo vemos en Cómo deciden las herramientas de IA qué sitios nombrar. Toma las cifras de esos estudios como una tendencia, no como una ley: la mayoría proviene de empresas que venden herramientas de SEO.

Preguntas frecuentes

¿Necesito un sitio web distinto para la búsqueda con IA?

No. Las respuestas de IA de Google usan el mismo índice que la búsqueda normal. Céntrate en páginas útiles, precisas y bien estructuradas.

¿Importa si el contenido lo escribió una persona o una IA?

Google dice que la calidad se juzga por el esfuerzo, la originalidad y la precisión, no por quién escribió. El problema son las páginas producidas en masa que no tienen nada nuevo que decir.

¿Quieres estos pasos como una lista de tareas semanal para tu propio sitio?

Si estás leyendo esto, ya has dado un paso adelante. Mandalytics revisa cada semana tu sitio web en Google y en las herramientas de IA, y te envía las cinco tareas que más visitantes te traerán, cada una con el porqué y los pasos para hacerla. Aprendes mientras avanzas, y cada pequeño logro trae más visitantes, más clientes y, al final, más ingresos.

Descubre cómo funciona Mandalytics

De dónde sale esto

- Arvow: conclusiones de Search Central Live Barcelona 2026
- Arvow: SEO local para AI Overviews (la prueba del intercambio)
- Google: informes de rendimiento de IA generativa en Search Console