

Google Discover se expande con nuevas oportunidades y desafíos a navegadores de escritorio

Durante el reciente evento **Search Central Live** celebrado en Madrid, representantes de Google confirmaron un movimiento estratégico que podría redefinir el panorama del tráfico web para los medios de comunicación: **La expansión de su plataforma Discover a los ordenadores de escritorio.**

Esta funcionalidad, que ya se ha consolidado como una importante fuente de tráfico móvil para muchos editores, pronto comenzará a ofrecer sugerencias personalizadas directamente en la interfaz web del buscador.

Aunque Google no ha proporcionado un calendario de lanzamiento preciso, la noticia ha generado expectación en la industria. Algunos especialistas han reportado haber observado flujos de recomendaciones en la página principal del buscador, lo que sugiere que la fase de pruebas se encuentra activa y un anuncio oficial podría ser inminente.

Este nuevo canal podría desbloquear un caudal adicional de tráfico, ofreciendo un respiro ante la creciente presión económica que enfrentan muchos editores.

Sin embargo, esta expansión también plantea nuevos retos para los analistas y especialistas en SEO. La capacidad de distinguir con claridad el tráfico proveniente de Discover en escritorio del tráfico orgánico tradicional será fundamental para una correcta medición y optimización de las estrategias digitales.

Este anuncio coincide con una creciente preocupación entre los editores ante la esperada disminución de clics provenientes de las búsquedas tradicionales.



La generalización del modelo conversacional de Google ha generado suspicacias sobre su impacto en el tráfico de referencia. **Profesionales del sector interpretan la expansión de Discover como un intento de Google por mitigar estas pérdidas y ofrecer una nueva vía de visibilidad a los medios.**

Los datos recientes de «Chartbeat» respaldan la creciente relevancia de Discover. Su último informe, correspondiente a diciembre de 2024, revela que **el porcentaje de tráfico procedente de esta plataforma experimentó un aumento promedio del 22,8% al 25,7% entre noviembre de 2023 y noviembre de 2024 para los 3.750 medios que utilizan sus servicios.**

Este crecimiento, hasta ahora principalmente en el ámbito móvil, no parece haber afectado significativamente al volumen de tráfico proveniente de las búsquedas tradicionales, que aún mantienen su liderazgo.

El impacto de las búsquedas conversacionales, por el momento, se limita a términos específicos con potencial intención de compra. Lo que sí se ha observado es un retroceso relativo en otras fuentes de tráfico, como el directo y las redes sociales, subrayando el papel crucial de Google como principal garante de la visibilidad online para los medios.

La importancia de Discover también quedó patente tras la decisión de Google de retirar las noticias de sus servicios para el 1% de los usuarios en varios países, mientras que el impacto en el tráfico e ingresos publicitarios de las búsquedas tradicionales fue limitado, las variaciones en el tráfico proveniente de las recomendaciones personalizadas fueron sustanciales, lo que subraya la influencia de Discover en el

consumo de noticias online.

La expansión de Google Discover a escritorio se presenta como un movimiento estratégico con el potencial de transformar la forma en que los usuarios descubren contenido y cómo los medios generan tráfico e ingresos en el futuro.

La industria estará atenta a los próximos anuncios de Google y a la implementación de esta nueva funcionalidad, así como a las estrategias que los medios desarrollarán para aprovechar al máximo esta nueva oportunidad y afrontar los desafíos que conlleva.

Con información de VF