GUÍAS

¿Cómo deciden las herramientas de IA qué sitios nombrar?

Por Erik Mäkitalo, fundador de Mandalytics · Actualizado el 3 de noviembre de 2026 · 6 min de lectura

LA RESPUESTA CORTA

Las herramientas de IA tienden a nombrar los sitios que otros sitios mencionan, que responden a la pregunta con claridad en un texto que pueden leer y que parecen recientes. Cada herramienta tiene además sus fuentes favoritas, así que no hay una única clasificación que escalar. La mayoría de las cifras de abajo proviene de estudios de proveedores, así que léelas como una tendencia, no como una ley.

¿A quién escuchan primero las herramientas de IA?

En las preguntas sobre una marca o un negocio, la mayoría de las fuentes proviene de *otras personas que hablan de ti*: reseñas, listas de «los mejores», prensa y directorios. En un resumen de investigaciones, cerca del 57 % de las fuentes en preguntas sobre marcas procedía de reseñas, listas y prensa, el 17 % de directorios y solo alrededor del 4,5 % de las páginas «Quiénes somos» o de preguntas frecuentes de la propia marca. Un estudio de SE Ranking con 216.000 páginas encontró que el número de sitios que enlazan a una página era el mejor indicador individual de que ChatGPT la citara.

Qué hacer: consigue que te incluyan donde la IA ya mira. Encuentra los sitios de reseñas y los directorios a los que llevan las preguntas de tus clientes, reclama tu perfil y pide a tus clientes contentos reseñas detalladas. En una auditoría de negocios locales, el negocio que eligió AI Mode tenía 392 reseñas, y el motivo que dio salía de lo que *decían* las reseñas, no de las estrellas.



Reseñas, listas y prensa	57 %
Directorios	17 %
Páginas «Quiénes somos» o FAQ de la marca	4,5 %
Todo lo demás	21,5 %

En las preguntas sobre una marca, alrededor del 57 % de las fuentes proviene de reseñas, listas y prensa, y solo cerca del 4,5 % de las páginas «Quiénes somos» o de preguntas frecuentes de la propia marca. Resumen de estudios de proveedores; léelo como una tendencia, no como una ley.

¿Qué tipo de contenido se cita?

- **Primero, una respuesta directa.** Pon la respuesta en las dos primeras frases y luego explica.
- **Preguntas como títulos.** Un título como «¿Cuánto cuesta?» coincide con la forma en que la gente pregunta.
- **Tablas y listas.** En un estudio, las páginas con tablas se citaron unas 2,5 veces más.
- **Cifras reales, citas y fuentes con nombre.** En las pruebas de GEO de Princeton, añadir estadísticas, citas y fuentes aumentó la visibilidad en torno a un 30 a 40 %, mientras que rellenar de palabras clave no hizo nada.
- **Datos concretos.** Precios, tamaños, pasos, a quién le conviene. Haz la prueba del intercambio: si un competidor pudiera pegar tu frase tal cual, hazla más concreta.

¿Importa la frescura?

Parece que sí. Las páginas citadas por las herramientas de IA son de media un 25

% más recientes que los resultados normales de Google, y ChatGPT y Perplexity se inclinan por páginas actualizadas en aproximadamente el último mes. **Qué hacer:** renueva tus páginas clave cuando algo cambie y muestra una fecha de «actualizado» visible, como hace esta página.

¿Pueden las herramientas de IA leer mis páginas?

No siempre. GPTBot, ClaudeBot y PerplexityBot solo leen el HTML en bruto que envía una página y no ejecutan JavaScript (lo midieron Vercel y MERJ). Si tu texto solo aparece después de cargar scripts, ven una página vacía. Gemini es la excepción porque usa el renderizador de Google. Más en ¿Está tu sitio abierto a ChatGPT y Perplexity?

¿Todas las herramientas de IA usan las mismas fuentes?

No, y por eso perseguir una única puntuación es una trampa. Ante las mismas preguntas sobre marcas, ChatGPT, AI Overviews y Perplexity comparten solo 2 de sus 10 fuentes más citadas (Agenzy). Las respuestas web de ChatGPT siguen de cerca los resultados de Bing (mira Por qué Bing importa para ChatGPT), Perplexity sigue de cerca a Google y se dice que Claude usa Brave. La forma honesta de medir es hacer las preguntas reales en cada herramienta y contar cuántas veces te nombran, que es justo lo que hace el informe de Mandalytics cada semana.

Preguntas frecuentes

¿Sigue importando posicionar en Google para las respuestas de IA?

Sí, pero menos que antes. En marzo de 2026, solo el 38 % de las fuentes de los AI Overviews procedía del top 10, frente al 76 % de mediados de 2025 (Ahrefs). Que otros te mencionen y responder con claridad importan tanto como las posiciones.

¿El marcado schema hace que la IA me cite?

Por sí solo, no. Los estudios no vieron ningún aumento medible solo con schema.

La estructura visible (títulos claros, listas, tablas) ayudó más. Schema sigue valiendo la pena cuando coincide con lo que muestra la página.

¿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

- Ahrefs: las citas de los AI Overviews y el top 10
- Agenzy: qué fuentes citan los motores de IA en 2026
- QuickSEO: qué cita cada plataforma de IA
- Vercel y MERJ: el auge de los rastreadores de IA
- Arvow: SEO local para AI Overviews