Answerova

Investigación sobre GEO en Google

Libro blanco sobre los fundamentos técnicos del GEO para Google

Guía de implementación y publicación para equipos de ingeniería, SEO y operaciones

Noviembre de 2026

Leer en línea o cambiar de idioma

Contenido

Guía de implementación y publicación para equipos de ingeniería, SEO y operaciones

03 Requisitos para aparecer en la búsqueda con IA de Google

04 Rastreo, códigos HTTP e indexación

05 Fragmentos y controles de IA generativa en la búsqueda

06 Renderizado y pruebas de compra accesibles

07 Arquitectura de URL y cobertura multilingüe

08 Datos estructurados e información visible

09 Validación de la publicación y regresiones

10 Impresiones, citas y resultados comerciales

11 Fuentes

Requisitos para aparecer en la búsqueda con IA de Google

Las Vistas creadas con IA y el Modo IA siguen los requisitos de la Búsqueda de Google. Para que una página pueda aparecer como enlace de apoyo, debe estar indexada y poder mostrarse con un fragmento en la búsqueda.

Revisa por separado el descubrimiento, el rastreo, el renderizado, la indexación, la elegibilidad para fragmentos y la exposición real. Google puede descubrir una URL y elegir otra canónica o aplazar su indexación. Cumplir los requisitos no garantiza la indexación, la visibilidad ni una cita. Registra la validación técnica por separado del rendimiento en la búsqueda.

Prioriza las URL que ayudan a tomar una decisión, como las fichas de modelo, las comparativas de procesos, las condiciones de cotización y las pruebas de conformidad. Las funciones generativas pueden buscar varios temas relacionados con una sola pregunta. Organiza cada página en torno a una tarea de compra y enlaza las pruebas pertinentes. [1] [2] [3]

Qué verificar

- Registra la URL prevista, la canónica elegida por Google, el estado de indexación y la política de vista previa.
- Google no exige un archivo llms.txt, un marcado Schema para IA ni una longitud fija. Estos elementos quedan fuera de los criterios de publicación para Google.

Rastreo, códigos HTTP e indexación

Da a Googlebot acceso a la página pública y a sus archivos CSS, JavaScript e imágenes esenciales. Después revisa el contenido que se puede indexar.

Sirve las páginas prioritarias con HTTP 200. Usa 301 o 308 para cambios permanentes y 404 o 410 si una página ya no existe. Google puede interpretar una página vacía o de error que devuelve 200 como un soft 404. Revisa las reglas de CDN y cortafuegos, las restricciones geográficas, el inicio de sesión y el consentimiento de cookies en la página y sus recursos.

Usa robots.txt para controlar el rastreo. Para retirar una URL pública del índice, utiliza una directiva noindex legible en la etiqueta meta robots o en la cabecera X-Robots-Tag para archivos como PDF. Google necesita acceso para leer la directiva. Protege el material privado con autenticación y permisos. [3] [4] [5] [12]

Qué verificar

- Verifica desde una red pública la respuesta HTTP, el destino de las redirecciones, robots.txt, la etiqueta meta robots y X-Robots-Tag.
- Compara el registro indexado y la prueba en directo de la herramienta de inspección de URLs. Una prueba correcta confirma que la página se puede consultar en ese momento. Usa el registro indexado para comprobar si se ha indexado.
- Prueba una página activa, una redirección permanente y una URL retirada. Conserva las respuestas esperadas y observadas.

Fragmentos y controles de IA generativa en la búsqueda

Determina qué se debe restringir y elige el ajuste de la propiedad, la directiva de vista previa o el control de acceso correspondiente.

El ajuste de IA generativa en la Búsqueda de Search Console controla si una propiedad participa en las funciones aplicables, incluidas las Vistas creadas con IA, el Modo IA y las funciones generativas de Discover. La exclusión impide que esas funciones muestren enlaces o utilicen el contenido del sitio para fundamentar respuestas. El sitio puede seguir apareciendo en la búsqueda ordinaria. El ajuste no controla el entrenamiento. Comprueba si la propiedad hereda su configuración.

La directiva nosnippet restringe los fragmentos de texto e impide que el contenido sea una entrada directa de las Vistas creadas con IA y el Modo IA. max-snippet limita la longitud de la vista previa. Aplica data-nosnippet a secciones HTML concretas y noindex para la indexación. Google-Extended es un control distinto, con su propio alcance documentado. [1] [5] [6] [13]

Qué verificar

- Registra la política, su responsable, las propiedades afectadas y la fecha de aplicación. Verifica la respuesta y las directivas renderizadas de las nuevas páginas.
- Tras cambiar la política, comprueba su estado y concede tiempo al nuevo rastreo, la aplicación del ajuste y la actualización de cachés.

Renderizado y pruebas de compra accesibles

Publica como texto accesible las especificaciones, los materiales, las unidades, las condiciones de precio, las revisiones y los datos de contacto.

Google puede renderizar JavaScript. Para páginas clave, elige una implementación fiable, como el renderizado en servidor o el prerenderizado estático, y revisa el resultado en móvil. Evita que información esencial solo aparezca en imágenes, componentes que requieren un clic, APIs privadas o scripts de terceros. Añade un resumen y una tabla legible a los gráficos interactivos.

Emplea encabezados, cabeceras de tabla y enlaces descriptivos. Indica las unidades, el mercado, el método de prueba o las condiciones de cotización junto a cada pedido mínimo, plazo o intervalo de precios. Enlaza la ficha técnica, el registro de muestras o los datos que fundamentan cada afirmación, con su fecha de revisión. [1] [2] [7] [12]

Qué verificar

- Compara el HTML inicial con el resultado de la inspección de URLs. Comprueba que el texto, las tablas y los enlaces principales se pueden leer.
- En móvil, con una conexión lenta y tras un fallo de interacción, verifica que siguen disponibles la información esencial y la vía de consulta.

Arquitectura de URL y cobertura multilingüe

Asigna una tarea de compra distinta a cada URL indexable. Conecta las páginas relacionadas con enlaces internos, canónicas, sitemaps y hreflang.

Usa enlaces <a href> entre productos, sectores, comparativas, pruebas técnicas y formularios. Incluye en el sitemap XML las URL canónicas que deseas indexar. Reserva lastmod para cambios relevantes. Alinea los enlaces internos, las redirecciones, el sitemap y la canónica declarada con la URL preferida. Verifica qué canónica ha elegido Google.

Usa URL separadas para chino, inglés y español. Configura etiquetas hreflang recíprocas con códigos válidos de idioma o idioma y región. Incluye la página actual y las alternativas pertinentes. Adapta el contenido principal, el título, la navegación y la vía de consulta. Una traducción distinta e indexable suele tener una canónica autorreferente. [8] [9] [10] [14]

Qué verificar

- Desde las páginas de entrada prioritarias, sigue los enlaces a las pruebas, cambia de idioma y prueba la vía de consulta. Comprueba que el destino previsto devuelve 200.
- Revisa la reciprocidad, los códigos de idioma, las canónicas, las respuestas HTTP y el sitemap de cada grupo.

Datos estructurados e información visible

Usa JSON-LD para describir el contenido que ya existe en la página. Elige tipos aplicables y comprueba que las afirmaciones marcadas coinciden con lo que ve el visitante.

Aplica Product, Article, Organization o Dataset cuando la página represente realmente ese tipo. Reutiliza identificadores estables para relaciones reales. Evita inventar precios, existencias, reseñas o descuentos de productos que requieren cotización. Conserva en el marcado las condiciones que la página aplica a la información comercial.

Siempre que sea posible, genera la tabla visible y el JSON-LD a partir de la misma fuente de datos mantenida. Explica qué respalda cada archivo adjunto. Para un conjunto de datos público, indica el alcance de la muestra, la fecha de recogida o actualización, las unidades, las reglas de cálculo y el acceso a los datos originales. [1] [2] [11]

Qué verificar

- Prueba las funciones admitidas con la Prueba de resultados enriquecidos. Revisa los demás campos en el código fuente o con un validador de Schema.
- Contrasta entidades, precios, monedas, existencias, autorías, fechas y descargas con la página visible. La validación no garantiza un resultado enriquecido ni presencia en la búsqueda con IA.

Validación de la publicación y regresiones

Define una lista de verificación repetible para cada plantilla. Resuelve primero los fallos que bloquean el rastreo, la indexación o las consultas.

Mantén una muestra de auditoría por tipo de página, idioma y objetivo. Revisa las mismas URL de producción para comprobar respuestas, canónicas, renderizado móvil, enlaces, marcado, directivas de vista previa y formularios. Registra fecha, responsable, revisor, incidencias y plan de reversión.

Valida un grupo pequeño de páginas representativas antes de extender una plantilla. Tras publicar, revisa el rastreo, las canónicas elegidas por Google, la cobertura de indexación y las principales páginas de entrada. En una migración, comprueba las redirecciones antiguas y el nuevo sitemap. Versiona la información sobre precios, conformidad y plazos, con fechas de vigencia. [3] [5] [7] [8] [9] [12]

Qué verificar

- Guarda los resultados anteriores y posteriores para las mismas URL. Prioriza errores 4xx/5xx, canónicas inválidas, noindex accidental y formularios que no se pueden enviar.
- Anota cambios del sitio, estado de rastreo y fechas de repetición. Usa el registro para investigar variaciones estacionales o de plataforma antes de atribuirlas al cambio.

Impresiones, citas y resultados comerciales

Mantén registros distintos para los informes de plataforma, las observaciones directas y el comportamiento en el sitio. Cada uno requiere su denominador y periodo.

El informe de rendimiento de IA generativa de Search Console suma actualmente las impresiones orgánicas de enlaces en las Vistas creadas con IA y el Modo IA. Permite analizarlas por página, país, fecha y dispositivo. No ofrece clics ni CTR específicos de IA, ni separa las dos experiencias. Excluye los experimentos de Search Labs. Si el informe no aparece, revisa la configuración y considera si faltan impresiones suficientes.

Usa un conjunto estable de preguntas de compra. Registra la función, el mercado, el idioma, el dispositivo, el momento de observación, la respuesta y las fuentes visibles. Usa GA4 para el comportamiento y la conversión en la página, y el CRM para verificar consultas y cotizaciones. Marca las fuentes inciertas como desconocidas. Dividir los clics web generales por las impresiones de IA no produce un CTR de IA. [1] [6] [15] [16]

Qué verificar

- Conserva numerador, denominador, tamaño de muestra, observaciones ausentes y versión. Search Console utiliza la hora del Pacífico para sus fechas.
- Compara tendencias por página, mercado y semana. Conserva una línea de base y un grupo comparable antes de atribuir causalidad.

Fuentes

[01] Funciones de IA y tu sitio web

[02] Optimización para las funciones de IA generativa

[03] Requisitos técnicos de la Búsqueda de Google

[04] Introducción a robots.txt

[05] Etiqueta meta robots, data-nosnippet y X-Robots-Tag

[06] Control de IA generativa en la Búsqueda

[07] Fundamentos de SEO para JavaScript

[08] Canonicalización

[09] Crear y enviar un sitemap

[10] Versiones localizadas de páginas

[11] Directrices generales de datos estructurados

[12] Herramienta de inspección de URLs

[13] Rastreadores de Google y Google-Extended

[14] Hacer que los enlaces se puedan rastrear

[15] Informe de rendimiento de IA generativa

[16] Uso de Search Console y Google Analytics para SEO