¿Clics Modernos? La IA de Google está redefiniendo el futuro del tráfico web

PEC REPORT #1
Q3 • 2025

Desarrollado por
https://pec-lab.com/

La IA de Google está redefiniendo el futuro del tráfico web

📉 *Los clics están cayendo. Rápido*

Durante años, si tenías un sitio web, Google era tu salvavidas. La visibilidad en búsquedas significaba lectores, prospectos, ventas.

La fórmula era simple: **clasifica alto, consigue clics**.

Pero con el lanzamiento de los Resúmenes por IA (*AI Overviews*), **esa fórmula se está rompiendo**. Ahora, antes de mostrar un enlace, Google responde directamente muchas consultas de los usuarios, con un resumen generado por IA.

Y este cambio, aunque resulte menor, **ya está transformando la manera en que funciona la web**.

Los Resúmenes por IA se lanzaron oficialmente en mayo de 2024. En menos de un año, el porcentaje de búsquedas sin clics (consultas en las que el usuario no hace clic en ningún resultado) ha superado el 75%. Según el experto en SEO, Barry Adams, **los Resúmenes por IA han reducido la tasa de clics de los resultados mejor posicionados en más de un 30%.**

Esto importa porque **los clics alimentan la web abierta**. Financian el periodismo. Impulsan las ventas de negocios. Mantienen vivos los blogs independientes.

Y **cuando desaparecen los clics, también lo hace el ingreso que generan**.

La postura de Google : “Es mejor tráfico, no menos”

En un blog titulado “Resúmenes por IA: sobre la semana pasada”, Liz Reid, vicepresidenta de Búsqueda en Google, defendió el nuevo sistema. Reconoció algunos errores llamativos (como la IA diciendo a los usuarios que comas piedras o que usen pegamento para que el queso se adhiera a la pizza), pero enfatizó que se trataba de casos aislados.

Más importante aún, Reid argumentó que los usuarios están más satisfechos con los resultados de los Resúmenes por IA, y que, **aunque haya menos clics, son de mayor calidad**. La gente tiende a quedarse más tiempo en la página en la que aterriza, porque la IA de Google hace un mejor trabajo al guiarlos hacia el contenido correcto.

“Vemos que los clics a las páginas web son de mayor calidad: las personas tienen más probabilidades de quedarse en esa página, porque hicimos un mejor trabajo encontrando la información adecuada”, planteó Raid.

Esta es una afirmación poderosa. Pero **para muchos editores, la calidad no necesariamente compensa la pérdida de volumen.**

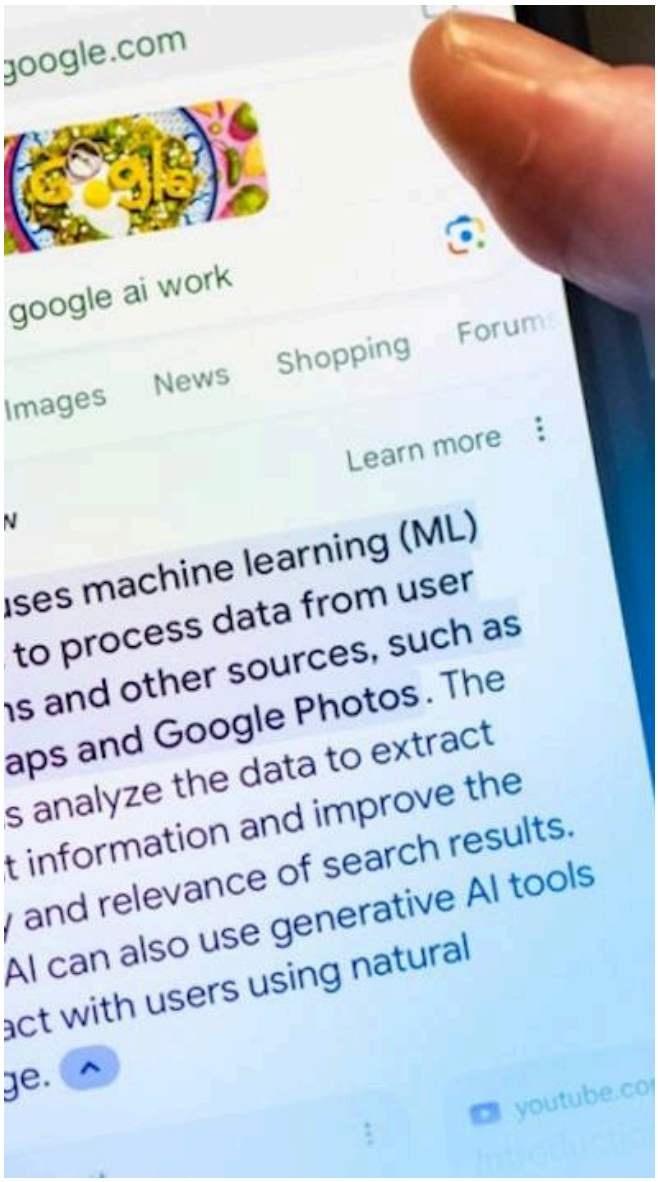
Cómo funcionan los resúmenes por IA de Google

Los Resúmenes por IA no son simples conjeturas de una IA cualquiera. Están impulsados por un modelo de lenguaje personalizado que se integra directamente con los sistemas tradicionales de clasificación web de Google. Eso significa que la IA no solo genera texto: evalúa las mejores páginas web y construye una respuesta a partir de ellas.

No es un chatbot. **Es una función de búsqueda, pero una que ya no espera a que hagas clic**. Google insiste en que estos resúmenes se basan en fuentes confiables y presentan enlaces para profundizar.

De hecho, afirman que **la precisión del sistema es comparable a la de los Fragmentos Destacados**, que han existido durante años en la búsqueda abierta.

Aun así, cuando los Resúmenes por IA fallan, suele ser porque malinterpretan matices, contenido satírico o vacíos de datos. Y Google admite haber hecho docenas de correcciones solo en las primeras semanas del lanzamiento generalizado.



Lo que viene: se avecina el Modo IA

Google no se detiene con los Resúmenes

El **Modo IA**, que ya se está implementando en partes de EE. UU., va aún más lejos. **Reemplaza toda la página de resultados con una respuesta estilo chatbot**. Sin enlaces azules, **solo contenido generado por IA**.

Hoy es opcional. Mañana podría ser el predeterminado. Y eso podría ser un golpe mucho más duro para la web abierta.

En el Modo IA, el usuario rara vez sale del ecosistema de Google. Para los creadores de contenido, eso representa menos oportunidades de ser descubiertos.

Entonces, para los usuarios ocasionales, los Resúmenes por IA parecen un triunfo: resultados más limpios, respuestas más rápidas. Pero para los creadores de contenido, especialmente aquellos que dependen de las búsquedas, es un riesgo existencial.

El problema clave es que **Google ahora es tanto el guardián como el distribuidor del contenido, creando un escenario complejo:**

- Los editores crean contenido
- La IA de Google lo resume
- Los usuarios leen el resumen y se van
- Los creadores pierden crédito, tráfico e ingresos

No es solo un problema de tráfico. Es un problema de cadena de valor.

¿SEO? Mejor AIO

Ante este escenario, la optimización para motores de búsqueda (SEO) ya no parece ser suficiente. El futuro está en la Optimización para Inteligencia Artificial (AIO): crear contenido que primero atraiga a los sistemas de IA y luego a los usuarios. Esto implica:

1. Estructuras clara con HTML semántico
2. Perspectivas originales que la IA no pueda resumir fácilmente desde otros sitios
3. Diseño adaptable y accesible
4. Autoridad y calidad de fuentes y pensamiento respaldados por enlaces bien valorados
5. Actualizaciones constantes para seguir siendo relevante en los ciclos de actualización del índice de IA

Aun así, actualmente, la visibilidad en los Resúmenes por IA no se puede rastrear. No hay una herramienta en *Search Console* para ello, y hay pocas respuestas sobre cómo se determinan los rankings.

¿Qué tipo de internet estamos construyendo?

Google argumenta que los Resúmenes por IA son un avance para los usuarios. Los críticos sostienen que son un retroceso para la web abierta. Ambos podrían tener razón. Pero las consecuencias a largo plazo aún no están claras. Hay un sinfín de dilemas que la práctica y adaptabilidad terminarán por contestar:

- ¿Seguirán los creadores produciendo contenido si nadie hace clic y solo sirven de insumo para la IA?

- ¿Se convertirá el Modo IA en el predeterminado y desplazará al resto de la web?

- ¿Podrá Google equilibrar sus intereses comerciales con la salud de internet y sus creadores de contenido?

El cambio ya está en marcha. La pregunta ahora es si daremos forma a ese cambio... o simplemente nos adaptaremos a él después de que ocurra.

¡Gracias!

PEC ayuda a empresas, instituciones y comunicadores a adaptarse a este cambio de paradigma, usando la IA no solo para automatizar, sino para aumentar la perspectiva y el impacto.

¿Queres construir tu voz en tiempos de cambio? Construyámosla, con propósito, con datos, con una voz propia.

info@pec-lab.com
www-pec-lab.com