GUÍAS

¿Qué es el GEO y por qué importa?

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

LA RESPUESTA CORTA

El GEO, siglas de generative engine optimization, consiste en hacer que tu sitio web sea fácil de encontrar, entender y nombrar en sus respuestas para herramientas de IA como ChatGPT, Gemini y Perplexity. Importa porque cada vez más gente le hace una pregunta a una IA y lee la respuesta en lugar de hacer clic en diez resultados. La buena noticia: la mayor parte del GEO es buen SEO, así que el trabajo que haces para Google también cuenta aquí.

¿Qué significa GEO?

GEO significa *generative engine optimization*, optimización para motores generativos. Un motor generativo es cualquier herramienta que te escribe una respuesta en lugar de listar enlaces: ChatGPT, Gemini, Perplexity, Claude, Microsoft Copilot y las respuestas de IA que aparecen arriba en Google (AI Overviews y AI Mode).

También verás los nombres AEO (answer engine optimization) y «optimización para la búsqueda con IA». Apuntan al mismo objetivo: cuando alguien hace una pregunta que tu negocio puede responder, la IA te nombra, te cita o enlaza a ti.

¿En qué se diferencia el GEO del SEO?

El SEO consigue que tus páginas aparezcan y suban en una lista de resultados. El GEO consigue que tu nombre y tus datos entren en una respuesta escrita. Ambos se solapan mucho, como muestra la tabla.

	SEO	GEO
El objetivo	Un buen puesto en la lista de resultados	Que te nombren, citen o enlacen dentro de una respuesta de IA
Lo que ve el lector	Diez enlaces azules	Una respuesta escrita, a menudo con algunas fuentes
Lo que más ayuda	Páginas útiles, títulos claros, un sitio sano, enlaces de otros	Lo mismo, más datos claros, texto fácil de citar y otros sitios que te mencionen
Cómo se mide	Posiciones, clics, visitantes	Cuántas veces te nombran las herramientas de IA ante preguntas reales de clientes

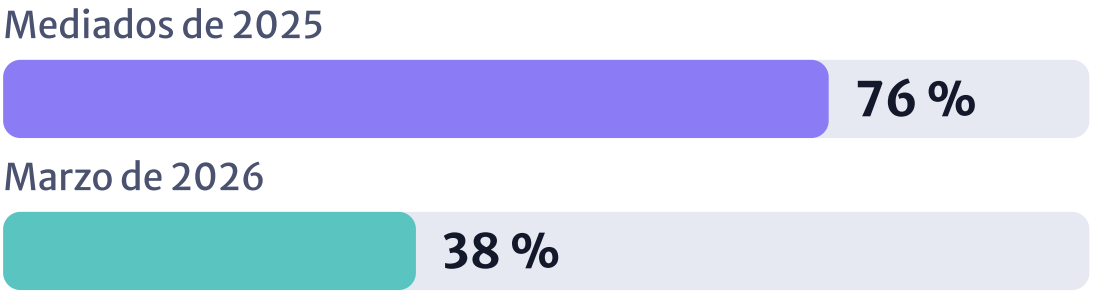
Google ha dicho que sus respuestas de IA usan el mismo rastreo e índice que la búsqueda normal, sin requisitos técnicos adicionales. Por eso decimos que el buen SEO es buen GEO.

¿Por qué importa el GEO para mi sitio web?

Porque la forma en que la gente busca negocios está cambiando bajo tus pies. Quien antes buscaba «mejor fisioterapeuta en Valencia» y hacía clic en tres resultados quizá ahora le pregunta a ChatGPT y actúa según la respuesta. Si tu negocio no sale en esa respuesta, nunca recibes la visita.

También cambia qué páginas ganan. En un gran estudio de 863.000 búsquedas, solo el 38 % de las páginas citadas en los AI Overviews de Google procedía de los diez primeros resultados en marzo de 2026, frente al 76 % de mediados de 2025 (Ahrefs). Posicionar bien sigue ayudando, pero ya no es toda la historia.

La oportunidad también es real: la mayoría de los sitios pequeños y medianos aún no ha hecho nada para la búsqueda con IA, así que unos pocos pasos sencillos te ponen por delante.



Estar en el top 10 importa menos que antes para las respuestas de la IA: en marzo de 2026, el 38 % de las fuentes de los AI Overviews venía del top 10, frente al 76 % de mediados de 2025. Fuente: Ahrefs, 863.000 búsquedas.

¿Cuáles son los tres primeros pasos?

1. **Haz las preguntas que hacen tus clientes.** Escribe cinco preguntas reales en ChatGPT, Gemini y Perplexity («dónde puedo comprar…», «quién es el mejor… en…»). Anota a quién nombran. Esa es tu línea de salida.
2. **Deja entrar a las herramientas de IA.** Muchos sitios bloquean a los rastreadores de IA sin querer. Mira ¿Está tu sitio abierto a ChatGPT y Perplexity?
3. **Pon la respuesta primero.** En tu página más importante, da la respuesta en las dos primeras frases, usa preguntas como títulos y añade una fecha de actualización visible. Mira cómo deciden las herramientas de IA qué sitios nombrar.

Haz esas tres cosas y habrás hecho más que la mayoría de tus competidores. Celébralo y sigue adelante, un paso por semana.

Preguntas frecuentes

¿El GEO va a sustituir al SEO?

No. Google dice que sus respuestas de IA usan el mismo índice que la búsqueda normal, y la mayor parte del trabajo de GEO (páginas útiles, datos claros, un sitio

sano, menciones en otros sitios) también es buen SEO. Piensa en el GEO como SEO con un objetivo extra: que te nombren en la respuesta.

¿Puedo pagar para aparecer en las respuestas de la IA?

No como se compra publicidad. Las herramientas de IA eligen sus fuentes por sí mismas. Lo que sí puedes hacer es que tu sitio sea fácil de encontrar, de leer y de confiar.

¿Cuánto tardo en ver resultados?

Cuenta en semanas, no en días. Google dice que una página actualizada tarda unos 30 días en volver a rastrearse, y las recuperaciones más grandes pueden llevar de tres a seis meses. Los pasos pequeños y constantes suman.

¿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
- Google: informes de rendimiento de IA generativa en Search Console
- Arvow: conclusiones de Search Central Live Barcelona 2026