

Por qué tu web no recibe visitas: auditamos la nuestra

Nuestra web apareció 69 veces en Google en 16 meses y recibió 2 clics. En agosto de 2026 conectamos Search Console y Analytics por API y medimos todo: nada estaba roto. Encontramos siete descuidos que ninguna lista de comprobación detecta —una página clave sin medición, títulos de 100 caracteres en primera página, lang es-MX en 51 páginas, un mapa del sitio de 2019, analítica sobre un universo incompleto, canibalización entre páginas— y una causa externa: las respuestas de IA se quedan el clic. Publicamos los números en crudo y qué cambiamos.

Por [David Pinto](#) — Fundador y arquitecto de la plataforma · [LinkedIn](#)

Revisión técnica: Innova y Cree

Publicado 1 ago 2026 · Actualizado 17 ago 2026 · 8 min de lectura · [PDF](#)

En los últimos 16 meses, nuestra web apareció **69 veces** en los resultados de Google y recibió **2 clics**. No es una errata. Somos una empresa que construye plataformas de inteligencia artificial, con 53 páginas publicadas y más de 30 artículos, y en 16 meses conseguimos dos visitas desde el buscador.

El 1 de agosto de 2026 conectamos Search Console y Analytics por API y medimos todo. Esperábamos encontrar algo roto. No encontramos nada roto: encontramos siete cosas que nadie había mirado nunca, y una que no depende de nosotros y que probablemente también te esté pasando a ti.

Publicamos los números en crudo porque casi nadie lo hace. Los artículos sobre por qué una web no recibe visitas suelen estar escritos por quien vende la solución, con capturas de otros. Estos son los nuestros.

Primero: lo que estaba bien

Antes de buscar culpables conviene descartar lo obvio. Medimos lo de siempre y todo pasó:

- Las 53 direcciones del mapa del sitio respondían correctamente. Ninguna rota.
- Las cuatro variantes del dominio (con y sin *www*, con y sin cifrado) redirigían bien a una sola.
- Las páginas estaban indexadas y Google las visitaba al día. Algunas, esa misma mañana.
- El archivo *robots.txt* permitía el paso, incluso a los buscadores de IA.
- La página principal cargaba en 2,6 segundos.

Es decir: **el sitio estaba sano y aun así era invisible**. Esa es la parte incómoda, porque significa que las listas de comprobación habituales no sirven para detectar el problema.

Hallazgo 1: la página que pide correos no medía nada

Tenemos una página que regala una guía a cambio del correo. Es la que más nos importa de todo el sitio, porque es la única que convierte un visitante en un contacto.

No tenía instalado el gestor de etiquetas. Cero mediciones. No sabíamos cuánta gente entraba, cuánta se iba ni si las campañas la alcanzaban. Llevaba meses así, y nadie lo notó porque **una página sin medición no se queja**: simplemente no aparece en ningún informe, y lo que no aparece se lee como "no pasa nada ahí".

Lección repetible: no revises si Analytics está instalado en tu sitio. Revisa si está instalado **en cada página que te importa**, una por una.

Hallazgo 2: primera página de Google, cero clics

Aquí está el dato que más nos sorprendió. Estas páginas nuestras ya salían en la primera página de Google:

PÁGINA	APARICIONES	POSICIÓN	CLICS
Cuánto cuesta capacitar en IA	72	7	0
Licitaciones públicas con IA	50	7	1
El stack de 100 dólares	32	5	0
Formación en IA	183	6	6

Páginas que aparecían en primera página de Google sin recibir clics (Search Console, 16 meses hasta agosto de 2026).

Posición 5, 6 y 7 es primera página. La gente nos veía y no entraba. Cuando miramos por qué, la primera causa era vergonzosamente simple: **los títulos medían 107 y 100 caracteres**. Google corta cerca de 60. Lo que el usuario leía era una frase partida por la mitad.

Los reescribimos a entre 47 y 58 caracteres, con la palabra que la gente busca al principio y sin el nombre de la marca al final, que se comía 16 caracteres sin aportar nada.

Hallazgo 3: le decíamos a Google que éramos solo para México

51 páginas declaraban *lang="es-MX"*, la etiqueta que indica el idioma del documento. Trabajamos con clientes en varios países de habla hispana y nuestra

propia campaña estaba corriendo en Colombia, Perú y Ecuador. Y la descripción de la portada decía, literalmente, "para empresas en México y Chile".

Lo cambiamos a *es*, que es lo que [Google recomienda](#) para un sitio único que sirve a varios países. Un apunte útil: **es-419**, que muchos usan para "español de Latinoamérica", no es un código válido para Google. No está en la norma ISO 3166-1 y lo ignora.

Hallazgo 4: un mapa del sitio de 2019

Search Console tenía declarado un segundo mapa del sitio, enviado el **14 de septiembre de 2019**, que hoy da error 404. Llevaba casi siete años ahí, acumulando un error y siete avisos que nadie leyó, porque nadie abría esa pantalla.

Retirarlo fue cuestión de segundos. El punto no es el mapa: es que **las consolas acumulan basura de configuraciones anteriores** y nadie las revisa hasta que algo duele.

Hallazgo 5: Analytics medía una fracción del tráfico

Nuestro segundo dominio, donde vive una academia en línea, marcaba **33 sesiones en 28 días** según Analytics. El contador propio del aula registraba **unas 62 visitas al día**.

Los dos números eran correctos. El aula no carga el gestor de etiquetas, así que Analytics solo veía la portada y el blog. Y justo ahí, en la zona que Analytics no mira, es donde aterrizaba nuestra publicidad de pago.

Este es el error más caro de la lista, porque no te hace perder un dato: **te hace decidir al revés**. Cualquiera que abriera ese informe habría concluido que la academia no tiene tráfico y que la campaña no funciona. Un número correcto sobre un universo incompleto miente más que un número ausente.

Hallazgo 6: ocho páginas compitiendo entre sí

Teníamos ocho páginas dedicadas a distintos sectores (despachos legales, hoteles, clínicas, constructoras...) sin etiqueta canónica. Esa etiqueta le dice a Google cuál es la versión buena de una página. Sin ella, ocho páginas parecidas compiten entre ellas y ninguna gana con claridad.

Hallazgo 7: el que no depende de nosotros

Los seis anteriores eran culpa nuestra. El séptimo no, y es probablemente el que más pesa.

Las respuestas generadas por IA que Google coloca encima de los resultados aparecen ya en **entre el 47 % y el 64 % de las búsquedas**, frente al 25-30 % de 2024. En sectores como educación, tecnología, salud y finanzas [superan el 70 %](#). El efecto sobre los clics es directo:

SITUACIÓN	CLICS QUE RECIBE EL PRIMER RESULTADO
Sin respuesta de IA arriba	28-34 %
Con respuesta de IA arriba	8-12 %
Clics que recibe el primer resultado según haya o no una respuesta de IA encima (fuente citada en el texto).	

Y el dato que más nos hizo replantearnos qué escribir: en búsquedas informativas — las de "qué es", "cómo funciona", "guía de"— **el 79 % termina sin ningún clic**. En búsquedas transaccionales, con intención de comprar o contratar, esa cifra baja al **38 %**.

Nuestro blog era informativo casi por completo. Estábamos escribiendo, con esfuerzo y durante meses, exactamente el tipo de contenido cuyo clic ya se queda

en Google.

Qué cambiamos, en concreto

- **La medición primero.** Gestor de etiquetas en la página de captación. Verificado con un navegador real, no mirando el código: comprobando que la petición sale.
- **Títulos de menos de 60 caracteres** en las cinco páginas que ya aparecían y no recibían clics. Solo en esas cinco: para las demás no había datos que justificaran tocarlas.
- **Idioma es** en 51 páginas, y fuera "México y Chile" de la descripción principal.
- **Etiqueta canónica** en las ocho páginas de sector.
- **Mapa del sitio limpio:** fuera el de 2019, fuera una dirección que en realidad era un redireccionamiento y dentro tres páginas reales que nadie había declarado.

Qué NO cambiamos, y por qué importa

Había 43 títulos más que superaban los 60 caracteres. No los tocamos. **Sin datos que digan que hace falta, reescribir una página que ya funciona puede costarte posiciones.** La contención también es parte del trabajo.

Tampoco tocamos la medición entre dominios, aunque sobre el papel estaba mal configurada. Al medirlo, solo 2 de unas 240 sesiones pasaban de un dominio al otro. Un problema de manual que en la práctica no era un problema.

Una advertencia sobre lo que vas a leer por ahí

Ahora que la IA se come los clics, aparecieron consultorías vendiendo "optimización para motores generativos" con cifras muy concretas: +41 % por añadir estadísticas, +115 % por citar fuentes externas. Vienen de [un estudio de Princeton presentado en KDD 2024](#), que es serio y reporta mejoras de hasta un 40 %.

Pero una [revisión crítica de 45 estudios](#) publicada después advierte algo que casi nadie menciona: esas mejoras solo se sostienen **si tu contenido ya está dentro del material que el modelo está mirando**. No demuestran que la IA te descubra, ni que el efecto dure.

Las prácticas siguen valiendo la pena —responder la pregunta en la primera línea, dar cifras con fecha y fuente, firmar con credenciales— pero porque coinciden con escribir bien, no porque garanticen un porcentaje. Si alguien te promete +115 %, está citando mal ese estudio.

Cómo auditar el tuyo esta semana

Sin herramientas de pago, en este orden:

- **1. Comprueba qué páginas miden de verdad.** Abre las que te importan y confirma que tu sistema de analítica carga en cada una. Una por una.
- **2. Busca páginas que aparezcan y no reciban clics.** En Search Console, filtra por posición mejor que 10 y ordena por clics de menor a mayor. Ahí está el dinero fácil: ya estás posicionado, solo no te pulsan.
- **3. Mide tus títulos en caracteres, no en bytes.** Si usas terminal, `wc -m`, nunca `wc -c`: en UTF-8 cada tilde y cada eñe cuenta doble y un título correcto parecería pasado de largo.
- **4. Revisa qué mapas del sitio tienes declarados.** Es habitual encontrar restos de webs anteriores.
- **5. Contrasta tu analítica con otra fuente.** Si las visitas que muestra no cuadran con las de tu servidor o tu pasarela de pago, no discutas cuál miente: mira qué páginas cargan la etiqueta.

La conclusión que no esperábamos

Empezamos buscando qué estaba roto. No había nada roto. Había un sitio sano compitiendo en un terreno que dejó de repartir clics, con seis descuidos que nadie revisa porque no producen ningún síntoma visible.

Si tu web no recibe visitas, es probable que tampoco tengas nada roto. **Mide antes de rehacer.** Rehacer una web sana es la forma más cara de no arreglar el problema.

Publicaremos los resultados de estos cambios cuando haya datos suficientes, salgan como salgan.

Puntos clave

- 01 Un sitio puede estar técnicamente sano y ser invisible: las listas de comprobación habituales no detectan los descuidos que pesan.
- 02 Primera página sin clics suele ser un problema de título: los nuestros medían 100-107 caracteres y Google corta cerca de 60.
- 03 Un número correcto sobre un universo incompleto miente más que un número aproximado: Analytics medía una fracción del tráfico.
- 04 En búsquedas informativas el 79 % termina sin clic por las respuestas de IA; en transaccionales, el 38 %. Mide antes de rehacer.

Preguntas frecuentes

¿Por qué mi web no recibe visitas si está bien hecha?

¿Cómo sé si mi web aparece en Google y nadie entra?

¿Sirve es-419 para segmentar a Latinoamérica?

¿Por qué Analytics muestra menos visitas de las reales?

Referencias

- [1] Google Search Central — Versiones localizadas de una página (lang y hreflang). <https://developers.google.com/search/docs/specialty/international/localized-versions>. Consultado el 17 de agosto de 2026. DOC - FABRICANTE
- [2] Google — Ayuda de Search Console: informe de rendimiento. <https://support.google.com/webmasters/answer/7576553>. Consultado el 17 de agosto de 2026. DOC - FABRICANTE
- [3] ESEO Space — How AI Overviews impact SEO in 2026 (cuota de búsquedas con respuesta de IA). <https://eseospace.com/blog/how-ai-overviews-impact-seo-2026/>. Consultado el 17 de agosto de 2026. DATO
- [4] Aggarwal et al., «GEO: Generative Engine Optimization», KDD 2024 (arXiv:2311.09735). <https://arxiv.org/abs/2311.09735>. Consultado el 17 de agosto de 2026. PAPER
- [5] Revisión crítica de 45 estudios sobre optimización para motores generativos (arXiv:2607.14035). <https://arxiv.org/abs/2607.14035>. Consultado el 17 de agosto de 2026. PAPER

Citar este artículo

APA

Pinto, D. (2026, 1 de agosto; revisado el 17 de agosto de 2026). Por qué tu web no recibe visitas: auditamos la nuestra (v1.1). Blog técnico de Innova y Cree. <https://innovaycree.com/blog/casos/por-que-mi-web-no-recibe-visitas.html>

BIBTEX

```
@misc{pinto2026por,  
  author      = {Pinto, David},  
  title       = {Por qué tu web no recibe visitas: auditamos la nuestra},  
  howpublished = {Blog técnico de Innova y Cree},  
  year        = {2026},  
  month       = {ago},  
  note        = {v1.1, revisado 2026-08-17},  
  url         = {https://innovaycree.com/blog/casos/por-que-mi-web-no-recibe-  
visitas.html}  
}
```

v1.1 · 17 ago 2026

► HISTORIAL DE VERSIONES

SOBRE EL AUTOR

[David Pinto](#) · Fundador y arquitecto de la plataforma

Diseña la arquitectura de IA verificable de Innova y Cree: RAG con cita verificada contra la fuente oficial, benchmark anti-alucinación público y plataformas en producción para sectores regulados de México y Chile.

[LinkedIn](#) · [Todos sus artículos](#)