

Tráfico de Referencia de ChatGPT: Datos, Análisis y Proyecciones para 2026

By RankStudio Published December 26, 2025 41 min read



Resumen Ejecutivo

El auge de ChatGPT y otros chatbots de IA generativa está comenzando a remodelar la forma en que los usuarios encuentran y navegan por la información en línea. ChatGPT ya está actuando no solo como una fuente de información, sino también como un referente de tráfico. Sin embargo, los estudios analíticos muestran consistentemente que **ChatGPT actualmente contribuye solo con una fracción muy pequeña del tráfico de referencia a la mayoría de los sitios web**, típicamente muy por debajo del 1% de las visitas de un sitio, incluso en segmentos de rápido crecimiento. Por ejemplo, los análisis de la industria a lo largo de 2024–2025 encontraron que ChatGPT enviaba aproximadamente el 0.1–0.5% del tráfico a los principales sitios de noticias y medios (Source: www.searchenginejournal.com) (Source: datareportal.com), y del orden del 0.3–0.5% del volumen de búsqueda orgánica para sitios importantes como Wikipedia, Samsung y Amazon (Source: datareportal.com). En un conjunto de datos de PYMES, las referencias de ChatGPT ascendieron a solo el 0.54% del tráfico orgánico en septiembre de 2024, aumentando a aproximadamente el 1.24% en febrero de 2025 (Source: searchengineland.com). Las proyecciones sugieren que **incluso con un crecimiento rápido y continuo en el uso de la IA, la cuota de tráfico de referencia de ChatGPT para 2026 se mantendrá en el rango de porcentaje de un solo dígito para la mayoría de los sitios web**. Por ejemplo, un pronóstico de la industria concluyó que los canales actuales impulsados por IA (principalmente ChatGPT) representan solo ~0.5% de todas las visitas al sitio (junio de 2025) (Source: ppc.land). Incluso si el uso de ChatGPT se duplica o triplica, es probable que aún entregue solo un pequeño porcentaje de las visitas de los sitios típicos para 2026, excepto en nichos específicos donde la IA es inusualmente prominente.

Hallazgos Clave: (1) **La cuota actual de referencia es muy baja.** Los estudios principales en 2024–25 informan uniformemente que ChatGPT contribuye con menos del 1% del tráfico total u orgánico para la mayoría de los editores (Source: www.searchenginejournal.com) (Source: datareportal.com). (2) **Crecimiento rápido, pero base pequeña.** El número absoluto de visitas desde ChatGPT se ha duplicado o más en trimestres recientes (por ejemplo, un aumento de 8 veces para los editores de EE. UU. en el primer semestre de 2025 (Source: www.searchenginejournal.com) y aproximadamente se duplicó de enero a abril de 2025 (Source: digiday.com), pero dado que el punto de partida era casi cero, todavía representa solo una pequeña porción del tráfico. (3) **Variaciones por industria.** Las referencias de ChatGPT están altamente concentradas en ciertos sectores. Los sitios de educación, tecnología y viajes ven un mayor tráfico proveniente de IA, mientras que sectores como la salud o el comercio electrónico a

menudo obtienen menos de ChatGPT y más de otros motores de IA (Gemini, Perplexity, etc.) (Source: searchengineland.com) (Source: searchengineland.com). (4) **La participación sigue siendo alta.** Aunque escasos, los visitantes originados en ChatGPT tienden a estar más comprometidos y a convertir mejor que algunos otros canales (Source: blackbeanmarketing.com). (5) **Proyecciones para 2026:** Dadas las tendencias actuales (aproximadamente 1–2 veces el crecimiento anual en referencias de ChatGPT) y la continua disminución en la visibilidad de la búsqueda orgánica, la mayoría de los pronósticos sitúan la cuota de referencia de ChatGPT en porcentajes de *un solo dígito bajo* para los sitios promedio para 2026 (a menudo muy por debajo del 5%) (Source: searchengineland.com) (Source: ppc.land). Incluso las predicciones audaces (por ejemplo, ChatGPT igualando a Google para 2030 (Source: ppc.land) implican un aumento gradual a lo largo de varios años.

En resumen, si bien ChatGPT ya está emergiendo como un nuevo referente de tráfico, su cuota de visitas a la mayoría de los sitios web sigue siendo insignificante hoy y se espera que se mantenga modesta hasta 2026. El principal impacto a corto plazo de ChatGPT en el tráfico web parece ser un reequilibrio de quién obtiene clics (favoreciendo a los sitios altamente autorizados o bien estructurados (Source: arxiv.org) y una discusión continua sobre cómo los creadores de contenido y los especialistas en marketing deben adaptarse (la llamada "optimización de citación de IA" y [nuevas estrategias de SEO](https://nuevasestrategiasdeseo.com) (Source: arxiv.org) (Source: blackbeanmarketing.com). Como documentamos a continuación, una amplia gama de fuentes de datos confirma estas tendencias, incluso mientras los expertos debaten los resultados a largo plazo.

1. Introducción y Antecedentes

La aparición de ChatGPT (la IA generativa conversacional de OpenAI) y [chatbots similares impulsados por LLM](https://chatbots-similares-impulsados-por-llm.com) ha planteado preguntas fundamentales sobre el futuro de la búsqueda en línea y las fuentes de tráfico de sitios web. Históricamente, la mayoría de los visitantes de sitios web llegaron a través de **búsqueda orgánica** (por ejemplo, Google, Bing), entrada **directa** (marcadores, escribir URL) o **referencias** de otros sitios (redes sociales, boletines informativos, sitios asociados, etc.). Con ChatGPT, aparece efectivamente un nuevo referente: cuando un usuario le hace una pregunta a ChatGPT, la IA puede generar una respuesta de texto que incluye información fáctica o incluso [citas de fuentes](https://citas-de-fuentes.com). Si el usuario luego hace clic en un enlace en la interfaz de ChatGPT (por ejemplo, a través del complemento "Docs" o "Browsing", o si las respuestas de ChatGPT se copian en un navegador), esa visita aparece en los análisis como referida por "chatgpt.com". Este desarrollo significa que los sitios web pueden comenzar a medir el [tráfico de referencia de ChatGPT](https://tráfico-de-referencia-de-chatgpt.com) en sus plataformas de análisis por primera vez.

Este informe examina los datos y proyecciones existentes para estimar qué parte del tráfico general del sitio web (particularmente el *tráfico de referencia*) proviene de ChatGPT, y cómo podría evolucionar para 2026. Cubrimos el contexto histórico (el auge de ChatGPT y las primeras indicaciones de 2023–2025), las tendencias actuales (datos de 2024–2025 de firmas de análisis y editores) y posibles escenarios futuros. Utilizamos amplios datos y estudios de terceros para fundamentar nuestro análisis. Siempre que es posible, las afirmaciones están respaldadas por informes de la industria o investigaciones publicadas (Source: www.searchenginejournal.com) (Source: datareportal.com) (Source: searchengineland.com).

Definiciones clave para mayor claridad: El **tráfico de referencia** generalmente se refiere a los visitantes que llegan a un sitio web a través de un enlace en otro dominio (distinto de "directo" o "búsqueda"). En este contexto, nos centramos específicamente en las *referencias de ChatGPT*, es decir, las visitas que se originan cuando un usuario interactúa con ChatGPT y luego sigue un enlace o hace clic para salir. Comparamos esta nueva fuente con canales más establecidos y la medimos en relación con el tráfico general de cada sitio. A lo largo del informe, la "cuota de tráfico de referencia de ChatGPT" significa la proporción de visitas de un sitio (o de todas las visitas de referencia) que se pueden atribuir a ChatGPT.

Este análisis es oportuno porque los chatbots como ChatGPT han experimentado una adopción explosiva: a fines de 2025, el uso de ChatGPT se había disparado a cientos de millones de usuarios por mes (Source: searchengineland.com) (Source: datareportal.com). Esto genera preocupación e interés entre los editores web y los especialistas en marketing: ¿[ChatGPT reemplazará a los motores de búsqueda](https://chatgpt-reemplazará-a-los-motores-de-búsqueda.com) y robará tráfico, o *impulsará* nuevos usuarios a los sitios web? </current_article_content> Los primeros indicadores (discutidos a continuación) muestran que *algo* de tráfico se envía a los sitios, pero también que la mayor parte de las consultas aún no generan un clic (las llamadas respuestas de "cero clics") (Source: techcrunch.com) (Source: datareportal.com). Gobiernos, analistas y grandes empresas (Google, Microsoft) están observando de cerca este cambio.

Nuestro informe procede de la siguiente manera:

- **Sección 2 (Contexto Histórico):** Revisa cómo evolucionó el tráfico web, el papel de los motores de búsqueda y el auge de la IA generativa en la búsqueda a partir de 2023–2024.
- **Sección 3 (Metodología):** Explica cómo se mide el tráfico de referencia de ChatGPT (herramientas de análisis, fuentes de datos, definiciones).
- **Sección 4 (Tendencias Actuales, 2023–2025):** Presenta datos sobre los volúmenes de referencia de ChatGPT y el crecimiento hasta la fecha, en todas las industrias y tipos de sitios web (web general, editores de noticias, PYMES, comercio electrónico, etc.). Incluye una revisión detallada de estudios y métricas publicados.
- **Sección 5 (Estudios de Caso/Ejemplos):** Examina ejemplos específicos del impacto de ChatGPT, por ejemplo, grandes editores (NY Post, Guardian, Reuters), sitios de PYMES, etc., con estadísticas reales o ilustrativas.

- **Sección 6 (Análisis e Implicaciones):** Discute lo que estas tendencias de datos implican para los propietarios de sitios web, la estrategia de SEO y los creadores de contenido. Cubre las tácticas de "sombrero blanco" que están surgiendo para ChatGPT (las llamadas técnicas de optimización de IA) y los diversos puntos de vista sobre si ChatGPT es una amenaza o una oportunidad.
- **Sección 7 (Direcciones Futuras y Proyecciones para 2026):** Explora escenarios plausibles y pronósticos de expertos, proyectando la cuota de referencia de ChatGPT en 2026 para sitios web genéricos, y discute los factores que podrían acelerar o inhibir ese crecimiento (adopción por parte del usuario, cambios tecnológicos, licencias de contenido, acciones legales, integración con otras plataformas, etc.)
- **Sección 8 (Conclusión):** Resume los hallazgos y ofrece observaciones finales.

A lo largo del informe, anclamos las declaraciones con métricas y citas de informes de la industria, publicaciones de SEO y firmas de datos. Por ejemplo, los análisis de Similarweb y Semrush proporcionan puntos de referencia cuantitativos del tráfico de ChatGPT actual (Source: [searchengineland.com](https://www.searchengineland.com)) (Source: www.similarweb.com), Statcounter ofrece la cuota global de referencia (Source: www.prnewswire.com), y los editores (TechCrunch, Digiday) informan sobre el tráfico de noticias específicamente (Source: techcrunch.com) (Source: digiday.com). Juntos, estos forman la base de evidencia para estimar la cuota de referencia de ChatGPT en 2026.

2. Contexto Histórico: La Búsqueda y el Auge de la IA Generativa

Para comprender el impacto de ChatGPT, ayuda recordar la era pre-IA del tráfico web. Durante décadas, los **motores de búsqueda** (en gran parte Google) han sido la forma dominante en que los usuarios encuentran sitios web. Las empresas optimizaron su contenido para las clasificaciones de Google (SEO) para capturar clics. En los propios datos de Google: a fines de 2024, Google tenía alrededor de 6.5 mil millones de usuarios mensuales únicos, empujando los ~566 millones de ChatGPT (dic. 2024) (Source: [searchengineland.com](https://www.searchengineland.com)). En la búsqueda de Google, una alta fracción de las consultas resultó en un clic a un sitio: históricamente, alrededor del 50–60% de las consultas terminaron con el usuario visitando una de las páginas listadas de Google. (El resto fueron "sin clic": el usuario obtuvo suficiente información de, por ejemplo, un fragmento destacado, o abandonó, etc.).

Esto comenzó a cambiar en 2024. Google introdujo los **Resúmenes de IA** (también llamados el "Modelo de IA" o "Búsqueda Impulsada por IA"), que generaban respuestas concisas en la parte superior de los resultados de búsqueda. Meta informó que estos Resúmenes condujeron a tasas más altas de "cero clics": para algunas categorías de noticias, la fracción de búsquedas que arrojaron cero clics saltó de ~56% a ~69% a mediados de 2025 (Source: techcrunch.com). En otras palabras, los usuarios obtuvieron más información en la propia página de Google, sin hacer clic en los sitios de los editores. Este fenómeno (denominado *inflación de visibilidad* por algunos analistas (Source: ppc.land) ha generado preocupaciones de que el SEO tradicional pierda su poder de generar tráfico.

Simultáneamente, los chatbots de IA independientes como **ChatGPT** estuvieron disponibles públicamente (ChatGPT se lanzó el 30 de noviembre de 2022). A principios de 2023, millones de usuarios comenzaron a usar ChatGPT para responder preguntas, escribir contenido, codificar, etc. El uso de ChatGPT se disparó (los informes indican que los usuarios activos semanales crecieron de unos 50 millones en enero de 2023 a 400 millones en febrero de 2025 (Source: www.linkedin.com). Con una base de usuarios tan grande, era inevitable que parte de la navegación web ocurriera a través de ChatGPT. Un punto de inflexión se produjo cuando OpenAI agregó una capacidad de navegación web en vivo (búsqueda) a ChatGPT (finales de 2023) y más tarde cuando Microsoft integró el chat basado en GPT en Bing. Esto significaba que las respuestas de ChatGPT podían obtenerse de sitios web actualizados y podían incluir citas/enlaces.

Los primeros observadores notaron que, contrariamente a los temores iniciales, ChatGPT de hecho *enviaba* algunos usuarios a los sitios web. Por ejemplo, OfficeChai (agosto de 2023) informó que el tráfico de "chatgpt.com" comenzó a aparecer en Google Analytics para varios sitios (Source: officechai.com). Incluso las herramientas de IA independientes como Perplexity.ai estaban enlazando a fuentes. Esto señaló un nuevo canal de referencias: **referencias impulsadas por IA**.

Al mismo tiempo, crecieron las preocupaciones de que ChatGPT pudiera estar robando tráfico de noticias. A mediados de 2024, Similarweb y otros documentaron caídas dramáticas en el tráfico de búsqueda orgánica a los editores de noticias, coincidiendo con el auge de los Resúmenes de IA. TechCrunch informó que los cambios en el plan de imágenes de Google habían aumentado los "cero clics" a casi el 69% en mayo de 2025 (Source: techcrunch.com), y el tráfico orgánico a los sitios de noticias cayó de más de 2.3 mil millones de visitas (pico a mediados de 2024) a menos de 1.7 mil millones a mediados de 2025 (Source: techcrunch.com). Esto generó temores entre los editores de que el contenido que producían sería consumido por herramientas de IA sin clics.

Sin embargo, datos suplementarios comenzaron a mostrar que ChatGPT también refería tráfico a los editores. Similarweb documentó que las referencias de ChatGPT (aunque minúsculas en términos absolutos) estaban creciendo (por ejemplo, de 0.435 millones en agosto de 2024 a 3.5 millones en enero de 2025 para 14 sitios de noticias principales (Source: www.searchenginejournal.com). Digiday informó que la cuota de tráfico saliente de ChatGPT que iba a sitios de noticias saltó del 64% en enero de 2025 al 83% en abril de 2025 (Source: digiday.com). Al mismo tiempo, los

análisis de marketing (Siege, SearchEngineLand, Similarweb) comenzaron a rastrear los volúmenes de referencia de ChatGPT por sector. Todo esto pinta una imagen consistente: **ChatGPT como nuevo referente es real y está creciendo, pero a partir de 2024–2025 sigue siendo un canal muy pequeño en comparación con la búsqueda.** El resto de este informe profundiza en los detalles de estos hallazgos.

3. Medición del Tráfico de Referencia de ChatGPT

3. Medición del Tráfico de Referencia de ChatGPT

Comprender el tráfico de referencia de ChatGPT requiere cierta cautela en el análisis. Por diseño, ChatGPT no es un "sitio web" convencional; generalmente se accede a través de una aplicación o portal (por ejemplo, chat.openai.com o la aplicación móvil de ChatGPT). Cuando proporciona respuestas o cita fuentes, el usuario puede hacer clic en un enlace que presenta. En esos casos, el referente HTTP (si lo hay) suele ser chat.openai.com o similar. Por lo tanto, **las herramientas de análisis web pueden atribuir dichos clics a ChatGPT como dominio de referencia.** Por ejemplo, el Rastreador de Tráfico de IA de Similarweb utiliza datos globales de flujo de clics (clickstream) para contar las visitas originadas en ChatGPT u otros dominios de IA (Source: www.similarweb.com). Statcounter también rastrea las referencias de los chatbots. Los editores que tienen licencia de ChatGPT (por ejemplo, The Guardian) pueden tener código personalizado para rastrear los clics de ChatGPT.

Sin embargo, esto solo captura los clics *explícitos* a través de la interfaz de ChatGPT. ChatGPT también puede entregar respuestas a través de asistentes de voz u otras aplicaciones, lo que podría no generar un referente claro. Y si ChatGPT simplemente responde una pregunta sin necesidad de un sitio web, no hay referencia en absoluto. Por lo tanto, las métricas basadas en datos de referencia **subestiman** sistemáticamente el papel de ChatGPT en la satisfacción de las consultas de los usuarios. A pesar de esto, las medidas basadas en referencias son valiosas para evaluar los *enlaces externos* que proporciona ChatGPT.

La mayoría de los datos citados públicamente sobre referencias de ChatGPT provienen de dos fuentes: (1) **Agregados de firmas de análisis** (Semrush, Similarweb, Chartbeat, Statcounter) que informan qué fracción de las visitas a los dominios se originan en chatgpt.com u otras plataformas de IA. Por ejemplo, Similarweb estimó el total de visitas originadas por ChatGPT a los 1000 sitios principales (junio de 2025) en ~0.9 mil millones (Source: www.similarweb.com), y Statcounter midió la cuota de mercado de ChatGPT entre las referencias de chat de IA en ~79.8% (mayo de 2025) (Source: www.prnewswire.com). (En todos estos datos, está claro que ChatGPT es, con diferencia, el principal referente de IA, a menudo >>80% del tráfico de "bots de IA", por delante de Microsoft Copilot, Perplexity, Claude, etc. (Source: www.prnewswire.com).) (2) **Estudios de caso de editores e informes de noticias** que proporcionan cifras específicas para sitios o categorías particulares. Por ejemplo, TechCrunch obtuvo cifras de Similarweb sobre las tendencias de referencia para los editores de noticias, y Search Engine Journal informó las cifras absolutas para 14 sitios de noticias (Source: www.searchenginejournal.com). Agencias como Siege Media han realizado análisis de muestra en cientos de datos de GA de sitios de PYMES (SMB). Estos informes específicos del sector dan contexto sobre los patrones de la industria.

Limitaciones

Si bien estos puntos de datos son invaluable, debemos ser conscientes de las limitaciones:

- **Muestreo y alcance.** La mayoría de los datos provienen de editores de primer nivel o de muestras de conveniencia. Los informes de Similarweb a menudo utilizan los "1,000 principales" o industrias específicas, lo que se inclina hacia los sitios grandes. Los estudios de PYMES cubren cientos de empresas más pequeñas, pero pueden no ser representativos a nivel mundial.
- **Definiciones.** Algunos análisis (por ejemplo, los de Ahmed o Andrew Charlton) confunden "usuarios de sesión de ChatGPT" con "usuarios referidos". Nos centramos específicamente en los clics reales (visitas medibles) atribuibles a ChatGPT.
- **Cambio rápido.** Este es un espacio en evolución. La introducción de nuevas características de GPT (como la herramienta de Navegación de OpenAI, o GPT-4 Vision) o competidores podría alterar drásticamente los patrones de referencia incluso para 2026. Incorporamos los datos más recientes disponibles (principalmente finales de 2024 – mediados de 2025) pero enfatizamos la incertidumbre posterior.

A pesar de estas advertencias, la convergencia de múltiples fuentes independientes (Similarweb, \$SE J, Digiday, Statcounter, etc.) da confianza en las principales conclusiones que extraemos. Ahora pasamos a un análisis detallado de lo que dicen los datos sobre la cuota de tráfico de referencia de ChatGPT.

4. Tráfico de Referencia de ChatGPT (2023–2025): Datos y Tendencias

4.1 Crecimiento General y Magnitud

Desde el lanzamiento de ChatGPT, los analistas han notado un **fuerte aumento** en el número absoluto de referencias que genera, a pesar de que la base sigue siendo pequeña. Por ejemplo, un análisis de Similarweb que cubrió enero–abril de 2025 encontró que las referencias de ChatGPT a sitios web de noticias casi se *duplicaron* en cuatro meses (Source: [digiday.com](https://www.digiday.com)). Search Engine Journal informó que las referencias a 14 importantes editores de noticias crecieron de ~0.435 millones en agosto de 2024 a 3.5 millones en enero de 2025 (un **aumento de ocho veces** en seis meses) (Source: www.searchenginejournal.com). Del mismo modo, un estudio de Search Engine Land sobre 391 sitios de PYMES observó que el total de referencias de IA generativa (en su mayoría ChatGPT) aumentó un **123%** de septiembre de 2024 a febrero de 2025 (Source: searchengineland.com).

La Figura 1 (hipotética) ilustra esta tendencia: las sesiones de referencia de ChatGPT siguen siendo muy pequeñas (del orden de decenas de miles por sitio, para una propiedad web genérica), pero su tasa de crecimiento ha sido del orden del 100% o más anualmente. Como señaló un comentarista de marketing, los Usuarios Activos Semanales de ChatGPT se dispararon de 50M a principios de 2023 a 800M a finales de 2025 (Source: www.linkedin.com); proporcionalmente, los clics de referencia también han crecido (aunque desde una base minúscula).

Si bien las tasas de crecimiento son impresionantes (duplicándose o triplicándose en menos de un año), **los volúmenes absolutos siguen siendo mínimos** en relación con los canales tradicionales. Como resumió Siege Media sus datos de agosto de 2024 a febrero de 2025: "la cuota de tráfico de referencia de IA respecto al tráfico orgánico ha aumentado en un 130%... pero la cuota sigue siendo relativamente pequeña" (Source: searchengineland.com). Incluso después de un crecimiento sustancial, las referencias de ChatGPT a principios de 2025 solo estaban en el orden del 0.5–1.5% del volumen de búsqueda orgánica para los sitios de PYMES (Source: searchengineland.com).

El informe "AI Referral Traffic" (Tráfico de Referencia de IA) de Similarweb (julio de 2025) pone en contexto las referencias de IA (y ChatGPT): estimó **1.13 mil millones** de visitas totales de *todas* las plataformas de IA (junio de 2025), de las cuales ~80% (~0.9B) provenían de ChatGPT (Source: www.similarweb.com) (Source: www.similarweb.com). En comparación, la búsqueda orgánica de Google generó ~191 mil millones de referencias ese mismo mes (Source: www.similarweb.com). En otras palabras, las referencias de IA son una pequeña fracción de las referencias de búsqueda (aproximadamente el 0.6% del volumen de Google) a mediados de 2025. Aunque las referencias de IA crecieron un 357% interanual (Source: www.similarweb.com), la base de partida era tan pequeña que **todavía solo representan ~0.6% del tráfico de Google**.

Crecimiento Específico por Sector

La tasa de crecimiento de las referencias de ChatGPT ha variado según la industria. Los informes publicados destacan dos tendencias amplias: las referencias de IA generativa están creciendo especialmente rápido en los sectores B2B y de conocimiento, y algunas industrias muestran un crecimiento anómalamente alto.

- **Noticias y Medios:** Este sector ha estado bajo intenso escrutinio. Por ejemplo, Similarweb y los medios de comunicación coinciden: las referencias de ChatGPT a los editores de noticias eran casi insignificantes a principios de 2024, pero se dispararon a principios de 2025. Digiday informó un aumento de 123 millones de visitas (enero de 2025) a 243.8 millones (abril de 2025) *en 250 sitios de noticias* (Source: [digiday.com](https://www.digiday.com)) – un aumento de ~98%. Sin embargo, en relación con el tráfico de cada sitio, la cuota se mantuvo por debajo del 1%: SEJ encontró que ChatGPT representaba <0.1% del total de visitas para la mayoría en enero de 2025 (Source: www.searchenginejournal.com), con la excepción de algunos tabloides (New York Post alcanzó el 0.5% (Source: www.searchenginejournal.com). TechCrunch señala que, a pesar de estas ganancias, la disminución del SEO significó que las referencias de ChatGPT no estaban compensando las grandes pérdidas de tráfico debidas a las respuestas de Google AI (Source: techcrunch.com).
- **Tecnología/Educación/Finanzas/Viajes:** Según Semrush (a través de Search Engine Land), los sitios de *educación* y *tecnología* han experimentado un impulso desproporcionado en el tráfico de ChatGPT (Source: searchengineland.com). De hecho, más de 30,000 dominios únicos obtuvieron referencias de ChatGPT para noviembre de 2024, con tecnología y educación a la cabeza. De manera similar, el estudio de PYMES encontró que **los sitios de viajes y finanzas atrajeron mayores volúmenes de referencia de ChatGPT** que otros (Source: searchengineland.com). Estos son sectores donde se valora la información detallada y de preguntas y respuestas.
- **Salud/Comercio Electrónico:** Por el contrario, sectores como la salud o el comercio electrónico han visto más crecimiento de motores de IA distintos a ChatGPT (por ejemplo, Gemini de Google o Perplexity.ai) (Source: searchengineland.com). Las referencias de ChatGPT aquí crecieron, pero no tan rápidamente. Por ejemplo, en el desglose por categorías de Similarweb (junio de 2025), el principal sitio de "salud" (nih.gov) obtuvo 3.9M de visitas de ChatGPT, pero los sitios gigantes de referencia/wiki fueron aún mayores (Source: www.similarweb.com). En general, las industrias todavía gravitan hacia los motores de búsqueda o los canales de afiliados más que hacia ChatGPT para las consultas con intención de compra (Source: searchengineland.com) (Source: ppc.land).

Comparación con Otros Canales

Los analistas han comenzado a comparar las referencias de ChatGPT con otros canales. Por ejemplo, un estudio de Search Engine Land sobre 973 sitios de comercio electrónico encontró que ChatGPT representaba solo ~0.2% de las sesiones (alrededor de 200 veces menos que la búsqueda orgánica de Google) (Source: searchengineland.com). Las referencias de redes sociales y la búsqueda tradicional todavía dominan las conversiones en el comercio minorista. Por el contrario, las referencias de ChatGPT tuvieron una mayor participación (menor rebote, más páginas) que el promedio (Source: searchengineland.com), pero su bajo volumen significó que incluso las excelentes tasas de conversión no podían rivalizar con la magnitud de la búsqueda o el correo electrónico. De hecho, entre los canales de compra, solo el social pagado tuvo peor conversión que ChatGPT (Source: searchengineland.com) (Tabla 1).

Tabla 1. Muestra de volúmenes de referencia de ChatGPT vs. Búsqueda Orgánica (agosto de 2025)

SITIO WEB	VISITAS DE BÚSQUEDA ORGÁNICA (AGO 2025)	REFERENCIAS DE CHATGPT (AGO 2025)	CHATGPT COMO % DE ORGÁNICO
Wikipedia.org	3,200,000,000	9,700,000	0.30%
NYTimes.com	207,200,000	222,400	0.11%
Samsung.com	371,600,000	1,800,000	0.48%
Amazon.com	623,600,000	3,200,000	0.51%

Fuente: DataReportal (2025), basado en datos de Similarweb (Source: datareportal.com). Las cifras ilustran que incluso los dominios líderes recibieron visitas originadas por ChatGPT en los millones bajos (y porcentajes fraccionarios de su tráfico de búsqueda) a mediados de 2025.

Como muestra la Tabla 1 (de DataReportal/Semrush), ChatGPT fue responsable de solo unos pocos millones de visitas a sitios gigantes en agosto de 2025, lo que se traduce en cuotas inferiores al 1%. Por ejemplo, las contribuciones de ChatGPT fueron solo ~0.3% del tráfico orgánico de Wikipedia y ~0.5% del de Samsung o Amazon (Source: datareportal.com). Resultados similares se mantuvieron en otras categorías: referencia y búsqueda (Wikipedia, Google), tecnología (GitHub 6.6M referencias de ChatGPT), noticias (Yahoo 1.8M), etc. (Source: www.similarweb.com). En todos los casos medidos, la búsqueda orgánica siguió siendo la fuente abrumadora de tráfico. El Resumen en DataReportal afirma sin rodeos: "Las plataformas de IA entregan **menos del 1%** del tráfico web que la búsqueda orgánica ofrece actualmente" (Source: datareportal.com).

Cuota de Referencias Impulsadas por IA

Dentro del ámbito de todas las referencias impulsadas por IA, ChatGPT es con diferencia el líder. Los datos de Statcounter de mediados de 2025 muestran que ChatGPT domina alrededor del **79.8%** de las referencias globales de los chatbots de IA (con Perplexity en ~11.8%, Microsoft Copilot ~5.2%, etc.) (Source: www.prnewswire.com). Similarweb también señala que ChatGPT constituye aproximadamente el 80% de las referencias de IA a los principales dominios (Source: www.similarweb.com). Esto significa que las discusiones sobre "referencias de IA" son en gran medida intercambiables con el impacto de ChatGPT.

Sin embargo, las referencias de IA en sí mismas siguen siendo una pequeña porción del total de referencias web. Como contexto, Similarweb estimó que el total de referencias de IA (todos los motores combinados) fue de 1.13 mil millones en junio de 2025 (Source: www.similarweb.com), lo cual es minúsculo al lado de los ~191 mil millones de Google en el mismo mes (Source: www.similarweb.com). Por lo tanto, los ~0.9B de referencias de ChatGPT corresponden a solo alrededor del 0.47% de las de Google. En otras palabras, **ChatGPT es el principal referente de IA, pero la IA como grupo sigue siendo <1% del mercado** (Source: www.similarweb.com).

Conclusiones Clave (2023–2025)

Resumiendo los datos hasta la fecha:

- **Las referencias absolutas están creciendo rápidamente (100–200% interanual en muchos casos) pero desde casi cero.** Muchos sitios vieron aumentos de 8 veces interanuales en el tráfico de ChatGPT (Source: www.searchenginejournal.com), pero esto típicamente elevó su cuota de tráfico solo de ~0.01% a ~0.1% del total de sesiones.

- **Las cuotas actuales son casi insignificantes para la mayoría de los sitios.** Los análisis de editores y PYMES encuentran consistentemente que ChatGPT representa ~0.1–1% de las visitas (Source: www.searchenginejournal.com) (Source: searchengineland.com), con excepciones solo en unos pocos sitios (NY Post con 0.5%, algunos sitios de tecnología cerca del 1%).
- **Alta participación, bajo volumen.** 🧠 Múltiples fuentes señalan que los usuarios de ChatGPT están altamente comprometidos (sesiones más largas, más conversiones (Source: blackbeanmarketing.com), sin embargo, el volumen de tráfico es demasiado pequeño para generar ingresos comparables a los de la Búsqueda de Google.
- **Dominante donde es relevante.** Las referencias de ChatGPT se concentran en consultas adecuadas para chat/IA (por ejemplo, contenido factual, técnico, de formato largo). No está reemplazando la búsqueda en todos los ámbitos. Por ejemplo, los sitios de finanzas/viajes experimentaron mayores aumentos de tráfico de ChatGPT que los sectores de redes sociales o con gran presencia de afiliados (Source: searchengineland.com).
- **IA vs. tradicional.** Incluso con el crecimiento de ChatGPT, la búsqueda orgánica y de pago tradicional siguen siendo fuentes de referencia mucho mayores. La gran mayoría de los clics al contenido todavía provienen de Google/Bing. El impacto de ChatGPT en términos absolutos es minúsculo en comparación (Source: www.similarweb.com) (Source: searchengineland.com).

Estas observaciones sientan las bases para estimar la participación futura. En las siguientes secciones examinaremos ejemplos específicos con más detalle, discutiremos las implicaciones y luego extrapolaremos hasta 2026.

5. Estudios de Caso y Ejemplos

Ahora pasamos a ejemplos concretos que ilustran el impacto de ChatGPT. Si bien los datos sistemáticos (anteriores) cubren los patrones generales, los estudios de caso específicos resaltan cómo las referencias de ChatGPT varían según el tipo de sitio web.

5.1 Editores de noticias y medios: Los sitios de noticias han sido los más afectados por *tanto* la disminución del tráfico de búsqueda como el interés en las referencias de IA. Los estudios indican que de enero a mayo de 2024 a enero a mayo de 2025, las visitas a sitios de noticias impulsadas por ChatGPT aumentaron drásticamente: de menos de 1 millón a más de 25 millones (un aumento de 25x) (Source: techcrunch.com). Este crecimiento explosivo se produjo mientras el tráfico de búsqueda web de Google a noticias caía en cientos de millones (de ~2.300 millones a ~1.700 millones) (Source: techcrunch.com). A pesar de estos cambios, la *participación* de ChatGPT en el tráfico de los sitios de noticias sigue siendo extremadamente pequeña. Search Engine Journal informó que en enero de 2025, ChatGPT representó **menos del 0,1%** del tráfico total en 14 editores de noticias líderes (Source: www.searchenginejournal.com) (Figura 1). Solo un caso atípico –el New York Post– vio que ChatGPT alcanzaba aproximadamente el **0,5%** de sus visitas (760.000 de 143,5 millones) (Source: www.searchenginejournal.com). Otras grandes marcas de noticias vieron recuentos de clics similares pero totales mayores –por ejemplo, Guardian y Forbes recibieron cada uno del orden de 0,5 a 0,7 millones de referencias de ChatGPT, todavía muy por debajo del 1% de su tráfico (Source: www.searchenginejournal.com).

Incluso dentro de las noticias, los resultados varían. Los *editores basados en suscripción* han sido cautelosos con ChatGPT; algunos (NY Times, Wall Street Journal) han bloqueado a ChatGPT para que no extraiga su contenido, lo que probablemente limite aún más las referencias. Por el contrario, The Guardian (que tiene un acuerdo de licencia con OpenAI) y Reuters (sin licencia, pero con audiencias técnicas) vieron mayores ganancias: Digiday informa que cada uno obtuvo ~1,5 millones de visitas procedentes de ChatGPT en abril de 2025 (Source: digiday.com). BBC y Fox News vieron aumentos porcentuales de tres dígitos en las referencias de ChatGPT de enero a abril de 2025 (BBC +189%, Fox +166%) (Source: digiday.com). Pero, de nuevo, estos millones todavía representan fracciones de sus múltiples millones de impresiones: por ejemplo, solo Reuters podría tener del orden del 1 al 2% de su tráfico proveniente de ChatGPT (si es comparable a Guardian), una porción pequeña pero creciente.

5.2 Sitios web de pequeñas y medianas empresas (PYMES): En el estudio de PYMES de Search Engine Land, se rastrearon 391 sitios pequeños y medianos (en todas las industrias) a través de GA. El panorama promedio confirma lo anterior: las referencias de ChatGPT crecieron rápidamente, pero se mantuvieron por debajo de un pequeño porcentaje. De septiembre de 2024 a febrero de 2025, las referencias impulsadas por IA (en su mayoría ChatGPT) aumentaron un 123% Python, pero pasaron de solo el 0,54% al 1,24% del tráfico orgánico (Source: searchengineland.com). Dicho de otra manera, a finales de 2024 un sitio PYME podría haber visto que ChatGPT equivalía a ~0,5% de lo que obtiene de la búsqueda de Google; para la primavera de 2025 esto podría ser ~1,2%. Este salto es notable como tendencia, pero en términos absolutos equivale a una pequeña parte de las sesiones (a menudo <2%). El estudio encontró que **ChatGPT fue consistentemente el mayor referente de IA** para estos sitios, mientras que otros bots de IA como Perplexity o Gemini aparecieron solo en nichos verticales (Source: searchengineland.com).

Incluso las empresas de contenido de alto crecimiento ven fracciones similares. La agencia BlackBean Marketing (que asesora a empresas B2B) observó que **las referencias de ChatGPT eran un "segmento minúsculo"** del tráfico de sus clientes, aunque uno muy valioso (Source: blackbeanmarketing.com). Señalan que para 16 grandes sitios B2B que administran, los visitantes procedentes de ChatGPT tuvieron el doble de

duración de sesión y un 33% más de conversión que el visitante promedio (Source: blackbeanmarketing.com). Sin embargo, el hecho de que se dediquen tan pocos recursos de la agencia a ChatGPT sugiere que el volumen es pequeño. De hecho, anecdóticamente, la mayoría de los sitios web informan que el tráfico de ChatGPT es actualmente solo un error de redondeo en sus análisis.

5.3 Sitios de comercio electrónico: Un estudio de finales de 2025 de casi 1.000 tiendas de comercio electrónico muestra que las referencias de ChatGPT siguen siendo insignificantes hasta la fecha (Source: searchengineland.com). Durante un año (agosto de 2024 a julio de 2025), ChatGPT generó solo ~0,2% de todas las sesiones, una cifra eclipsada por Google (orgánico) e incluso el correo electrónico o los afiliados (Source: searchengineland.com). Las conversiones de ChatGPT también fueron bajas en comparación con la búsqueda orgánica (Source: searchengineland.com). La conclusión práctica es que **los minoristas en línea aún no están obteniendo ventas o tráfico significativo directamente de ChatGPT**. La mayoría de los sitios de comercio electrónico todavía dependen casi por completo de Google, los anuncios y el tráfico directo.

5.4 Sitios educativos/técnicos: Por el contrario, los sitios centrados en el aprendizaje o las preguntas y respuestas técnicas parecen tener más probabilidades de obtener enlaces de ChatGPT. La pieza de Search Engine Land señala que los sitios de educación y desarrollo de software obtuvieron un impulso notable de las referencias de ChatGPT (Source: searchengineland.com). Por ejemplo, los datos de la categoría Similarweb muestran que researchgate.net (educación/investigación) recibió 3,2 millones de visitas de ChatGPT en junio de 2025, y Wikipedia 9,2 millones (Source: www.similarweb.com) (aunque las consultas de Wikipedia a menudo también provienen de Google). Github.com (tecnología) recibió 6,6 millones, y StackOverflow es citado a menudo por GPT para preguntas de codificación (aunque carecemos de cifras publicadas aquí). Anecdóticamente, sitios como Khan Academy o blogs de tutoriales han comenzado a notar vistas procedentes de ChatGPT. Esto tiene sentido: ChatGPT sobresale en la información resumida, por lo que cualquier sitio con hechos o tutoriales bien estructurados es probable que sea enlazado si la IA lo encuentra relevante.

5.5 Conversión y Calidad: Un hallazgo sorprendentemente consistente es que el tráfico de ChatGPT tiende a ser de *alta calidad* en términos de participación. El informe BlackBean señaló que los visitantes de ChatGPT tuvieron sesiones más largas y más conversiones que el promedio (Source: blackbeanmarketing.com). De manera similar, los datos de Ahrefs (resumidos por PPC.land) encontraron que los usuarios provenientes de la búsqueda de IA tenían **tasas de conversión 23 veces más altas** que los buscadores orgánicos ordinarios (Source: ppc.land) y valían ~4,4 veces más en valor de vida útil (Source: ppc.land). Esto sugiere que si bien los números de ChatGPT son pequeños, las personas que envía a un sitio están muy interesadas (a menudo buscando respuestas o compras específicas). Esto se hace eco de las primeras observaciones de la era del SEO de que el tráfico puede ser "cualificado" y valioso independientemente del volumen.

Tabla 2: Referencias de ChatGPT (junio de 2025) para categorías seleccionadas

CATEGORÍA	EJEMPLO DE SITIO PRINCIPAL	REFERENCIAS DE CHATGPT (JUNIO DE 2025)	COMENTARIO
Tecnología/Búsqueda/Social	google.com	29,3M	Líder en Referencias de IA (Source: www.similarweb.com)
Video/Entretenimiento	youtube.com	27,2M	
Comercio electrónico	amazon.com	4,0M	
Referencia/Académico	wikipedia.org	9,2M	
Noticias y Medios	yahoo.com	1,8M	El medio no portal más grande (Source: www.similarweb.com)

Fuente: Informe de categoría de Similarweb (Source: www.similarweb.com), que ilustra que Google, YouTube, Amazon y Wikipedia por sí solos reciben varios millones de visitas de ChatGPT al mes (junio de 2025).

En conjunto, estos casos refuerzan que **las referencias de ChatGPT hoy en día son modestas en volumen absoluto y generalmente representan menos del 1% del tráfico incluso en sitios grandes**. Solo en unos pocos casos (NY Post, algunos dominios tecnológicos) hemos visto que ChatGPT se acerca aproximadamente al 0,5–1% del tráfico. Más comúnmente, está muy por debajo del 0,1%. Por el contrario, *todos los demás canales* (búsqueda, social, directo, afiliados, etc.) representan la abrumadora mayoría de las referencias. Por lo tanto, si bien la influencia de ChatGPT está creciendo y es visible para los propietarios de sitios, todavía no es una fuente dominante para la mayoría.

6. Implicaciones y Adaptaciones

¿Qué significa esto para los propietarios de sitios web, los especialistas en marketing y el ecosistema digital en general? Los datos anteriores sugieren las siguientes implicaciones:

Preservación del SEO frente a la optimización de IA: Muchos creadores de contenido se han alarmado ante la perspectiva de que ChatGPT pueda "robar" su tráfico de búsqueda. Hasta la fecha, sin embargo, parece que ChatGPT está más *complementando* que reemplazando los clics de búsqueda. Un sitio puede perder algunas visitas de búsqueda, pero ganar algunas visitas de IA, pero el efecto neto depende del contenido y el contexto. Para el consejo general de SEO, la mayoría de los fundamentos todavía se aplican –buen contenido, indexación adecuada, etc.– porque Google y otros siguen siendo los canales principales. Dicho esto, se anticipan nuevas estrategias. Los comentaristas de SEO han comenzado a hablar sobre la "Optimización de Motores Generativos (GEO)" (Source: arxiv.org): adaptar el contenido para que las herramientas de IA lo citen. La idea es hacer de su sitio el tipo de fuente autorizada que ChatGPT incluirá en sus respuestas o citas (por ejemplo, encabezados claros, secciones de resumen, datos estructurados). Los especialistas en marketing de BlackBean discuten explícitamente la "optimización de referencias de IA" y se preguntan si las tácticas de SEO se traducen a ChatGPT (Source: blackbeanmarketing.com).

Estrategia de contenido: Las diferencias en qué sitios obtienen tráfico de ChatGPT sugieren que el contenido es importante. Las respuestas del chatbot parecen estar sesgadas hacia *fuentes autorizadas "ganadas"* (Source: arxiv.org). Los modelos generativos favorecen el contenido que encaja bien con sus patrones (predecible, bien escrito, fáctico). Según un estudio, ChatGPT prefiere citar sitios web que coinciden con la forma en que genera lenguaje (Source: arxiv.org). Esto implica que para que un sitio web atraiga referencias de ChatGPT, su contenido debe ser completo, escrito claramente y fácilmente "entendido" por la IA. Los formatos sencillos de preguntas y respuestas, los tutoriales o las explicaciones exhaustivas podrían tener más probabilidades de ser incluidos en las respuestas de ChatGPT. Por el contrario, es menos probable que el contenido altamente promocional o generado por el usuario sea seleccionado. Los editores podrían experimentar con el marcado de sus páginas (schema.org Q&A, por ejemplo) para que ChatGPT pueda analizarlas y citarlas fácilmente.

Bloqueo frente a monetización: Algunos propietarios de contenido importantes han adoptado posiciones polémicas. El New York Times y otros han intentado bloquear los *scrapers* de ChatGPT y posiblemente cortar las referencias, viendo a ChatGPT como un competidor. Mientras tanto, varios grupos (Hearst, Dotdash Meredith, Guardian) han firmado acuerdos de licencia con OpenAI (Source: digiday.com), presumiblemente a cambio del uso de contenido y/o la integración de referencias. Esos acuerdos sugieren la creencia de que ser incluido en ChatGPT (con la atribución adecuada) es una valiosa exposición promocional. En términos prácticos, los sitios web tienen una opción: bloquear los bots de IA (arriesgándose a perder cualquier futuro tráfico de ChatGPT) o permitirlos/aceptarlos (y esperar obtener referencias y visibilidad). Los datos iniciales implican que este último enfoque puede ser mejor: Reuters (que no tiene licencia) todavía vio un tráfico significativo de ChatGPT, y The Guardian (con licencia) vio niveles similares (Source: digiday.com). El bloqueo podría mantener a raya a ChatGPT ahora, pero si la IA generativa gana participación, podría negar el tráfico.

Comercio electrónico y marketing: Para los minoristas en línea, la conclusión actual es que ChatGPT aún no es un canal de ventas importante. Sin embargo, como se mostró anteriormente, los remitentes de ChatGPT convierten bien (Source: ppc.land). Algunos minoristas están experimentando con datos de productos en bots de IA (por ejemplo, la función de compra de OpenAI). Un informe de TechCrunch señaló que los compradores de ChatGPT tuvieron un aumento interanual del 28% en diciembre de 2025 (Source: techcrunch.com) (aunque eso es crecimiento interanual, no participación). Los especialistas en marketing están observando si las recomendaciones de productos impulsadas por ChatGPT se convertirán en una fuente de referencia significativa. Hasta ahora, el SEM y el SEO tradicionales siguen siendo prioridad, pero están surgiendo presupuestos de "campañas de IA".

Comportamiento del usuario: La llegada de ChatGPT puede estar cambiando la forma en que las personas buscan. Como observó un comentario, muchas indicaciones de ChatGPT *no* corresponden a las intenciones de búsqueda estándar de Google (Source: searchengineland.com): la gente hace consultas más largas y conversacionales. Si más usuarios comienzan su viaje de información en una interfaz de chat en lugar de Google, eso podría redistribuir el tráfico. Si, por ejemplo, el 20% de los usuarios jóvenes recurren a ChatGPT por defecto para obtener respuestas, incluso una pequeña fracción que haga clic puede ser importante para algunos sitios web. Los datos hasta ahora (ChatGPT responde a ~54% de las consultas sin búsqueda (Source: searchengineland.com)) sugieren que una demografía considerable lo está utilizando como búsqueda principal. Para esos usuarios, los enlaces presentados por ChatGPT pueden dar forma a su interacción web. Por lo tanto, los editores y expertos en SEO consideran a ChatGPT como un "canal" creciente similar a la búsqueda por voz o las redes sociales.

Preocupaciones éticas y de la web abierta: Algunos analistas advierten que si ChatGPT (o cualquier IA) reemplaza demasiado la experiencia web, menos personas harán clic en los sitios de contenido, lo que perjudicará los modelos de monetización de contenido. Otros argumentan que ChatGPT puede beneficiar a los sitios al impulsar una nueva participación. Los datos que tenemos apuntan a un resultado mixto: un poco de ambos. Como

señaló un análisis de OfficeChai, si ChatGPT puede llenar parcialmente el vacío dejado por la desaparición de los clics de Google, podría ser un "ganar-ganar" para los creadores (Source: officechai.com). Pero eso aún está por demostrarse a escala.

7. Proyecciones para 2026 y más allá

Estimar la participación de referencias de ChatGPT en 2026 requiere proyectar las tendencias anteriores. Ninguna fuente puede dar un número preciso, pero podemos esbozar escenarios y suposiciones plausibles. Los factores incluyen:

- **Crecimiento de la base de usuarios de ChatGPT:** ¿Cuántas personas utilizarán el chat de IA en 2026? Los analistas no están de acuerdo. El CEO de OpenAI indicó ~800 millones de usuarios semanales para finales de 2025, lo que implica casi 1.000 millones mensuales a principios de 2025 (Source: datareportal.com). Las ONG como DataReportal estiman "más de 1.000 millones de usuarios mensuales" de herramientas de IA en 2025 (Source: datareportal.com). Suponiendo que ChatGPT se duplique o más para 2026 (a través de nuevas funciones, integraciones, expansión global), las oportunidades brutas de referencias aumentan.
- **Tasa de conversión de referencias:** Actualmente, solo una pequeña fracción de las interacciones de ChatGPT resulta en un clic a un sitio web. Si OpenAI u otros fomentan más el *sourcing* (para monetización o precisión), esa tasa podría aumentar. Por ejemplo, agregar más usuarios de *plugins* de "navegación" o requerir citas por defecto, impulsaría los enlaces. Por el contrario, si OpenAI se basa más en respuestas directas o licencias (por ejemplo, leyendo contenido internamente), las tasas de referencia podrían estancarse.
- **Competencia de otros sistemas de IA:** ChatGPT es dominante ahora, pero para 2026 los competidores (Claude de Anthropic, Google Gemini, Microsoft Copilot, etc.) podrían fragmentar el mercado. Si ChatGPT posee alrededor del 80% de las referencias de IA actualmente (Source: www.prnewswire.com), esto podría cambiar. Algunos de esos rivales se integran más profundamente con Google o tienen políticas de referencia diferentes. La mayoría de los datos existentes agrupan todas las referencias de LLM (siendo ChatGPT la mayor parte), por lo que una disminución en la cuota de mercado de ChatGPT entre los LLM podría reducir ligeramente sus referencias a los sitios.
- **Estrategias de los editores:** La voluntad de los propietarios de sitios de interactuar u oponerse a ChatGPT (licencias, asociación API, bloqueo) determinará los resultados. Si la mayoría de los grandes editores permiten que ChatGPT extraiga y cite su contenido, el crecimiento podría continuar. Si muchos lo bloquean (como hizo inicialmente el Times), las referencias podrían ser limitadas incluso si los usuarios preguntan sobre esos temas. Hasta ahora, se observa una mezcla de respuestas.
- **Cambios en el ecosistema:** Si las propias funciones de IA de Google reducen aún más los clics (más respuestas de "sin clic" en la búsqueda), las referencias de Google podrían disminuir. Una fracción de ese tráfico perdido podría encontrar su camino hacia otros lugares, incluyendo potencialmente ChatGPT u otras fuentes. Por ejemplo, si Google envía un 20% menos de visitas a ciertos sitios y el uso de ChatGPT se dispara, algunas de esas consultas informativas podrían migrar a ChatGPT y eventualmente resultar en clics en otros lugares. Este efecto de cambio de canal es importante: la cuota de ChatGPT dependerá en parte de cómo su ascenso se relacione con la caída de la cuota de los motores de búsqueda.

Dadas estas incertidumbres, **consideramos dos escenarios amplios para la cuota de tráfico de referencia de ChatGPT para 2026: un caso "conservador" y un caso "optimista"** (con fines ilustrativos):

- **Escenario conservador:** El crecimiento actual se ralentiza a medida que la novedad de ChatGPT se estabiliza. Muchos usuarios siguen prefiriendo la búsqueda web o las fuentes directas. La tasa real de clics de ChatGPT (enlaces salientes) sigue siendo baja (<5%). Las referencias basadas en ChatGPT siguen creciendo (por ejemplo, duplicándose anualmente), pero desde una base tan pequeña que para finales de 2026 el sitio web promedio solo verá entre **0.1% y 0.5%** de su tráfico proveniente de ChatGPT. Incluso un sitio optimizado para respuestas de IA podría alcanzar solo ~1-2%. Esto concuerda con los escépticos que señalan que la cuota de ChatGPT es actualmente un error de redondeo (Source: www.linkedin.com).
- **Escenario optimista:** La base de usuarios de ChatGPT casi se duplica (hasta ~1.600 millones mensuales para 2026, según una proyección (Source: www.linkedin.com)). La plataforma mejora la frecuencia de las citas (más respuestas muestran "enlaces de origen") y los editores permiten ampliamente el acceso. La búsqueda basada en IA desplaza significativamente a Google (quizás los Resúmenes de IA de Google reduzcan las referencias orgánicas en otro 10-20%). En ese caso, las referencias de ChatGPT podrían acelerarse. Bajo estos supuestos, los sitios de alta autoridad (tecnología, académicos, noticias) podrían ver la cuota de ChatGPT subir a un solo dígito (3-5%) del tráfico en 2026. Incluso algunos sitios de nivel medio podrían acercarse al ~2%. Por ejemplo, si el gráfico de datos de la Sección 4 continúa, la proporción de PYMES de "referencias de IA:orgánicas", que era de ~1.24% a principios de 2025, podría duplicarse razonablemente a ~2-3% para finales de 2026. En el extremo, algunos analistas han sugerido que la IA generativa podría acercarse a la paridad con Google a finales de la década de 2020 (Source: ppc.land), aunque esa es una predicción atípica de cola larga.

Es importante destacar que, **para "la mayoría de los sitios web"** (es decir, no solo los nombres más grandes de tecnología/publicaciones), incluso estos escenarios implican cuotas bastante bajas. En un sitio web local o de negocios de nivel medio que ahora recibe 10.000 visitas mensuales, una cuota de ChatGPT del 1% significa 100 visitas. Esto no es transformador, aunque podría justificar cierta atención. Basándose en la evidencia, una estimación razonable es que *en 2026, el sitio web típico podría esperar solo del orden del 0.1% a un pequeño porcentaje de su tráfico proveniente de ChatGPT*. El extremo superior de ese rango probablemente se aplique solo a sitios con contenido que ChatGPT considere más relevante (educación, tecnología, guías de referencia "perennes"), mientras que una pequeña empresa aleatoria o un minorista de nicho podría ver solo 0.05–0.1%.

Para fundamentar esta estimación con datos: recordemos nuestros ejemplos en la Sección 4. Los sitios más grandes tuvieron cuotas de referencia de ChatGPT de ~0.3–0.5% a mediados de 2025 (Source: datareportal.com). Si la adopción de usuarios se duplica y las citas se vuelven más comunes para 2026, estos porcentajes podrían duplicarse aproximadamente, llevando a esos sitios al 1% o más. En contraste, los sitios de noticias en enero de 2025 estaban en ~0.1% (Source: www.searchenginejournal.com); incluso si logran un crecimiento interanual del 300-400%, aún podrían alcanzar solo ~1% para 2026. Muchas proyecciones del mundo real fuera de nuestras fuentes son igualmente modestas. Por ejemplo, Andrew Charlton (un analista de marketing) proyectó que, con supuestos de crecimiento agresivos, las referencias de ChatGPT solo alcanzarían ~0.0062% del tráfico total para 2026 (Source: www.linkedin.com) – una visión que refleja un pensamiento de suma cero que puede subestimar la conversión y la popularidad de nicho, pero que subraya lo pequeña que es la base. El influyente consultor de SEO Kevin Indig incluso sugiere que ChatGPT podría rivalizar con Google *para 2030*, lo que implica ganancias muy graduales en los próximos 4 a 5 años (Source: ppc.land).

Un análisis de Ahrefs de junio de 2025 (citado por Indig) encontró que el tráfico de búsqueda por IA seguía siendo solo ~0.5% de las visitas al sitio — aunque en crecimiento—, pero proyectó que la IA podría generar tanto valor como la búsqueda tradicional para ~2027 (Source: ppc.land). En conjunto, estos puntos de datos sugieren que **la cuota de tráfico de referencia de ChatGPT seguirá siendo pequeña en términos absolutos hasta 2026**. Incluso en un escenario de crecimiento agresivo, probablemente sería *solo uno de varios canales*, mucho menor que las principales fuentes.

Resumen de las estimaciones para 2026: Basándonos en los datos y tendencias actuales, estimamos que **para el sitio web medio, ChatGPT contribuirá del orden de unas pocas décimas de punto porcentual a un pequeño porcentaje del tráfico total en 2026**, con una amplia variación por nicho. Muy pocos superarían el 5%, y para la mayoría seguirá estando en el rango inferior al 1%. Esta conclusión se matiza por lo siguiente: (a) pequeños cambios en el diseño o la política de ChatGPT podrían alterar drásticamente los resultados (por ejemplo, si ChatGPT comenzara a incrustar artículos completos en lugar de enlazar, las referencias podrían colapsar); (b) los supuestos de adopción de usuarios son especulativos después de 2025. A continuación, discutimos estas incertidumbres.

7.1 Factores Futuros e Incertidumbres

- **Comportamiento de los Motores de Búsqueda:** Las perspectivas para las referencias de ChatGPT están estrechamente ligadas a lo que hagan Google, Microsoft y otros. Si Google convierte los Resúmenes de IA (AI Overviews) en la opción predeterminada y los usuarios dejan de hacer clic, entonces ChatGPT podría asumir un papel más importante como fuente de respuesta alternativa. Por el contrario, si las respuestas generativas de Google satisfacen más consultas, ChatGPT podría enfrentar más dificultades (ya que esas consultas nunca le llegan). Un informe sugiere que más del 88% de las respuestas de IA de Google solo son seguidas por un clic si el usuario elige explícitamente "mostrar más", lo que implica que muchos obtienen suficiente información dentro de Google (Source: ppc.land). Esto podría significar que el dominio de Google perdure en el corto plazo, limitando modestamente el tráfico de ChatGPT.
- **Asociaciones y Plugins de IA:** La inversión de Microsoft en OpenAI significa que ChatGPT se integrará cada vez más con Bing y el navegador Edge. Podríamos ver una situación para 2026 en la que una gran fracción de las consultas de Bing sean respondidas por IA al estilo ChatGPT (esto ya está en marcha). Si es así, el tráfico de referencia podría no cambiar (ya que sigue siendo tráfico de búsqueda, solo que impulsado por IA). Sin embargo, la aplicación Microsoft Copilot podría convertirse en un referente importante por sí misma. Por el contrario, si ChatGPT se integra ricamente con plataformas como la Búsqueda de Google (por ejemplo, las transiciones de Gemini de Google) o Safari de Apple, eso podría atraer o redirigir el propio tráfico de ChatGPT.
- **Herramientas para desarrolladores e IA en el sitio:** Muchos sitios web están añadiendo widgets o bots impulsados por IA para el servicio al cliente. Técnicamente, estos siguen siendo ChatGPT/LLM en algunos casos, pero un clic en ellos podría no contar como referencias de "chatgpt.com". La proliferación de IA específica del sitio podría "fidelizar" a los visitantes. En la dirección opuesta, OpenAI y otros están experimentando con "IA Estáticas de Conocimiento" que rastrean y responden utilizando los datos de un editor (por ejemplo, renderizando el contenido del sitio en línea). Si se implementan, el tráfico podría permanecer en el sitio en lugar de contarse como una referencia.

- **Desarrollos regulatorios y legales:** Demandas como NYTimes contra OpenAI (presentada a mediados de 2024) podrían cambiar la dinámica. Si OpenAI se ve obligada a pagar por licencias de contenido o a restringir el uso de contenido, ChatGPT podría reducir sus citas o evitar por completo los enlaces. Alternativamente, los gobiernos podrían exigir enlaces abiertos (como ya se debate en la política de la UE). Esto podría aumentar o disminuir significativamente la propensión de referencia de ChatGPT para 2026.
- **Tendencias de Adopción de Usuarios:** Es plausible que el crecimiento de usuarios de ChatGPT se ralentice, alcance mesetas (debido a costos, saturación o competencia). Si el crecimiento se estanca en unos pocos cientos de millones de usuarios, el tamaño de cualquier canal de referencia está limitado. Por otro lado, si ChatGPT se integra en dispositivos de consumo (como asistentes domésticos inteligentes, automóviles, etc.), el uso podría dispararse. Señalamos la afirmación de Sam Altman (a mediados de 2025) de que los usuarios semanales superaron los 800 millones; si eso es exacto, la demanda de referencia es enorme.
- **Calidad de las respuestas de ChatGPT:** Actualmente, ChatGPT a veces alucina o evita enlazar. Si el modelo mejora el razonamiento y comienza a proporcionar consistentemente citas de fuentes (como sugiere alguna evidencia, por ejemplo, GPT-4 citando fuentes con más frecuencia), el tráfico de referencia debería **aumentar**. Por otro lado, si ChatGPT se convierte en una "búsqueda" cerrada (que ofrece herramientas mensuales pagadas con contenido de pago), podría depender menos de los enlaces externos.

Debido a que estos factores son impredecibles, **nuestras estimaciones para 2026 deben considerarse ilustrativas en lugar de definitivas**. Dependen del supuesto de que ChatGPT **continúe generando volúmenes de referencia modestamente crecientes pero aún no masivos**. Las dos tablas y muchos análisis anteriores apuntan a fuertes tendencias de crecimiento, pero bases actuales muy bajas; nuestro juicio central es que el "mínimo común denominador" para la mayoría de los sitios es una fracción de un punto porcentual para 2026.

8. Discusión: Perspectivas y Estrategias

8.1 Diversidad de Opiniones en la Industria

Nuestros hallazgos concuerdan en gran medida con los de la industria de SEO y análisis: ChatGPT es *algo a observar*, pero aún no es una fuente de tráfico dominante. Por ejemplo, Search Engine Journal tituló su análisis "Las referencias de ChatGPT siguen siendo mínimas" (Source: www.searchenginejournal.com), haciéndose eco de la opinión de que, a pesar del crecimiento, el impacto es limitado. De manera similar, un experto en marketing de LinkedIn afirmó (parafraseado) que ChatGPT representaba meras milésimas de punto porcentual del tráfico y predijo que seguiría siendo insignificante (Source: www.linkedin.com). En contraste, algunos analistas (por ejemplo, Kevin Indig, PPC.land) argumentan que las ventajas estructurales de ChatGPT podrían conducir a un crecimiento exponencial, llegando a rivalizar con Google (Source: ppc.land).

Los profesionales del mundo real muestran un espectro: muchos especialistas en marketing de contenidos se muestran escépticos o frustrados, sintiendo que ChatGPT no ha generado clics. Otros son optimistas, señalando la calidad del tráfico que proporciona. Por ejemplo, Grant Hendricks (BlackBean) reconoce la alta participación de las referencias de ChatGPT y está explorando activamente la "optimización de referencias de IA" (Source: blackbeanmarketing.com) (Source: blackbeanmarketing.com). Los SEO técnicos están comenzando a añadir la "visibilidad de IA" a sus métricas, similar al seguimiento de la clasificación de búsqueda.

8.2 Recomendaciones para Sitios Web

Dado el estado actual y proyectado, la mayoría de los sitios web deberían adoptar un enfoque **equilibrado**:

- **Continuar con los esfuerzos centrales de SEO.** Dado que la búsqueda sigue siendo, con diferencia, el mayor referente, la optimización para Google/Bing sigue siendo la fuente principal de tráfico.
- **Monitorear las referencias de IA.** Configurar análisis para identificar `chatgpt.com` u otros dominios de IA como referentes. Utilizar herramientas como AI Traffic Tracker de Similarweb o informes personalizados de GA4 (Source: opentools.ai). Incluso si la cuota es pequeña, su seguimiento a lo largo del tiempo puede dar una alerta temprana de cambios.
- **Mejorar la detectabilidad del contenido.** Trabajar en tácticas técnicas de SEO que también ayuden a la IA: por ejemplo, utilizando una estructura H1/H2 clara, marcado de esquema para preguntas frecuentes o artículos, y asegurando que las páginas carguen rápido. Como sugiere [20], el contenido debe ser "escaneable por máquina".
- **Aprovechar las asociaciones.** Si es posible, considerar acuerdos de licencia o APIs con empresas de IA. Ser un proveedor de datos oficial para ChatGPT (como lo son algunos editores) puede asegurar que su contenido se utilice y se cite correctamente.

- **Probar las plataformas de IA directamente.** Utilizar ChatGPT u otros LLM con los temas de su sitio y ver si cita su sitio y cómo lo hace. Para preguntas frecuentes o información de productos críticas, optimizar manualmente las respuestas. Algunas marcas han creado plugins oficiales de ChatGPT (por ejemplo, para reservas de viajes) para dirigir el bot.

En general, **no hay que entrar en pánico** por ChatGPT, sino ser proactivo. Una minoría de tráfico ahora significa que tiene tiempo para adaptarse. Las mayores ganancias se obtendrán en los sitios que producen contenido de alta calidad que las herramientas de IA favorecen, es decir, respuestas autorizadas y bien organizadas a preguntas específicas.

8.3 Direcciones Futuras de Investigación

Este campo sigue siendo opaco en muchos sentidos. Las preguntas abiertas incluyen:

- **Cuantificar las referencias de ChatGPT con precisión:** A medida que los análisis maduren, esperamos datos más granulares (por ejemplo, paneles de GA4 que filtren ChatGPT frente a la búsqueda). Las empresas de SEO están creando herramientas para la "visibilidad de IA" (Source: www.linkedin.com) – las futuras ediciones de este informe deberían aprovechar esas métricas.
- **Estudios de comportamiento del consumidor:** ¿Cómo interactúan los usuarios con las referencias de ChatGPT? ¿Confían en ellas tanto como en los resultados de búsqueda? Los datos de flujo de clics de las empresas de análisis ofrecen cierta información, pero las encuestas o estudios de laboratorio (como la investigación de CAPRA y Arguello sobre la integración de búsqueda/IA (Source: arxiv.org) serían valiosos.
- **Impacto económico:** ¿Continuarán las altas tasas de conversión reportadas para las visitas de IA (Source: ppc.land)? Si el tráfico de ChatGPT produce desproporcionadamente muchas ventas o clientes potenciales, incluso pequeñas cuotas podrían ser significativas para algunas empresas. Los especialistas en marketing deberían medir el ROI de los clientes potenciales procedentes de IA.
- **Diferencias globales y de segmento:** La mayoría de los datos actuales se centran en EE. UU. o están en idioma inglés. ChatGPT está bloqueado en China, pero está creciendo en otros lugares. Y la demografía de los usuarios se inclina hacia los jóvenes y conocedores de la tecnología (Source: searchengineland.com). Estudiar la adopción en diferentes regiones/idiomas es importante para la previsión.

9. Conclusión

En conclusión, la aparición de ChatGPT ha añadido de hecho un nuevo canal de referencia al ecosistema de tráfico web. Para 2025, ChatGPT enviaba regularmente decenas de millones de visitas a los sitios web más grandes. Sin embargo, **para la gran mayoría de los sitios, la contribución de ChatGPT al tráfico de referencia sigue siendo minúscula**. Múltiples fuentes de datos independientes encuentran consistentemente que las cuotas de referencia de ChatGPT se miden en *décimas de punto porcentual* para los sitios web típicos (a menudo incluso mucho menos) (Source: www.searchenginejournal.com) (Source: datareportal.com) (Source: searchengineland.com). Aunque las referencias de ChatGPT están creciendo rápidamente (100% o más anualmente), la base es tan pequeña que para 2026 la mayoría de los sitios web seguirán viendo solo un porcentaje de un dígito bajo de su tráfico proveniente de ChatGPT.

Cabe destacar que estas conclusiones se basan en evidencia. Hemos recurrido a análisis de categorías de Similarweb (Source: www.similarweb.com) (Source: www.similarweb.com), informes de clickstream de Semrush (Source: searchengineland.com) (Source: datareportal.com), estudios de caso de editores (Source: digiday.com) (Source: techcrunch.com), investigaciones de agencias de SEO (Source: searchengineland.com) (Source: blackbeanmarketing.com), y datos de prensa (Statcounter, etc.) (Source: www.prnewswire.com) (Source: www.searchenginejournal.com). Todas las conclusiones convergen: ChatGPT *puede* y *envía* tráfico a los sitios web, pero todavía está lejos de desplazar la búsqueda tradicional o a los referentes a gran escala. Está redefiniendo la capacidad de descubrimiento en ciertos nichos (educación, tecnología, sitios de preguntas y respuestas), pero por ahora, los canales antiguos dominan.

De cara a 2026, la cuota de tráfico de referencia de ChatGPT dependerá de cómo evolucione la IA generativa. Si ChatGPT duplica su base de usuarios y se vuelve más propenso a los clics ("click-happy"), las cuotas podrían aumentar modestamente, quizás un 1-2% para muchos sitios, y un poco más para los expertos en tecnología. Si las funciones de IA de Google extraen la mayoría de las consultas o si los editores bloquean en gran medida a ChatGPT, el crecimiento será mucho más lento. De cualquier manera, **la evidencia sugiere que la mayoría de los sitios seguirán obteniendo la mayor parte de su tráfico de la búsqueda, las redes sociales y otras referencias, no de ChatGPT**.

Por lo tanto, el mensaje principal para los propietarios de sitios web y los especialistas en marketing es: **manténgase informado y adaptable, pero no asuma que ChatGPT determinará el éxito o el fracaso de su tráfico en 2026**. En su lugar, supervise las tendencias emergentes, optimice su contenido como de costumbre y esté atento a la fracción de referencias provenientes de bots de IA. Con el tiempo, este canal puede volverse más

importante (y para 2030 algunos expertos creen que podría rivalizar con la búsqueda), pero a corto plazo está creciendo lentamente desde casi cero. Nuestra investigación, basada en una amplia gama de datos, proporciona la base para esta conclusión. También destaca que la IA generativa está remodelando el *comportamiento de búsqueda*, y continuaremos rastreando cómo ese comportamiento se traduce (o no) en visitas a sitios web.

Referencias: (Las fuentes clave incluyen análisis de la industria de Similarweb y Semrush (Source: searchengineland.com) (Source: www.similarweb.com), informes de TechCrunch y Digiday sobre referencias de noticias (Source: techcrunch.com) (Source: digiday.com), estudios de SearchEngineJournal y SearchEngineLand sobre datos de editores/PYMES (Source: www.searchenginejournal.com) (Source: searchengineland.com), comunicado de Statcounter sobre cuota de mercado (Source: www.prnewswire.com), y otros informes de la industria SEO (Source: searchengineland.com) (Source: blackbeanmarketing.com).)

Tags: trafico-de-referencia-chatgpt, seo, ia-generativa, analisis-trafico-web, busqueda-ia, fuentes-de-trafico, tendencias-marketing-digital

DISCLAIMER

This document is provided for informational purposes only. No representations or warranties are made regarding the accuracy, completeness, or reliability of its contents. Any use of this information is at your own risk. RankStudio shall not be liable for any damages arising from the use of this document. This content may include material generated with assistance from artificial intelligence tools, which may contain errors or inaccuracies. Readers should verify critical information independently. All product names, trademarks, and registered trademarks mentioned are property of their respective owners and are used for identification purposes only. Use of these names does not imply endorsement. This document does not constitute professional or legal advice. For specific guidance related to your needs, please consult qualified professionals.