INVESTIGACIÓN SOBRE VISIBILIDAD EN IA

Una pregunta, muchas listas

Cómo cambian las recomendaciones de consultores SEO en Valencia al repetir una pregunta a ChatGPT

200	198	26
INTENTOS	LISTAS VÁLIDAS	CANDIDATOS

LA MISMA PREGUNTA EN DOS ENTORNOS

100 intentos en ChatGPT gratuito en el navegador, sin iniciar sesión.
100 intentos en la API de OpenAI, con búsqueda web activada.

UN ESTUDIO DE ELNIQ Y QUESEO

Nina S. Dzhezher
ELNIQ SL (https://www.elniq.com/)

Eric Jorge Seguí Parejo
Queseo (https://queseo.es/)

Datos recogidos el 8 y 9 de noviembre de 2026
11 de noviembre de 2026

LECTURA RÁPIDA

Qué muestra esta prueba

Una sola respuesta ofrece una visión parcial de los profesionales que ChatGPT puede recomendar. Al repetir la misma pregunta cambian los nombres y su orden. También cambia el reparto de visibilidad entre el navegador y la API.

Hallazgo	Resultado observado
La lista ordenada casi nunca se repite	94 listas diferentes en el navegador y 95 en la API.
Los entornos muestran opciones diferentes	Una lista de cada entorno comparte, de media, 1,77 de sus cinco nombres.
Aparecer y encabezar son medidas distintas	Queseo es la marca más frecuente en la API; Jesús Porres abre más listas.
Las fuentes y las fichas acompañan otros repartos	Hay asociaciones claras, pero esta prueba no aísla sus causas.
El contenido también forma parte de la visibilidad	Conviene revisar especialidades, enlaces, reseñas y posibles cruces de identidad.

LA MUESTRA ANALIZADA

Se registraron 200 intentos con la misma pregunta: 100 en ChatGPT gratuito en el navegador, sin iniciar sesión, y 100 en la API de OpenAI con búsqueda web. De ellos, 198 produjeron una lista de cinco candidatos. Los recuentos se calculan directamente a partir de los dos Excel originales de la prueba.

Cómo leerlo. El cuerpo principal explica la prueba y sus implicaciones. Las tablas completas recogen los 26 candidatos. Los anexos detallan los cálculos de estabilidad y la incertidumbre de las estimaciones.

01 / QUÉ SE HIZO

La misma pregunta en dos entornos

En el navegador se pregunta desde la web de ChatGPT. La API es la vía de acceso que permite a un programa enviar una pregunta a OpenAI y recibir su respuesta. Se probaron ambas formas de acceso.

> **«Recomiéndame 5 consultores SEO en Valencia, España. Explica brevemente por qué recomiendas a cada uno.»**

Condición	Navegador	API
Acceso	ChatGPT gratuito, sin iniciar sesión. Chat nuevo por intento.	Peticiones desde un programa, con búsqueda web activada.
Intentos y listas válidas	100 intentos; 98 listas.	100 intentos; 100 listas.
Modelo	No quedó identificado.	gpt-5.6-luna, identificador solicitado y devuelto en el registro.
Horario peninsular	8 nov, 21:34; hasta 9 nov, 00:35.	8 nov, 21:32:59 a 22:03:42.
Información conservada	Texto, registros de sitios y páginas, fichas y elementos de la respuesta.	Texto, enlaces, consumo y número de llamadas de búsqueda.

Los intentos 28 y 44 del navegador se quedaron en el mensaje de búsqueda. Se excluyen del recuento de recomendaciones. La lista 85 conserva texto visible, pero carece del texto en bruto y de los registros de búsqueda completos.

Qué cuenta como un candidato

Contamos los cinco nombres numerados de cada lista principal. Agrupamos variantes que identifican a la misma persona o marca. Por ejemplo, **«Eric Jorge Seguí Parejo» y «Queseo» cuentan como un mismo candidato**. Así hay 490 puestos en el navegador y 500 en la API. Entre los candidatos figuran profesionales y equipos.

GEO significa Generative Engine Optimization: el trabajo sobre la visibilidad en las respuestas de motores generativos. Aquí se observa esa visibilidad; no se aplicó ninguna intervención para aumentarla. [3]

02 / REPETICIÓN DE LA PREGUNTA

Los nombres y el orden cambian

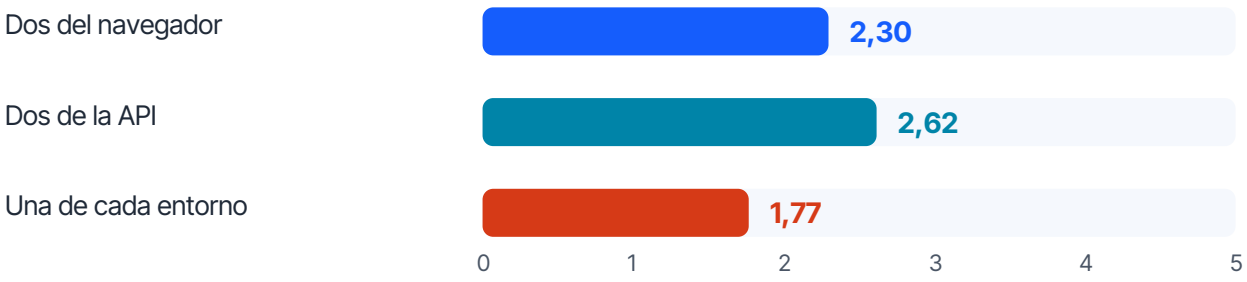
Hay dos formas de comparar listas. Una **combinación** contiene los mismos cinco nombres, aunque cambie su orden. Una **lista ordenada** exige además que cada nombre ocupe el mismo puesto.

UN EJEMPLO SENCILLO

Ana, Bruno, Carla, Diego y Elena forman una combinación. Si Bruno pasa al primer puesto y Ana al segundo, la combinación se conserva, pero la lista ordenada cambia. Si entra otra persona, también cambia la combinación. Es un ejemplo inventado.

Qué se contó	Navegador 98 listas	API 100 listas
Candidatos diferentes	20	23
Combinaciones de cinco, sin mirar el orden	68	67
Listas diferentes si se tiene en cuenta el orden	94	95
Respuestas cuya lista ordenada no vuelve a aparecer	91	90

Cuánto se parecen dos respuestas

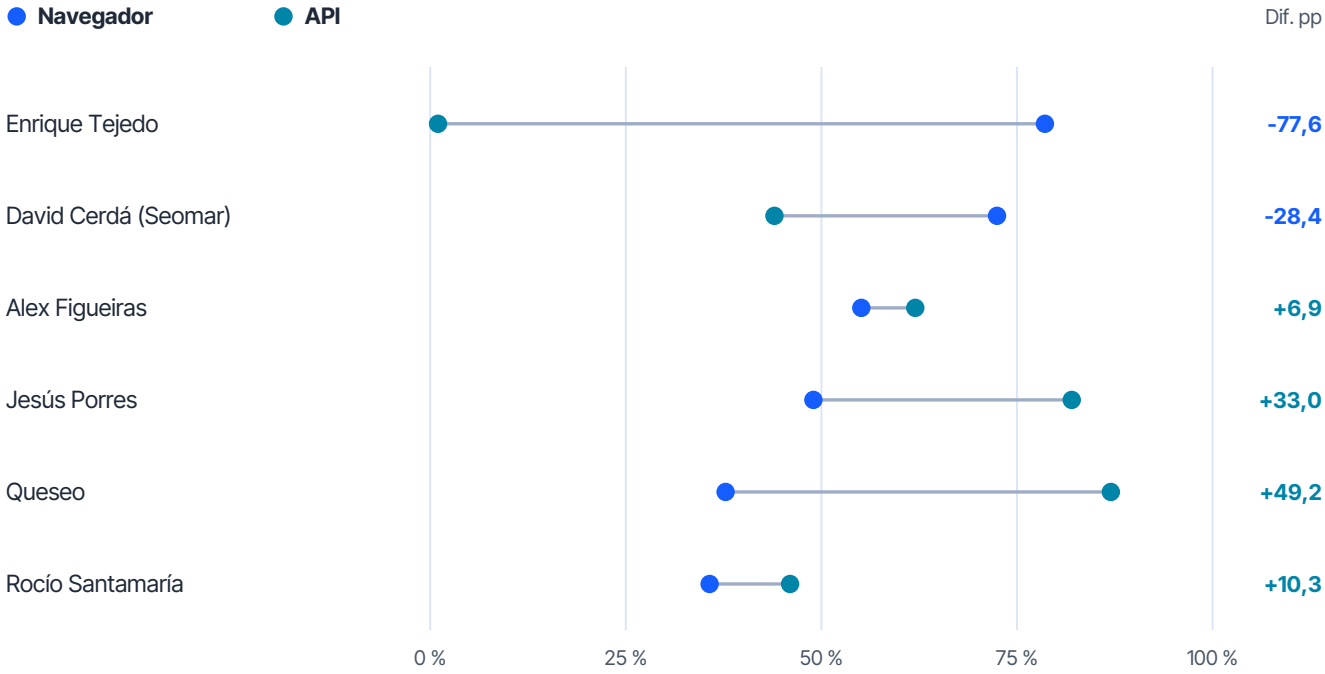


Las barras cuentan nombres compartidos, de un máximo de cinco. Se compararon todos los pares posibles: 4.753 dentro del navegador, 4.950 dentro de la API y 9.800 al cruzar ambos entornos. Al cruzarlos no hubo ninguna lista idéntica en nombres y orden.

03 / A QUIÉN DA VISIBILIDAD

El reparto cambia entre entornos

La **presencia** indica en qué porcentaje de listas aparece un candidato en cualquiera de los cinco puestos. Comparamos porcentajes porque hay 98 listas válidas en el navegador y 100 en la API.



Cada punto indica la presencia de la marca en un entorno. La cifra del extremo derecho es la diferencia de la API respecto al navegador, en puntos porcentuales. Se muestran los cinco candidatos más frecuentes de cada entorno, seis al reunirlos.

Cómo leer una diferencia

Queseo apareció en **37 de 98** listas del navegador (37,8 %) y en **87 de 100** de la API (87,0 %): una diferencia de 49,2 puntos. Enrique Tejedo pasó de 77 de 98 a una de 100. Alex Figueiras mantuvo una presencia más próxima: 54 de 98 y 62 de 100.

EL RESULTADO DESCRIBE ESTAS DOS CONFIGURACIONES

El modelo del navegador es desconocido y las condiciones de búsqueda y presentación son distintas. No podemos atribuir las diferencias únicamente a la interfaz ni suponer que cualquier otra configuración de API daría este resultado.

04 / DÓNDE APARECE CADA CANDIDATO

Salir mucho y salir arriba

Estar presente en una lista y ocupar sus primeros puestos describen aspectos diferentes de la visibilidad. La posición se refiere al orden del texto que produjo ChatGPT, del primero al quinto.

Candidato	Primero Nav.	Primero API	Top 3 Nav.	Top 3 API
Enrique Tejedo	26	1	66	1
David Cerdá (Seomar)	24	6	45	29
Alex Figueiras	25	2	39	27
Jesús Porres	10	50	31	74
Queseo	0	28	10	77
Rocío Santamaría	0	0	17	27

Son números de respuestas, con bases de 98 para el navegador y 100 para la API. «Top 3» incluye los puestos primero, segundo y tercero.

Dos ejemplos que cambian la lectura

Queseo fue la marca más repetida de la API y estuvo entre las tres primeras en 77 respuestas. Jesús Porres encabezó más listas: 50 frente a 28. En el navegador, Queseo apareció 37 veces, diez de ellas entre los tres primeros y ninguna en el primer puesto.

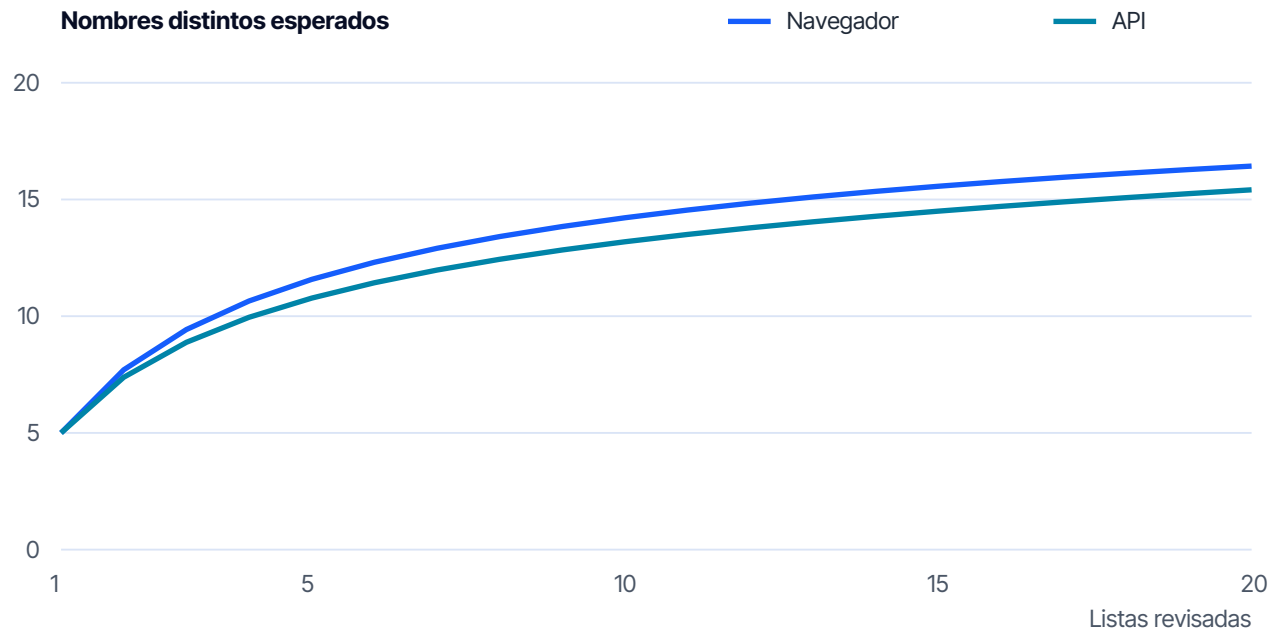
Alex Figueiras apareció en 54 listas del navegador y 62 de la API, pero abrió 25 de las primeras y solo dos de las segundas. Una frecuencia parecida puede acompañarse de posiciones muy distintas.

El primer puesto se repartió entre siete candidatos en el navegador y nueve en la API. Ninguna de estas medidas evalúa por sí sola la calidad profesional de los recomendados.

05 / LO QUE DEJA FUERA UNA LISTA

Cinco opciones no agotan el conjunto

Las 198 listas contienen **26 candidatos distintos**: 17 aparecen en ambos entornos, tres solo en el navegador y seis solo en la API. Al revisar más respuestas se descubren opciones que faltaban en la primera.



Listas revisadas	1	3	10	20
Candidatos esperados · navegador	5,0	9,4	14,2	16,4
Candidatos esperados · API	5,0	8,9	13,2	15,4

Es un cálculo sobre las listas guardadas: se eligen al azar sin repetir una misma respuesta y se calcula cuántos candidatos distintos se verían de media. No predice cuántos nombres nuevos ofrecerá ChatGPT en el futuro.

Un conjunto amplio con presencia concentrada

Los nueve candidatos más frecuentes acumulan el 83,5 % de los 490 puestos del navegador. En la API, los ocho más frecuentes reúnen el 82,6 % de los 500 puestos. Aun así, la combinación formada por los cinco más frecuentes de cada entorno solo aparece tres veces en el navegador y cinco en la API.

06 / QUÉ NOMBRES APARECEN JUNTOS

Hay patrones dentro de la variación

Las listas cambian, pero algunos pares de candidatos tienden a aparecer juntos con más frecuencia que otros. Estos ejemplos proceden de las 98 listas del navegador.

Dos candidatos	Listas en las que aparecen juntos
Queseo y Rocío Santamaría	24
Alex Figueiras y Álvaro Pichó	29
Paco Rubén y Alfredo Río	10
Paco Rubén y Alex Figueiras	0

Por ejemplo, Queseo figura en 37 listas y Rocío Santamaría en 35. Coinciden en 24. La API presenta otro reparto: Queseo y Jesús Porres coinciden en 72 de sus 100 listas.

Las fuentes registradas también varían

Entre las 97 respuestas del navegador que conservan el registro de sitios hay 80 conjuntos de dominios distintos. Si ordenamos los pares de respuestas por la similitud de esos conjuntos, el tercio con fuentes más parecidas comparte unos 2,8 candidatos; el tercio menos parecido, unos 1,8.

UNA RELACIÓN QUE AYUDA A INVESTIGAR

La selección de candidatos y las fuentes registradas están relacionadas. La búsqueda puede aportar nombres, y un nombre ya seleccionado puede provocar otra búsqueda para completar su perfil. El registro disponible no permite reconstruir toda esa secuencia ni asignar una causa a cada caso.

07 / CÓMO SON LAS RESPUESTAS

Un formato estable con nombres variables

NAVEGADOR

582 palabras

Mediana: la respuesta situada en el centro al ordenar las 98 por longitud.

API

405 palabras

Mediana de las 100 respuestas de la API, calculada con el mismo criterio.

Elemento observado	Navegador	API
Tabla comparativa	98 de 98	0 de 100
Elementos de imagen en el texto en bruto	72 de 97	Sin registro visual equivalente
Mapa visible	32 de 98	Sin registro visual equivalente
Frase literal «no es un ranking»	23 de 98	86 de 100

El navegador suele presentar criterios, descripciones de los cinco candidatos, una comparación y sugerencias según el proyecto. La API ofrece una lista más breve con enlaces y orientaciones para elegir.

El recuento de «no es un ranking» es literal, tras eliminar formato y normalizar espacios. Otras respuestas dicen «sin orden estricto de preferencia» o que no existe un mejor profesional para todos. Esas variantes no están incluidas en la fila anterior.

La longitud es aproximada: se cuenta el texto tras retirar enlaces y marcas internas. La media, que puede desplazarse por respuestas muy largas o cortas, es de unas 575 palabras en el navegador y 400 en la API. Media y mediana no son la misma medida.

08 / POR QUÉ RECOMIENDA A ALGUIEN

Las especialidades forman parte del mensaje

Cada lista incluye cinco explicaciones. Se analizaron sus cuerpos de texto, sin contar otra vez el nombre del encabezado ni las tablas de recapitulación. Estas son menciones de temas, no comprobaciones de que un servicio o una credencial sean ciertos.

Tema en la descripción	Navegador 490 perfiles	API 500 perfiles
SEO local: búsquedas de una zona	259 (53 %)	234 (47 %)
SEO técnico: funcionamiento de la web	220 (45 %)	225 (45 %)
Tiendas online y comercio electrónico	179 (37 %)	227 (45 %)
IA, GEO y búsquedas generativas	204 (42 %)	255 (51 %)
Duración en años o actividad «desde» un año	224 (46 %)	216 (43 %)
Número concreto de reseñas u opiniones	128 (26 %)	36 (7 %)
Casos de éxito, testimonios o porfolio	16 (3 %)	42 (8 %)

Las categorías pueden coincidir en una descripción. Se aplicó el mismo vocabulario de búsqueda al cuerpo de los perfiles en ambos entornos. Cada porcentaje usa como base las 490 descripciones del navegador o las 500 de la API. Los recuentos se basan en menciones textuales.

Lo que aporta este análisis al GEO

La visibilidad no termina en que aparezca un nombre. También importa con qué necesidad lo relaciona ChatGPT: una migración, un negocio local, una tienda online o un proyecto en varios idiomas. Para una marca, revisar esa descripción completa ayuda a entender qué propuesta recibe el lector.

09 / EL PERFIL QUE SE REPITE

Cada marca conserva asociaciones propias

Aunque una marca entre y salga de las listas, ciertos temas vuelven a aparecer en sus descripciones. Estos ejemplos ayudan a leer el contenido de las recomendaciones, además de contar sus apariciones.

Candidato	Asociación observada en los textos
Queseo	Migraciones en las 37 descripciones del navegador y las 87 de la API. Se acompaña de SEO técnico, tiendas online o proyectos internacionales.
Rocío Santamaría	IA, GEO o búsqueda generativa en 35 de 35 descripciones del navegador y 40 de 46 de la API. El año 2017 aparece en 33 de las 35 del navegador.
Jesús Porres	Se repiten negocios locales y servicios profesionales, como clínicas, dentistas, abogados y asesorías.
Jamil Mansilla	Se describe un trabajo integral: análisis, contenidos, optimización y seguimiento. En la primera respuesta API se mencionan 14 reseñas.

Cómo se presentan las afirmaciones

A veces el asistente afirma directamente una especialidad. En otras atribuye la información: «declara», «según su web» o «publica». Por ejemplo, la respuesta 48 de la API atribuye a Queseo más de 16 años de experiencia. Atribuir un dato permite saber quién lo afirma; no equivale a verificarlo.

TONO FAVORABLE NO SIGNIFICA EVALUACIÓN INDEPENDIENTE

La pregunta pide recomendaciones, por lo que induce explicaciones favorables. Los textos incluyen cautelas y consejos antes de contratar, pero esta muestra no compara resultados profesionales ni audita los casos de éxito de los candidatos.

10 / DE DÓNDE SALE LA INFORMACIÓN

Cuatro cosas que conviene distinguir

Medida	Qué significa aquí
Sitio o página registrada	El dominio o la dirección figura en el registro guardado de esa respuesta.
Cita o referencia	El asistente señala una fuente junto a una afirmación. Algunas etiquetas internas no permiten resolver por sí solas la URL exacta.
Enlace directo	Una dirección que el lector puede abrir desde la respuesta.
Recomendación	El candidato ocupa uno de los cinco puestos de la lista principal.

IP10 muestra por qué son medidas diferentes

El dominio **ip10.es** figura en 96 de los 97 registros de sitios del navegador. Su comparativa de Valencia aparece en los 97 registros de páginas. La etiqueta de fuente «IP10» está en 68 de los 98 textos visibles. El enlace directo al dominio aparece en tres de los 97 textos en bruto.

Sin embargo, **IP10 no ocupa ningún puesto en las 198 listas de candidatos**. Publicar una página que aparece en los registros y ser recomendado como proveedor son resultados diferentes.

QUÉ PODEMOS COMPARAR CON LA API

En la API se guardaron enlaces, pero no la relación completa de fuentes de cada búsqueda. Que IP10 reciba enlaces en cuatro respuestas API no significa que solo se consultara cuatro veces. La documentación de OpenAI distingue las citas de la lista completa de fuentes. [5]

La columna de páginas del navegador también incorpora destinos que aparecen como enlaces en el texto. Se usa como inventario de direcciones; no como prueba de que todas se leyeran antes de elegir a los candidatos.

11 / REGISTRO DE SITIOS DEL NAVEGADOR

Una web puede figurar sin ser recomendada

La columna «Sitios consultados (1ª)» conserva 97 registros. Cada uno contiene entre siete y trece dominios, con una media de 10,06. Sus cinco dominios más frecuentes son ip10.es (96), valencianamente.es (90), albertofuster.com (79), sergidoseo.com (72) y jesusporres.com (68).

Candidato	Aparece cuando su sitio está registrado	Aparece cuando su sitio no está registrado
Álvaro Pichó	33 de 35 (94,3 %)	3 de 62 (4,8 %)
Alex Figueiras	44 de 56 (78,6 %)	10 de 41 (24,4 %)
Jesús Porres	46 de 68 (67,6 %)	1 de 29 (3,4 %)
Paul Cris	21 de 46 (45,7 %)	1 de 51 (2,0 %)
Andrés Castillo	16 de 51 (31,4 %)	0 de 46 (0,0 %)

La tabla divide las 97 respuestas en dos grupos para cada candidato. Por ejemplo, el sitio de Álvaro Pichó está registrado en 35: aparece recomendado en 33 de ellas. De las otras 62, aparece en tres.

La relación no se aplica igual a todos

Queseo y Rocío Santamaría aparecen con frecuencia aunque su dominio apenas figure en esta columna. Pueden estar descritos en comparativas o en otras fuentes, pero no se puede atribuir cada aparición a una página concreta. Alberto Fuster ofrece el caso inverso: su dominio está registrado 79 veces y él solo aparece como candidato en dos de ellas.

No se conoce para cada respuesta qué información se procesó antes o después de elegir los nombres. Estas relaciones son descriptivas y no demuestran que incluir una página entre las fuentes provoque la recomendación.

VARIAS WEBS, UN MISMO CANDIDATO

Enrique Tejedo aparece en **77 de 98 listas del navegador (78,6 %)** y en una de 100 de la API. En su descripción se enlaza a **kenjimarketing.es en 44 respuestas** y a **seotejedo.es en dos**; ambos sitios están vinculados a su actividad. Medir solo seotejedo.es ocultaría parte de su presencia en los enlaces. Varias marcas y webs pueden ofrecer más formas de identificar al mismo profesional: es una hipótesis plausible, pero esta prueba no demuestra que añadir dominios cause sus 77 recomendaciones. Ver el detalle de dominios.

12 / A DÓNDE PUEDE IR EL LECTOR

El enlace no identifica siempre la fuente del dato

ENLACES EN LAS DESCRIPCIONES API

500

Uno por cada candidato: cinco en cada una de las 100 respuestas.

DESTINO: DOMINIO DEL CANDIDATO

478 de 500

El 95,6 % apunta a un dominio identificado con el propio recomendado.

Dominio enlazado	Navegador 97 textos en bruto	API 100 respuestas
queseo.es	32	82
jesusporres.com	42	82
alexfigueirasseo.com	39	62
rafasospedra.com	11	40
seomar.es	70	40
rociosantamaria.com	35	39
jamilmansilla.com	7	22

Cada celda cuenta respuestas con al menos un enlace directo al dominio, no visitas recibidas ni búsquedas realizadas. Los 22 enlaces API restantes apuntan a terceros: diez de ellos van a IP10, repartidos en cuatro respuestas.

La API incorpora la etiqueta **utm_source=openai** en 408 de sus 500 enlaces. La etiqueta puede ayudar a identificar clics si la analítica los recoge, pero estas respuestas no incluyen datos de tráfico ni conversiones.

13 / FICHAS Y MAPAS

Dos señales distintas en el navegador

ALGUNA FICHA REGISTRADA

40 de 98

El Excel guarda una tarjeta de negocio con datos como nota, reseñas o web.

MAPA VISIBLE

32 de 98

La respuesta incluye un mapa visible: 31 en el texto en bruto y uno en el texto visible.

Las dos señales coinciden en 31 respuestas. En nueve hay fichas registradas sin mapa visible y en una hay mapa visible sin fichas en el registro. Por eso no es correcto hablar de 40 mapas mostrados.

Candidato	Con ficha 40 respuestas	Sin ficha 58 respuestas
Enrique Tejedo	37 (92,5 %)	40 (69,0 %)
Alfredo Río	23 (57,5 %)	6 (10,3 %)
Álvaro Pichó	3 (7,5 %)	33 (56,9 %)
Jesús Porres	11 (27,5 %)	37 (63,8 %)

El reparto cambia entre esos grupos. Esto sugiere que conviene registrar también las fichas cuando se mide la visibilidad. La asociación no prueba que mostrar una ficha haga entrar o salir a un candidato: ambas cosas pueden formar parte de una misma selección.

La API conservada contiene texto y enlaces. No ofrece una observación visual equivalente que permita comparar directamente la presencia de mapas.

14 / COMPROBACIÓN DE DATOS E IDENTIDAD

Un nombre, una ficha y un enlace pueden discrepar

Los recursos aportados permiten detectar asociaciones que conviene revisar. Es necesario distinguir el texto original de ChatGPT, las fichas guardadas y las columnas de extracción del Excel.

Ejemplo	Lo que contiene el archivo
Jamil Mansilla	La ficha registrada asocia su nombre con cristaleriasmansilla.com en cinco respuestas. En la respuesta 2, el enlace del texto principal lleva a jamilmansilla.com.
Rocío Santamaría	Las fichas de las respuestas 75 y 80 asocian su nombre con dramelguizo.com y 229 reseñas. El texto de la respuesta 80 enlaza a rociosantamaria.com y habla de 22 reseñas.
Jesús Porres	El registro de fichas asocia su nombre con jesteve.com en tres respuestas. Es una relación del registro que requiere verificar identidad y procedencia.

Estas discrepancias señalan un problema de correspondencia entre campos. Con los archivos disponibles no se puede determinar en todos los casos si el cruce nació en la interfaz, en la selección de la ficha o en su extracción. Tampoco prueban una vinculación comercial entre los negocios.

Reseñas: misma cifra, fuente sin confirmar

En la primera respuesta API se atribuyen **22 reseñas a Rocío Santamaría** y **14 a Jamil Mansilla**, con enlaces a sus respectivas webs. Ambas cifras coinciden con la comparativa de IP10 consultada para esta revisión. La coincidencia es compatible con esa procedencia, pero no la demuestra.

La página externa revisada ahora no sustituye una copia de la fecha de la prueba. Una diferencia de reseñas o antigüedad puede deberse a fechas, fuentes o entidades distintas. No se ha calculado una tasa global de errores.

15 / CUÁNTAS RESPUESTAS CONVIENE REUNIR · 1 DE 3

Contar apariciones y estimar una frecuencia

Para medir la presencia de una marca, contamos en cuántas listas aparece y lo dividimos entre las listas válidas de ese entorno. Cada lista cuenta una sola vez, aunque el texto mencione la marca varias veces.

QUESEO EN EL NAVEGADOR

37,8 %

Aparece en 37 de las 98 listas válidas de ChatGPT gratuito en el navegador, sin iniciar sesión.

QUESEO EN LA API

87,0 %

Aparece en 87 de las 100 listas válidas de la API con búsqueda web.

Qué sabemos a partir de esos datos

Estos porcentajes describen exactamente las respuestas guardadas. Si queremos estimar con qué frecuencia aparecería la marca al repetir la prueba en las mismas condiciones, tenemos incertidumbre: otra tanda podría dar un porcentaje distinto.

Por qué una tanda pequeña es más sensible

Este ejemplo es inventado. En ambos casos la marca aparece en el 40 % de las listas. Imaginemos que una sola respuesta cambia y empieza a incluirla: el porcentaje se mueve mucho más cuando hay pocas listas.

Ejemplo hipotético	Tanda de 10 listas	Tanda de 100 listas
Antes del cambio	4 de 10 = 40 %	40 de 100 = 40 %
Una respuesta pasa a incluir la marca	5 de 10 = 50 %	41 de 100 = 41 %
Cambio en el porcentaje	+10 puntos	+1 punto

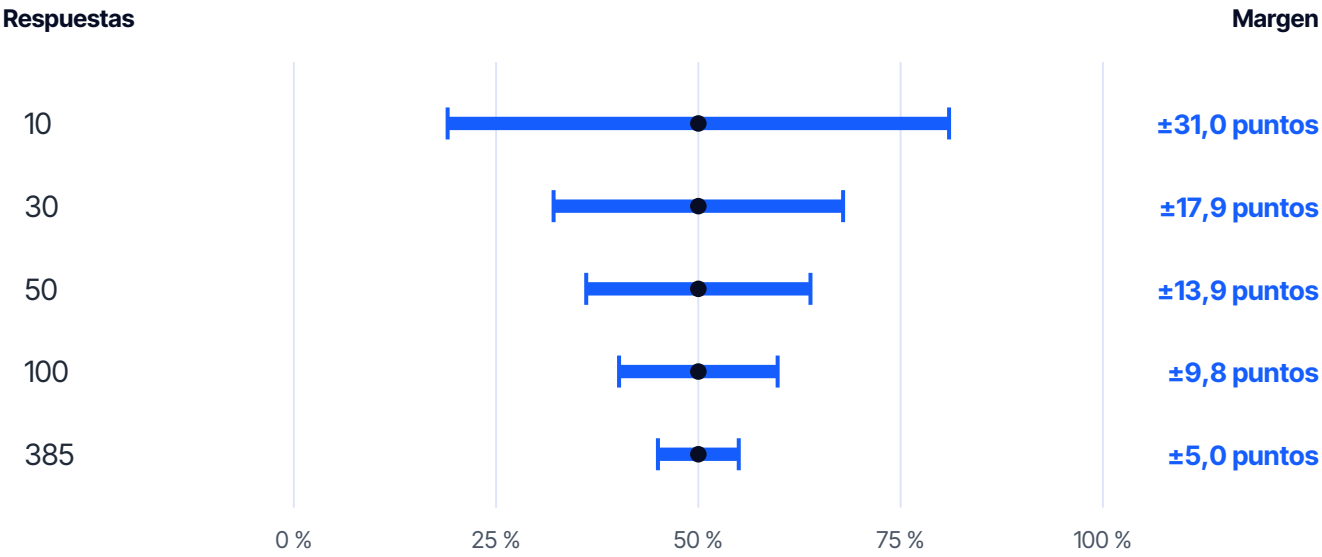
QUÉ SIGNIFICA «PUNTOS PORCENTUALES»

Es la resta entre dos porcentajes. Pasar del 40 % al 50 % supone subir 10 puntos porcentuales. En las páginas siguientes, «±9,8 puntos» significa sumar y restar 9,8 al porcentaje de referencia.

15 / CUÁNTAS RESPUESTAS CONVIENE REUNIR · 2 DE 3

Cómo leer un margen de ±9,8 puntos

El margen ayuda a planificar cuántas respuestas reunir. Este ejemplo hipotético parte de una presencia del 50 %. Cada línea muestra el 50 % más y menos el margen calculado. Al reunir más respuestas, la franja se estrecha.



Un ejemplo con 100 respuestas

Con 100 respuestas, el margen de referencia es de **±9,8 puntos**. Aplicado al 50 % del ejemplo, la franja va aproximadamente del **40,2 % al 59,8 %**: 50 menos 9,8 y 50 más 9,8. Con 385 respuestas, se reduce a unos ±5 puntos: del 45 % al 55 %.

Por qué se utiliza el 50 %

El 50 % es el caso con mayor variación entre aparecer y no aparecer. Se usa como referencia prudente al planificar. Para una marca concreta, el margen depende también del número de apariciones, como muestra la siguiente página.

CÓMO UTILIZAR ESTAS CIFRAS

Los tamaños se refieren a cada entorno por separado. Si buscas más precisión, necesitas más respuestas recogidas en condiciones comparables. La gráfica es una aproximación estadística al 95 %, especialmente orientativa con tandas pequeñas; ChatGPT no garantiza esos márgenes.

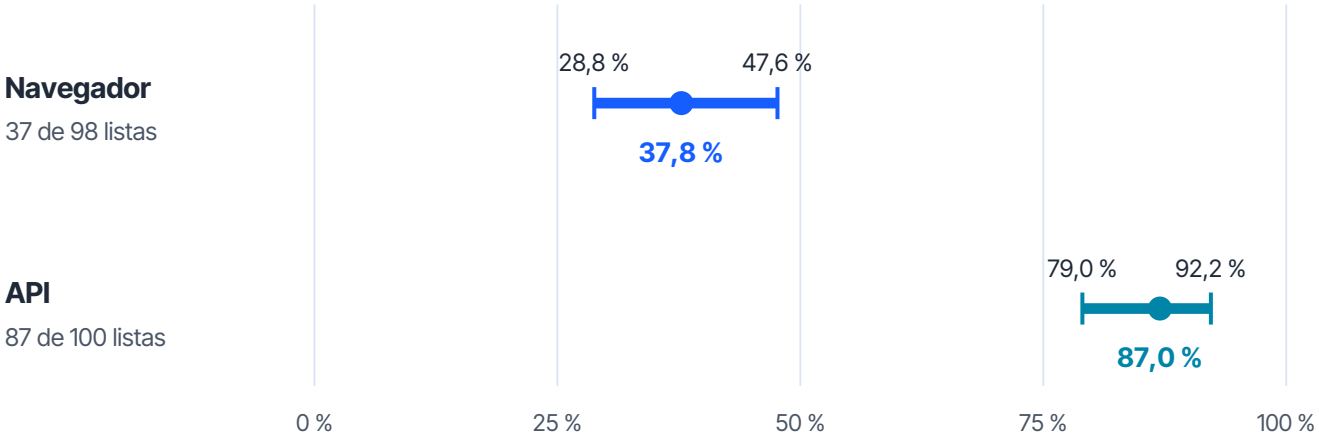
Cálculo: 1,96 × raíz cuadrada de (0,25 / n), con n respuestas; se multiplica por 100 para expresarlo en puntos. Supone independencia y una frecuencia estable, como se explica a continuación. [6]

15 / CUÁNTAS RESPUESTAS CONVIENE REUNIR · 3 DE 3

El intervalo aplicado a una marca de la muestra

La gráfica utiliza los datos reales de Queseo. El punto indica el porcentaje observado; la línea es el intervalo de confianza al 95 %, calculado con el método de Wilson. Ese intervalo resume la incertidumbre al estimar una frecuencia estable a partir de una tanda limitada. [6]

Presencia de Queseo: punto observado y franja orientativa al 95 %



Cómo leer el resultado del navegador

El **37,8 %** es el dato de las 98 listas guardadas. La franja del **28,8 % al 47,6 %** expresa la imprecisión de la estimación bajo los supuestos indicados abajo. En la API, el dato observado es el **87,0 %** y la franja va del **79,0 % al 92,2 %**.

Qué significa «al 95 %»

Imaginemos que pudiéramos repetir la prueba muchas veces con una frecuencia de aparición que se mantiene estable. En cada tanda calcularíamos un intervalo diferente. El método está diseñado para que, bajo sus supuestos, cerca de 95 de cada 100 intervalos incluyan esa frecuencia. El 95 % se refiere al método de cálculo.

LOS DOS SUPUESTOS DEL CÁLCULO

Independencia: que una respuesta no influya en la siguiente.
Estabilidad: que la frecuencia de aparición se mantenga durante la medición, con la misma pregunta y unas condiciones comparables.
Esta prueba no demuestra que ambos supuestos se cumplan.

Estas franjas no predicen la próxima respuesta ni la próxima semana. Cien consultas de una misma noche tampoco representan por sí solas a todos los usuarios, fechas, modelos o ubicaciones. Ver los intervalos de los 26 candidatos.

16 / CÓMO USAR LOS RESULTADOS

Un seguimiento GEO que se pueda interpretar

1. Define qué uso quieres observar

Conserva la pregunta literal y especifica el entorno: en este estudio, ChatGPT gratuito en navegador sin iniciar sesión, o una configuración concreta de API.

2. Repite y guarda también los fallos

Cuenta intentos y listas válidas por separado. Usa una tanda inicial para conocer la variación y amplíala según la precisión necesaria. No hay un mínimo universal demostrado por esta prueba.

3. Mide presencia, posición y enlace

Publica cuántas listas incluyen la marca, cuántas la sitúan entre las tres primeras y cuántas permiten llegar a su web. Explica siempre el denominador.

4. Revisa el contenido de la recomendación

Anota qué servicio se atribuye, para qué cliente se propone y qué datos concretos aporta. Comprueba las afirmaciones importantes contra su fuente.

5. Registra fuentes, fichas y mapas por separado

Conserva los datos que estén disponibles. Un enlace a la web del candidato no revela por sí solo de dónde salió su cifra de reseñas.

6. Compara fechas y condiciones equivalentes

Alterna las tandas entre entornos y repítelas en días diferentes. Un cambio de modelo o configuración debe quedar documentado.

ANEXO A / LOS 26 CANDIDATOS Y SUS PUESTOS

Resultados del navegador

ChatGPT gratuito en navegador, sin iniciar sesión. Base: 98 listas válidas.

Candidato	Listas	Presencia	1.º	2.º	3.º	4.º	5.º
Enrique Tejedo	77	78,6 %	26	26	14	7	4
David Cerdá (Seomar)	71	72,4 %	24	12	9	16	10
Alex Figueiras	54	55,1 %	25	9	5	9	6
Jesús Porres	48	49,0 %	10	6	15	6	11
Queseo	37	37,8 %	0	5	5	13	14
Álvaro Pichó (SEO Levante)	36	36,7 %	9	17	0	7	3
Rocío Santamaría	35	35,7 %	0	3	14	7	11
Alfredo Río (SEO Local Valencia)	29	29,6 %	0	9	6	5	9
Paul Cris (Paul Marginean)	22	22,4 %	0	2	10	2	8
Andrés Castillo (GEO Valencia)	16	16,3 %	3	1	5	4	3
Paco Rubén	16	16,3 %	0	3	7	3	3
Rafa Sospedra	14	14,3 %	0	2	5	5	2
Jamil Mansilla	8	8,2 %	0	0	0	4	4
Daimako	7	7,1 %	0	0	0	5	2
Ruk Lab	7	7,1 %	0	0	1	4	2
Softalian (Nacho Monterde)	6	6,1 %	0	2	2	0	2
agenciaSEO.eu	3	3,1 %	0	0	0	1	2
Alberto Fuster	2	2,0 %	1	1	0	0	0
Alberto Illobre	1	1,0 %	0	0	0	0	1
Miguel Valero	1	1,0 %	0	0	0	0	1
Alban Febrer	0	0,0 %	0	0	0	0	0
Arturo Argilés (SEO&SEM Valencia)	0	0,0 %	0	0	0	0	0
Idital	0	0,0 %	0	0	0	0	0
Jorge Segovia	0	0,0 %	0	0	0	0	0
SEO Solutions	0	0,0 %	0	0	0	0	0
Vicente Climent (Santi Pc)	0	0,0 %	0	0	0	0	0
Total de puestos	490		98	98	98	98	98

Orden descendente por número de listas; empates por nombre. «Presencia» es el porcentaje de listas válidas que incluyen al candidato. Los puestos suman sus apariciones. Un cero significa que no apareció en esta muestra de ese entorno.

Ver la tabla de la API

ANEXO A / LOS 26 CANDIDATOS Y SUS PUESTOS

Resultados de la API

API de OpenAI con búsqueda web. Base: 100 listas válidas.

Candidato	Listas	Presencia	1.º	2.º	3.º	4.º	5.º
Queseo	87	87,0 %	28	37	12	5	5
Jesús Porres	82	82,0 %	50	15	9	7	1
Alex Figueiras	62	62,0 %	2	14	11	19	16
Rocío Santamaría	46	46,0 %	0	10	17	16	3
David Cerdá (Seomar)	44	44,0 %	6	7	16	8	7
Rafa Sospedra	42	42,0 %	10	7	8	10	7
Miguel Valero	26	26,0 %	1	6	7	6	6
Andrés Castillo (GEO Valencia)	24	24,0 %	0	1	7	3	13
Jamil Mansilla	23	23,0 %	1	0	2	7	13
Paco Rubén	17	17,0 %	0	0	0	6	11
Álvaro Pichó (SEO Levante)	12	12,0 %	1	3	5	2	1
Jorge Segovia	11	11,0 %	0	0	0	2	9
Softalian (Nacho Monterde)	9	9,0 %	0	0	4	4	1
Alberto Fuster	4	4,0 %	0	0	1	1	2
Alban Febrer	3	3,0 %	0	0	0	1	2
Alfredo Río (SEO Local Valencia)	1	1,0 %	0	0	1	0	0
Arturo Argilés (SEO&SEM Valencia)	1	1,0 %	0	0	0	0	1
Enrique Tejedo	1	1,0 %	1	0	0	0	0
Idital	1	1,0 %	0	0	0	1	0
Paul Cris (Paul Marginean)	1	1,0 %	0	0	0	1	0
Ruk Lab	1	1,0 %	0	0	0	0	1
SEO Solutions	1	1,0 %	0	0	0	0	1
Vicente Climent (Santi Pc)	1	1,0 %	0	0	0	1	0
agenciaSEO.eu	0	0,0 %	0	0	0	0	0
Alberto Illobre	0	0,0 %	0	0	0	0	0
Daimako	0	0,0 %	0	0	0	0	0
Total de puestos	500		100	100	100	100	100

Orden descendente por número de listas; empates por nombre. «Presencia» es el porcentaje de listas válidas que incluyen al candidato. Los puestos suman sus apariciones. Un cero significa que no apareció en esta muestra de ese entorno.

Ver la tabla del navegador

ANEXO B / CÓMO SE PARECEN LAS RESPUESTAS · 1 DE 4

Cómo se comparan dos listas

Un **par** es una pareja de listas. Comparamos cada lista con todas las demás de su entorno. En el **cruce**, comparamos cada lista del navegador con cada lista de la API. Así podemos resumir cuánto se parecen sus recomendaciones.

Medida	Navegador	API	Cruce
Pares de respuestas comparados	4.753	4.950	9.800
Nombres compartidos de media	2,30	2,62	1,77
Coincidencias en nombre y puesto, de media	0,58	0,81	0,32
Pares con los mismos cinco nombres	47	59	10
Pares con idéntica lista ordenada	5	5	0
Pares con el mismo primer nombre	985	1.664	729

Leer las medidas. Dos listas comparten un nombre si incluyen al mismo candidato, esté donde esté. Coincidir en **nombre y puesto** exige que ocupe la misma posición en ambas. Una lista idéntica conserva los cinco nombres y también su orden.

Ejemplo del navegador. Hay 47 pares con los mismos cinco nombres. De esos pares, solo cinco conservan también el orden: 5 de 4.753, aproximadamente el 0,1 % de todos los pares. Son parejas de respuestas, no 47 ni cinco consultas nuevas.

Distribución de nombres compartidos

Nombres en común	0	1	2	3	4	5
Navegador	207	991	1.479	1.382	647	47
API	82	516	1.530	1.972	791	59
Cruce	1.187	2.546	3.783	1.938	336	10

Por ejemplo, el 1.479 de la fila «Navegador», columna «2», significa que 1.479 parejas comparten exactamente dos nombres. Las columnas de cada fila suman todos los pares comparados en ese caso.

POR QUÉ HAY MILES DE PARES SI SOLO HAY 198 LISTAS

Una misma lista se compara muchas veces con otras. Las 98 listas del navegador permiten formar 4.753 parejas distintas. Esas parejas reutilizan las mismas respuestas y no equivalen a miles de consultas independientes.

ANEXO B / CÓMO SE PARECEN LAS RESPUESTAS · 2 DE 4

Repetir nombres y conservar el orden

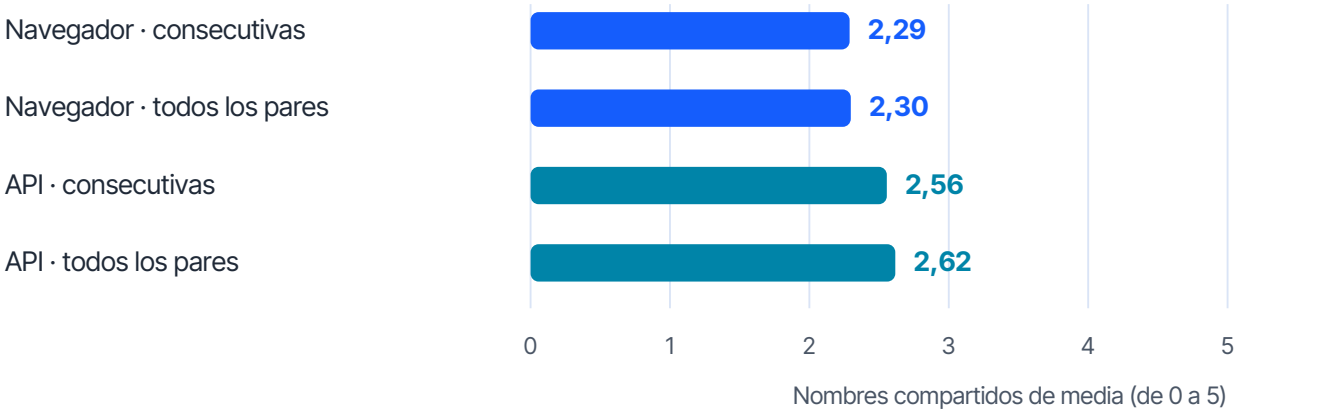
Hay dos formas de repetir una recomendación. Una **combinación** repite los mismos cinco candidatos, aunque cambien de posición. Una **lista ordenada** repite los cinco candidatos exactamente en los mismos puestos.

La repetición más frecuente en cada entorno	Navegador	API
Mismos cinco candidatos, en cualquier orden	5 respuestas	6 respuestas
Mismos cinco candidatos y mismo orden	3 respuestas	2 respuestas

En las 98 listas del navegador, la combinación más repetida reúne los mismos cinco candidatos en cinco respuestas. Ese cinco es el máximo de una combinación concreta; puede haber otras combinaciones que también se repitan.

¿Las respuestas seguidas se parecen más?

Comparamos cada lista válida con la siguiente: la primera con la segunda, la segunda con la tercera, etc. El promedio se contrasta con el de todas las parejas del mismo entorno, incluidas las más alejadas dentro de la tanda.



CÓMO LEER LA GRÁFICA

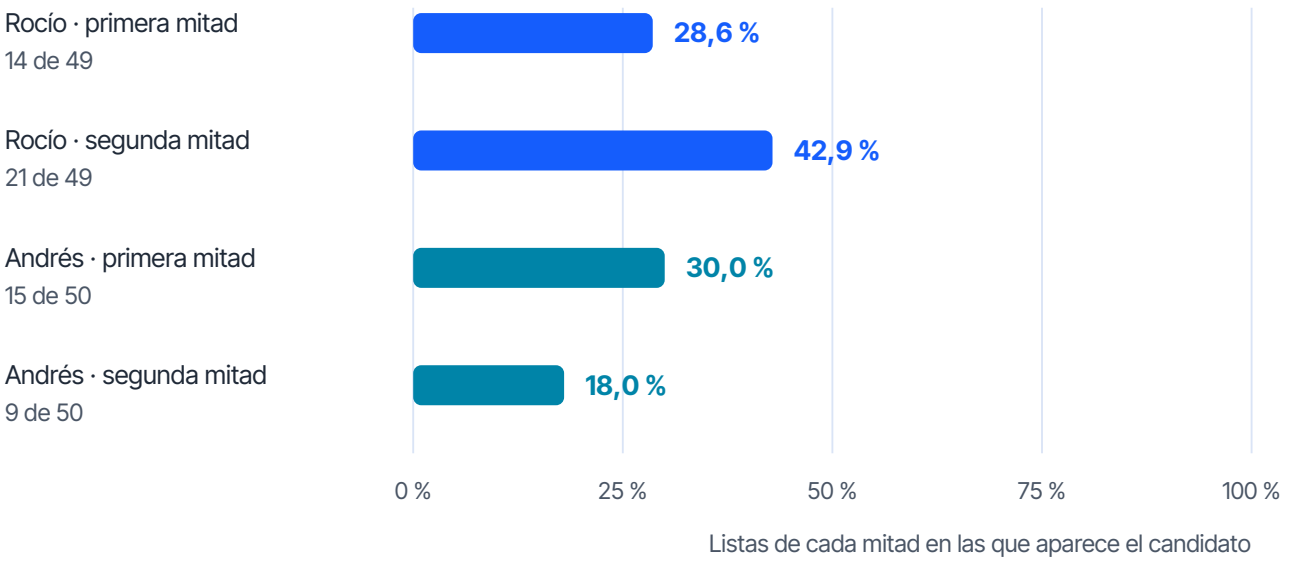
De los cinco nombres, dos listas consecutivas del navegador comparten 2,29 de media; entre todas sus parejas, 2,30. En la API son 2,56 y 2,62. Los promedios son próximos: la cercanía dentro de esta tanda apenas cambia esta medida.

La comparación sigue el orden de las listas válidas; no fija una distancia de tiempo idéntica entre consultas. La proximidad de los promedios no demuestra que las respuestas sean independientes ni descarta otros cambios durante la medición.

ANEXO B / CÓMO SE PARECEN LAS RESPUESTAS · 3 DE 4

Qué cambia entre el principio y el final

Para observar si la presencia de los candidatos cambia durante la tanda, dividimos las listas válidas de cada entorno en dos mitades, respetando su orden. En el navegador son **49 listas y 49 listas**; en la API, **50 y 50**. El porcentaje se calcula dentro de cada mitad.



Navegador: ejemplo de Rocío Santamaría

Rocío aparece en 14 de las primeras 49 listas (**28,6 %**) y en 21 de las últimas 49 (**42,9 %**). La diferencia es de **+14,3 puntos porcentuales**. Es el mayor cambio absoluto entre mitades observado entre los candidatos del navegador.

API: el mayor cambio es de 12 puntos

Andrés Castillo (GEO Valencia) pasa de 15 de 50 listas (**30,0 %**) a 9 de 50 (**18,0 %**): **-12,0 puntos**. Aquí se muestra el cambio de mayor tamaño, tanto si sube como si baja; no es la variación media de todos los candidatos.

QUÉ PERMITE AFIRMAR ESTA COMPARACIÓN

La presencia observada varía entre las dos partes de la tanda. Esta división no permite separar la variación entre respuestas de un posible cambio del sistema. Tampoco demuestra una tendencia que vaya a continuar en otras horas o fechas.

ANEXO B / CÓMO SE PARECEN LAS RESPUESTAS · 4 DE 4

Similitud y descubrimiento de nuevos nombres

Jaccard: cuántos nombres comparten dos listas

Este índice divide los nombres compartidos entre todos los nombres distintos que aparecen al juntar las dos listas. Va de **0** (ningún nombre compartido) a **1** (los mismos cinco nombres). El orden de los candidatos no interviene en el cálculo.

Ejemplo inventado	Cinco candidatos de cada lista
Lista A	Queseo · Rocío Santamaría · Jamil Mansilla · Alex Figueiras · Jesús Porres
Lista B	Rocío Santamaría · Queseo · Jamil Mansilla · Enrique Tejedo · Rafa Sospedra

Las dos listas comparten **tres nombres**: Queseo, Rocío y Jamil. Al juntarlas hay **siete candidatos distintos**. Por tanto, Jaccard = 3 / 7 = **0,429**. Cada persona o marca se cuenta una sola vez en el conjunto de nombres distintos.

Promedio en los datos reales	Navegador	API	Cruce
Índice de Jaccard	0,326	0,378	0,234

Cuanto mayor es el índice, más se parecen los conjuntos de nombres. El 0,326 del navegador es un promedio de similitud entre parejas; no significa que el 32,6 % de sus respuestas sean idénticas.

Acumulación: cuántos candidatos distintos se descubren

La curva de acumulación responde a otra pregunta: al revisar más listas, ¿cuántos nombres diferentes reunimos? La primera lista aporta cinco. Al añadir otra, los nombres repetidos no vuelven a sumar. Por ejemplo, al elegir tres listas del navegador se esperan 9,4 candidatos distintos, como promedio de las selecciones posibles de las listas guardadas.

El cálculo elige listas de esta muestra sin volver a elegir la misma respuesta dentro de una selección. Describe la diversidad contenida en el archivo, no cuántos nombres traerán nuevas consultas futuras.

Detalle del cálculo de la curva. Para cada candidato se calcula 1 - C(N - f, k) / C(N, k): la posibilidad de incluirlo al elegir k listas. N es el total de listas guardadas, f las que incluyen a ese candidato y C indica cuántas formas hay de elegir listas sin repetirlas. La curva suma esos valores para todos los candidatos.

ANEXO C / INCERTIDUMBRE BAJO SUPUESTOS ESTADÍSTICOS

Intervalos orientativos por candidato

Cada rango expresa presencia en porcentaje. «IC 95 %» significa intervalo de confianza al 95 %. Se usa Wilson bajo independencia y condiciones estables, supuestos no demostrados. «Dif.» es API menos navegador, en puntos porcentuales. [6]

Candidato	Nav. · IC 95 %	API · IC 95 %	Dif. puntos
Jesús Porres	39,3 a 58,7	73,3 a 88,3	+33,0
Queseo	28,8 a 47,6	79,0 a 92,2	+49,2
Alex Figueiras	45,2 a 64,6	52,2 a 70,9	+6,9
David Cerdá (Seomar)	62,9 a 80,3	34,7 a 53,8	-28,4
Rocío Santamaría	26,9 a 45,6	36,6 a 55,7	+10,3
Enrique Tejedo	69,5 a 85,5	0,2 a 5,4	-77,6
Rafa Sospedra	8,7 a 22,6	32,8 a 51,8	+27,7
Álvaro Pichó (SEO Levante)	27,9 a 46,6	7,0 a 19,8	-24,7
Andrés Castillo (GEO Valencia)	10,3 a 24,9	16,7 a 33,2	+7,7
Paco Rubén	10,3 a 24,9	10,9 a 25,5	+0,7
Jamil Mansilla	4,2 a 15,3	15,8 a 32,2	+14,8
Alfredo Río (SEO Local Valencia)	21,5 a 39,3	0,2 a 5,4	-28,6
Miguel Valero	0,2 a 5,6	18,4 a 35,4	+25,0
Paul Cris (Paul Marginean)	15,3 a 31,7	0,2 a 5,4	-21,4
Softalian (Nacho Monterde)	2,8 a 12,7	4,8 a 16,2	+2,9
Jorge Segovia	0,0 a 3,8	6,3 a 18,6	+11,0
Ruk Lab	3,5 a 14,0	0,2 a 5,4	-6,1
Daimako	3,5 a 14,0	0,0 a 3,7	-7,1
Alberto Fuster	0,6 a 7,1	1,6 a 9,8	+2,0
agenciaSEO.eu	1,0 a 8,6	0,0 a 3,7	-3,1
Alban Febrer	0,0 a 3,8	1,0 a 8,5	+3,0
Alberto Illobre	0,2 a 5,6	0,0 a 3,7	-1,0
Arturo Argilés (SEO&SEM Valencia)	0,0 a 3,8	0,2 a 5,4	+1,0
Idital	0,0 a 3,8	0,2 a 5,4	+1,0
SEO Solutions	0,0 a 3,8	0,2 a 5,4	+1,0
Vicente Climent (Santi Pc)	0,0 a 3,8	0,2 a 5,4	+1,0

Un cero observado no equivale a probabilidad cero. Como análisis exploratorio, Fisher compara las frecuencias entre entornos: 13 candidatos dan $p < 0,05$; al ajustar por las 26 comparaciones (Bonferroni), quedan diez. Estos contrastes requieren los supuestos anteriores y no prueban causalidad ni permiten generalizar a otras condiciones.

ANEXO D / DOMINIOS ASOCIADOS A LOS NOMBRES · 1 DE 3

Qué dominios aparecen junto a cada nombre

51 asociaciones entre los 26 candidatos y los dominios enlazados en sus descripciones o fichas. Incluyen sitios identificados con su actividad, fuentes externas y atribuciones sin confirmar.

Nombre o marca	Dominio asociado	Sitios Nav.	Enlace Nav.	Enlace API	Ficha Nav.
Enrique Tejedo	kenjimarketing.es	0	44	0	0
Enrique Tejedo	seotejedo.es	2	2	1	36
Enrique Tejedo	sergidoseo.com *	72	5	0	0
Enrique Tejedo	seotejedo.com *	0	4	0	0
Enrique Tejedo	enriquetejedo.com *	0	3	0	0
Enrique Tejedo	google.com *	0	3	0	0
Enrique Tejedo	valenciatop.info *	27	1	0	0
David Cerdá (Seomar)	seomar.es	3	70	40	20
David Cerdá (Seomar)	ip10.es *	96	0	4	0
Alex Figueiras	alexfigueirasseo.com	56	39	62	0
Alex Figueiras	sergidoseo.com *	72	7	0	0
Jesús Porres	jesusporres.com	68	42	82	0
Jesús Porres	jesteve.com *	0	0	0	3
Queseo	queseo.es	1	32	82	6
Queseo	ip10.es *	96	1	3	0
Queseo	valencia.wordcamp.org *	0	0	2	0

Sitios Nav.: el dominio figura en el registro de sitios de la respuesta, esté o no recomendado ese candidato (97 registros). **Enlace Nav. / API**: está enlazado dentro del apartado de ese candidato (97 textos del navegador / 100 de la API). **Ficha Nav.**: figura como web en una ficha asociada a ese nombre (98 listas del navegador).

* Sitio externo, plataforma o dirección que no se trata como web propia confirmada del candidato. La asociación en una respuesta o ficha no acredita propiedad ni que el enlace sea correcto. Las columnas pueden solaparse y no se suman.

EJEMPLO PARA INTERPRETAR LAS COLUMNAS

Kenji figura en 44 enlaces del apartado de Enrique y en 0 registros de sitios. Estar enlazado en la respuesta no demuestra que se consultara antes de elegir al candidato.

ANEXO D / DOMINIOS ASOCIADOS A LOS NOMBRES · 2 DE 3

Qué dominios aparecen junto a cada nombre

Continuación de la tabla de dominios. Cada cifra cuenta respuestas y cada dominio suma como máximo una vez en cada columna y respuesta.

Nombre o marca	Dominio asociado	Sitios Nav.	Enlace Nav.	Enlace API	Ficha Nav.
Álvaro Pichó	seolevante.com	35	31	12	3
Álvaro Pichó	geovalencia.com *	51	1	0	0
Rocío Santamaría	rociosantamaria.com	0	35	39	6
Rocío Santamaría	malt.es *	28	0	4	0
Rocío Santamaría	ip10.es *	96	0	1	0
Rocío Santamaría	malt.com *	0	0	1	0
Rocío Santamaría	mujeresenseo.es *	0	0	1	0
Rocío Santamaría	dramelguizo.com *	0	0	0	2
Alfredo Río	seolocalvalencia.es	29	25	1	21
Paul Cris / Marginean	paulcris.com	46	18	1	4
Andrés Castillo	geovalencia.com	51	15	24	0
Paco Rubén	pacoruben.com	5	14	14	13
Paco Rubén	elpais.com *	44	0	1	0
Paco Rubén	ip10.es *	96	0	1	0
Paco Rubén	valencianamente.es *	90	0	1	0
Rafa Sospedra	rafasospedra.com	0	11	40	4
Rafa Sospedra	albertofuster.com *	79	0	1	0
Rafa Sospedra	malt.es *	28	0	1	0

Sitios Nav.: el dominio figura en el registro de sitios de la respuesta, esté o no recomendado ese candidato (97 registros). **Enlace Nav. / API**: está enlazado dentro del apartado de ese candidato (97 textos del navegador / 100 de la API). **Ficha Nav.**: figura como web en una ficha asociada a ese nombre (98 listas del navegador).

* Sitio externo, plataforma o dirección que no se trata como web propia confirmada del candidato. La asociación en una respuesta o ficha no acredita propiedad ni que el enlace sea correcto. Las columnas pueden solaparse y no se suman.

«Nav.» corresponde a ChatGPT gratuito en el navegador, sin iniciar sesión. La API usa búsqueda web. Los enlaces se cuentan dentro de la lista principal, sin añadir los del resumen final.

ANEXO D / DOMINIOS ASOCIADOS A LOS NOMBRES · 3 DE 3

Qué dominios aparecen junto a cada nombre

Continuación de la tabla de dominios. Cada cifra cuenta respuestas y cada dominio suma como máximo una vez en cada columna y respuesta.

Nombre o marca	Dominio asociado	Sitios Nav.	Enlace Nav.	Enlace API	Ficha Nav.
Jamil Mansilla	jamilmansilla.com	0	7	22	0
Jamil Mansilla	ip10.es *	96	0	1	0
Jamil Mansilla	cristaleriasmansilla.com *	0	0	0	5
Daimako	daimako.com	2	7	0	6
Ruk Lab	ruklab.com	0	6	1	8
Softalian / N. Monterde	softalian.com	0	5	9	8
agenciaSEO.eu	agenciaseo.eu	0	3	0	0
Alberto Fuster	albertofuster.com	79	2	4	1
Alberto Illobre	valenciatop.info *	27	1	0	0
Alberto Illobre	sideor.com *	0	0	0	1
Miguel Valero	miguel-valero.es	1	1	26	0
Alban Febrer	albanfebrer.com	0	0	3	0
Arturo Argilés	seosemvalencia.es	1	0	1	0
Idital	idital.com	0	0	1	0
Jorge Segovia	jorgesegoviaciscar.com	0	0	11	0
SEO Solutions	seosolutions.es	0	0	1	0
Vicente Climent	santipc.com	0	0	1	0

Sitios Nav.: el dominio figura en el registro de sitios de la respuesta, esté o no recomendado ese candidato (97 registros). **Enlace Nav. / API**: está enlazado dentro del apartado de ese candidato (97 textos del navegador / 100 de la API). **Ficha Nav.**: figura como web en una ficha asociada a ese nombre (98 listas del navegador).

* Sitio externo, plataforma o dirección que no se trata como web propia confirmada del candidato. La asociación en una respuesta o ficha no acredita propiedad ni que el enlace sea correcto. Las columnas pueden solaparse y no se suman.

Los recuentos proceden de los Excel originales. Se normaliza el dominio quitando «www.» y se mantienen separados «.es» y «.com». Los textos en bruto del navegador no están disponibles para una de las 98 listas; por eso los enlaces se calculan sobre 97.

FUENTES Y AUTORÍA

Documentación para interpretar el estudio

[1] resultados-consultas-navegador-chatgpt.xlsx.

[2] resultado-5.6-luna-100-format-consultas-api.xlsx.

[3] Marco del GEO. Aggarwal et al. (2024). GEO: Generative Engine Optimization.

[4] Verificación de afirmaciones y citas. Liu, Zhang y Liang (2023). Evaluating Verifiability in Generative Search Engines.

[5] Registro de fuentes de búsqueda. OpenAI. Web search, apartado Sources.

[6] Intervalos para proporciones. NIST/SEMATECH. Confidence intervals, apartado sobre el método de Wilson.

Autoría y alcance de la publicación

Nina S. Dzhezher, de ELNIQ SL (https://www.elniq.com/), y Eric Jorge Seguí Parejo, de Queseo (https://queseo.es/). Queseo es también una de las marcas recomendadas en las respuestas analizadas. Se aplica el mismo criterio de recuento a todos los candidatos.

Los resultados cuantitativos proceden de los dos Excel originales. Las referencias externas aportan contexto metodológico; no amplían la muestra de respuestas.