AIRNITE

ZERO DAY

NÚMERO 10/2026 · MARKETING Y SEO

Respuesta en vez de clic: lo que significan los resúmenes con IA de Google para su web

Cuando Google coloca un resumen con IA sobre los resultados, los usuarios hacen menos clic en las webs. Estudios de Pew y Ahrefs muestran caídas claras; Google lo discute. Qué dicen las cifras y cómo es ahora el SEO.

Publicado: 21 de noviembre de 2026 Tiempo de lectura: 6 min Autor: Redacción de Airnite

SOFTWARE. SECURITY. CODE.

// LA SITUACIÓN EN CIFRAS

8 % / 15 %
clics en resultados clásicos
con o sin resumen con IA (Pew, datos de navegación de marzo de 2025)

1 %
clics en enlaces del resumen
porcentaje de visitas con resumen con IA (Pew)

-58 %
CTR estimado en la posición 1
en búsquedas con resumen con IA, modelo de Ahrefs (dic. 2025)

«estable»
visión de Google sobre los clics orgánicos
volumen total interanual según Google (ago. 2025)

Desde que Google muestra un resumen con IA sobre muchos resultados de búsqueda, los usuarios obtienen a menudo la respuesta directamente, sin visitar ninguna web. Para las empresas que viven del tráfico orgánico, es uno de los mayores cambios de los últimos años. ¿Qué está demostrado y qué se discute?

// ¿Qué ha pasado?

El centro independiente **Pew Research Center** analizó los datos de navegación de 900 adultos estadounidenses en marzo de 2025. Resultado: cuando los usuarios veían un resumen con IA, hacían clic en un resultado clásico en el **8 %** de las visitas; sin resumen, en el **15 %**. En un enlace dentro del resumen solo hicieron clic en el **1 %** de las visitas. Además, tras páginas con resumen, el **26 %** terminó su sesión de navegación, frente al 16 % sin resumen.

La herramienta SEO **Ahrefs** publicó en febrero de 2026 un análisis actualizado de 300.000 palabras clave. Según él, un resumen con IA va unido a una tasa de clics un **58 %** menor para el primer resultado; en abril de 2025 la cifra era del 34,5 %. Importante: Ahrefs lo describe como una correlación y usa un modelo que descuenta la evolución general de las tasas de clic.

// ¿Cómo funciona?

Los resúmenes con IA sintetizan contenidos de varias fuentes y responden a la pregunta en la parte superior de la página. Para preguntas informativas sencillas, eso basta a muchos usuarios. Las webs de las que procede la respuesta aparecen enlazadas, pero según Pew rara vez reciben clics. Quien antes ganaba visitas con contenidos prácticos pierde así visibilidad en forma de clics, aunque sus contenidos se sigan utilizando.

Google lo ve de otra manera. La responsable de la Búsqueda, Liz Reid, escribió en agosto de 2025 que el volumen total de clics orgánicos de Google hacia las webs se había mantenido relativamente estable en comparación interanual y que Google enviaba algo más de «clics de calidad», es decir, clics tras los que el usuario no vuelve enseguida. Según ella, los informes sobre caídas drásticas se basan a menudo en métodos defectuosos. Google no aporta en esa publicación datos brutos ni metodología.

// ¿A quién afecta?

Las más afectadas son las webs que responden a preguntas informativas sencillas: guías, glosarios, artículos explicativos. Lo son menos las páginas en las que el usuario quiere actuar —comprar, reservar, pedir presupuesto— o que ofrecen datos, herramientas y experiencia propios que un resumen no sustituye.

Para las empresas, el alcance se desplaza. La visibilidad depende cada vez más de aparecer citado y enlazado en la respuesta de la IA, y no solo del primer puesto de la lista de resultados.

// ¿Qué hay que hacer ahora?

Las cifras varían según el método, pero los estudios independientes apuntan en la misma dirección. Conviene, por tanto, leer con atención la propia Search Console, orientar los contenidos a respuestas claras y verificables y cuidar la técnica y los datos estructurados para que las máquinas clasifiquen bien los contenidos. Y medir el éxito por solicitudes, no solo por clics. La lista de control de abajo resume los pasos.

// ¿Cómo ayuda Airnite?

Airnite trabaja el **SEO y la visibilidad en respuestas de IA**: artículos de conocimiento con respuestas claras, datos estructurados, llms.txt y técnica limpia, como hicimos con la base de conocimiento de ZAT. En el **recorrido SEO** le guiamos paso a paso desde el análisis hasta solicitudes medibles. En la **consultoría** evaluamos qué contenidos suyos pierden clics y qué ayuda a remediarlo.

> Nota: los datos de Pew se refieren a usuarios de EE. UU., la cifra de Ahrefs es una estimación modelizada y las afirmaciones de Google son del propio fabricante. Estado de la investigación: 21 de noviembre de 2026.

Lista de control: qué hacer ahora

[+] Compruebe en Search Console qué páginas pierden clics con impresiones estables: ahí es donde más pesan los resúmenes con IA.

[+] Escriba contenidos que respondan a las preguntas de forma directa y verificable, con estructura y títulos claros.

[+] Mantenga datos estructurados (organización, artículo, FAQ) y un archivo llms.txt para que las máquinas clasifiquen bien sus contenidos.

[+] Aporte datos, experiencia y casos propios: lo que un resumen con IA no puede sustituir.

[+] Mida el éxito no solo en clics, sino en solicitudes, leads y notoriedad de marca.

[+] Cree varios canales (newsletter, redes sociales, contacto directo) para depender menos de un buscador.

Cómo ayuda Airnite

- SEO y visibilidad – Visible en Google y en las respuestas de la IA.
- El recorrido SEO – De invisible a encontrado.
- Consultoría – Una mirada externa sobre sus planes y proyectos.

¿Le citan en las respuestas de la IA?

Airnite comprueba cómo aparece su empresa en los resúmenes de Google y en los asistentes de IA y crea contenidos que se citan: artículos de conocimiento con respuestas claras, datos estructurados, llms.txt y una técnica limpia. El objetivo no son solo clics, sino solicitudes.

Solicitar una primera conversación · Escribir un correo · Por WhatsApp

Contacto

¿Preguntas sobre este artículo? Escríbanos por WhatsApp: +49 174 6834842

Leer en línea: https://airnite.de/es/revista/resumenes-ia-google-menos-clics-seo/

Fuentes

Cada dato de este artículo se basa en las fuentes indicadas a continuación. Las fuentes primarias están señaladas.

1. **Pew Research Center · Google users are less likely to click on links when an AI summary appears in the results** · 22/07/2025 · FUENTE PRIMARIA
   Fuente primaria (estudio): 900 adultos de EE. UU., datos de navegación de marzo de 2025, tasas de clic, fin de sesión
   https://www.pewresearch.org/short-reads/2025/07/22/google-users-are-less-likely-to-click-on-links-when-an-ai-summary-appears-in-the-results/
2. **Ahrefs · Update: AI Overviews Reduce Clicks by 58%** · 04/02/2026 · FUENTE PRIMARIA
   Estudio: 300.000 palabras clave, diciembre de 2023 frente a diciembre de 2025, CTR modelizado
   https://ahrefs.com/blog/ai-overviews-reduce-clicks-update/
3. **Google · AI in Search is driving more queries and higher quality clicks (Liz Reid)** · 06/08/2025 · FUENTE PRIMARIA
   Declaración del fabricante: clics orgánicos relativamente estables, crítica a estudios de terceros
   https://blog.google/products/search/ai-search-driving-more-queries-higher-quality-clicks/

Información editorial general, no constituye asesoramiento jurídico ni una evaluación de sus sistemas concretos. Vigencia: fecha de publicación.

Airnite GmbH · Am Waldbach 7 · 77654 Offenburg · airnite.de