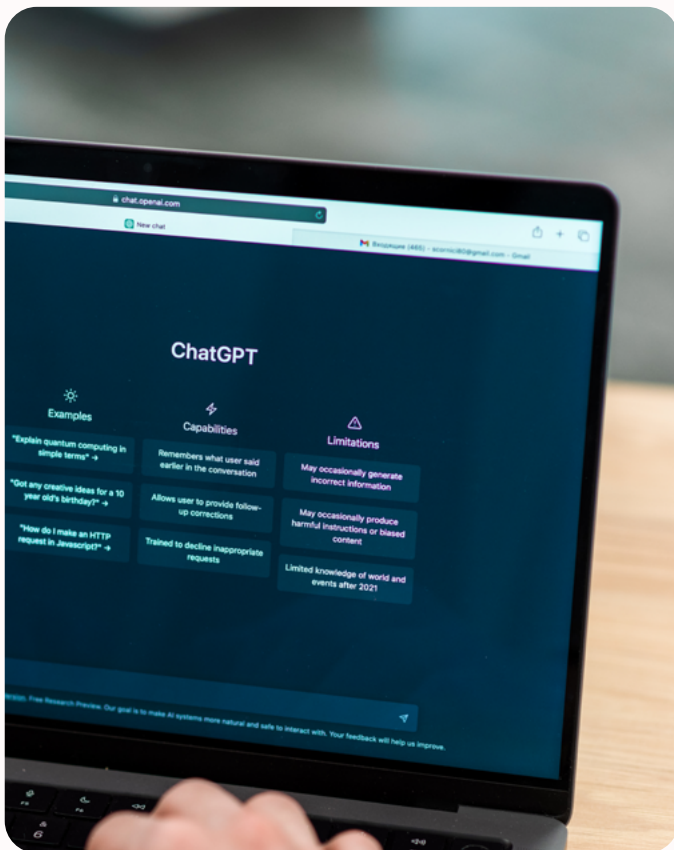


GEO: Cómo conseguir que las IAs citen tu marca

Tácticas prácticas de contenido, marcado y prompts para aparecer en respuestas generadas por ChatGPT, Gemini y asistentes conversacionales.

Las interfaces conversacionales y los modelos generativos (ChatGPT, Gemini y otros asistentes) están cambiando la forma en que la gente busca y consume información. Aparecer como fuente citada por una IA —es decir, que un asistente incluya o base su respuesta en información publicada por la marca— es una oportunidad estratégica para aumentar visibilidad y confianza.

Este eBook explica de forma práctica qué es GEO (Generative Engine Optimization) y ofrece pasos accionables para preparar contenido, datos y pruebas que incrementen la probabilidad de ser citado. Cada apartado está redactado para que resulte accesible tanto a perfiles técnicos como a responsables de marketing que quieran entender y aplicar la disciplina.



¿Qué es GEO (Generative Engine Optimization)?

GEO es un conjunto de prácticas cuyo objetivo es facilitar que los modelos generativos identifiquen y usen información de una marca como referencia en sus respuestas. No compite con el SEO tradicional; lo complementa. Mientras el SEO optimiza para resultados en buscadores, GEO optimiza para sistemas que sintetizan múltiples fuentes y generan texto.

Las tres áreas clave de GEO son: contenido estructurado y claro; señales de autoridad y verificación; y exposición técnica de datos (JSON-LD, APIs, endpoints). Trabajar estas tres dimensiones en paralelo aumenta la probabilidad de ser considerado una fuente fiable por los asistentes conversacionales.



Cómo los modelos generativos seleccionan fuentes

El contenido más 'citable' suele ser claro, conciso y estructurado. Las IAs privilegian fragmentos que responden directamente a preguntas. Por eso, cada página estratégica debe incluir una respuesta breve (1-2 frases) seguida de una explicación ampliada. Las respuestas breves funcionan como extractos; las ampliaciones aportan contexto para lectores humanos.

Un formato eficaz es:

pregunta directa → respuesta en una línea → 1-2 frases de contexto → recursos (enlaces a guías o PDF).

Este patrón facilita la extracción por parte de modelos y mejora la experiencia del usuario humano simultáneamente.



Contenido ‘Prompt-Ready’: redactar para ser citado

Aunque los detalles internos varían por proveedor, existen señales recurrentes que favorecen que una fuente sea utilizada por un modelo: consistencia de la entidad, evidencia y citas en fuentes de confianza, estructura semántica del contenido y facilidad de acceso/indexación. Los modelos suelen apoyarse en índices web, knowledge graphs y fuentes verificadas dentro de su corpus.

Mejorar la probabilidad de mención implica trabajar en estas capas: reforzar la entidad de la marca en la web, publicar contenido que responda preguntas concretas y exponer metadatos que faciliten la extracción automatizada.

Ejemplo práctico: **sección FAQ**

Pregunta

¿Qué cobertura ofrece ‘Compañía X’ en su seguro de viaje?

Respuesta corta:

Cobertura médica de emergencia, repatriación y cancelación hasta 500.000€.

Explicación:

La póliza incluye atención médica en destino, repatriación si es necesaria y compensación por cancelación en supuestos contemplados. Consulte condiciones para exclusiones.



JSON-LD: marcar la entidad y contenidos clave

El marcado JSON-LD comunica estructura y relaciones que los agentes automatizados pueden leer más fácilmente. Incluimos fragmentos listos para integrar en el <head> de la página: Organization, FAQPage y QAPage. Adicionalmente conviene validar el marcado con herramientas oficiales y mantenerlo actualizado.

```
<script type="application/ld+json">...Organization example...</script>
```



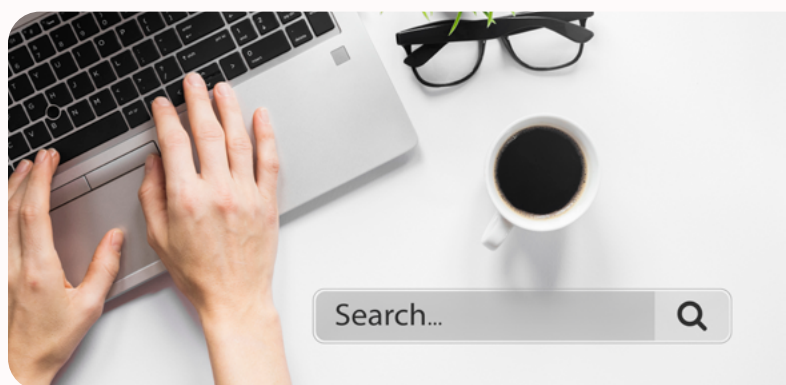
Prompt recipes: cómo comprobar si una IA cita la marca

netsense

Los 'prompt recipes' son plantillas para validar si un modelo generativo utiliza información de la marca como fuente. Son el método más directo para verificar impacto inicial de las mejoras de GEO.

Prompt A

Extracción directa: Según las fuentes públicas, ¿qué cobertura ofrece 'Nombre de la Marca' en su seguro de viaje? Indica la frase exacta que podrías citar.



Prompt B

Fuentes consultadas: Responde a: '¿Cuál es la política de cancelación de [servicio]?' y al final indica 'Fuentes consultadas:' con los enlaces principales que usaste.



Prompt C

Cita y URL: Resume la información sobre X en una frase (máx. 20 palabras) y, si es posible, pon entre paréntesis la fuente (URL).



Cómo probar y medir resultados

netsense

Medir menciones de IA combina pruebas controladas y métricas indirectas. Se puede establecer un laboratorio de prompts que ejecute semanalmente un conjunto de consultas y registre si la respuesta incluye texto coincidente o cita la URL.

Complementariamente, monitorizar tráfico asistido, búsquedas con intención de pregunta y cambios en la conversión tras publicar contenido optimizado ayuda a triangular el impacto. La clave es consistencia en la prueba y registro sistemático de resultados.



Roadmap prioritario: primeros 30 / 60 / 90 días

Este roadmap priorizado organiza la puesta en marcha de GEO en **fases cortas y accionables** para obtener resultados tempranos y construir capacidad de manera escalonada.

Las primeras cuatro semanas se centran en auditoría y quick wins que permiten establecer una línea base y demostrar impacto inmediato; la fase intermedia amplía la estructura de contenido y las señales de autoridad; y la fase final se dedica a escalar, automatizar las pruebas y consolidar la gobernanza de datos y métricas.

Cada bloque incluye entregables claros (p. ej. FAQs optimizadas, JSON-LD, clusters temáticos, acciones de outreach y un dashboard GEO) y criterios de éxito que facilitan tomar decisiones sobre seguir escalando o iterar.

Primeros 30 días:

Auditoría y quick wins. Identificar páginas con preguntas recurrentes, publicar FAQ optimizadas y añadir JSON-LD básico. Ejecutar prompts iniciales para tener una línea base.

Días 31–60:

Ampliar estructura y autoridad. Crear clusters por temas, trabajar outreach con fuentes que puedan citar la marca y empezar a instrumentar tracking más avanzado.

Días 61–90:

Escalar y validar. Pilotar variantes de respuestas, automatizar pruebas de prompts y consolidar un dashboard GEO para reportar resultados internos.

Por qué medir en GEO y qué aporta un dashboard

GEO (Generative Engine Optimization) funciona mejor cuando se prueba y se cuantifica. Un dashboard dedicado transforma experimentos cualitativos (¿me cita la IA?) en métricas reproducibles que permiten justificar inversión, priorizar acciones y demostrar impacto.

El objetivo del dashboard no es saturar de datos, sino **ofrecer un pulso semanal/mensual sobre si las IAs empiezan a usar las páginas propias como fuente**, qué URLs son las más citadas, qué tráfico “asistido” llega desde consultas conversacionales y qué impacto tiene eso en leads o conversiones.

Un buen dashboard responde preguntas concretas:

- ¿Qué % de prompts devuelven cita a la marca?
- ¿Qué páginas están siendo citadas por las IAs?
- ¿El contenido optimizado incrementa visitas/consultas de negocio?
- ¿Podemos prever el ROI de seguir invirtiendo en GEO?

KPI	Para qué sirve
% de prompts que citan la marca	Mide la proporción de pruebas en las que la IA cita la marca (indicador directo de “ser la respuesta”).
Nº de URLs únicas citadas por IA	Muestra cuántas páginas del dominio son utilizadas como fuente por las IAs.
Nº de citas por URL (top URLs)	Identifica las páginas con mayor impacto y prioridad de optimización.
Tráfico asistido por queries conversacionales	Conecta menciones en IA con visitas reales a páginas optimizadas.
Tasa de conversión de usuarios desde respuestas conversacionales	Mide la capacidad de ese tráfico para generar leads/ventas.
Correlación publicaciones optimizadas vs aumento de menciones	Indica si publicar/optimizar contenido está asociado a más citas por IA.
Share of voice en respuestas de IA	Compara la cuota de menciones frente a competidores en tests de prompts.
Tiempo hasta la primera cita tras publicación	Mide la latencia entre publicar contenido y que la IA lo cite.
Match confidence promedio	Indica el grado de coincidencia entre la respuesta de la IA y el contenido fuente.
Crecimiento semanal de menciones (% s/s)	Refleja la velocidad de tracción de la estrategia GEO en el tiempo.

Playbook técnico: prioridades y buenas prácticas

El objetivo técnico de GEO es hacer que la información de la marca sea **legible, verificable y fácil de recuperar** por agentes automatizados (crawlers, knowledge graphs y asistentes conversacionales). Esto exige prioridades concretas — marcado, accesibilidad, rendimiento y trazabilidad— junto a buenas prácticas de control y testeo para poder atribuir cambios a resultados en el laboratorio de prompts.

Prioridades técnicas

1. JSON-LD y datos estructurados

Añadir marcado JSON-LD relevante (Organization, FAQPage, QAPage, HowTo, Dataset) en las páginas clave para exponer entidad, preguntas frecuentes y hechos canónicos que los modelos puedan extraer.





2. Garantizar indexabilidad y accesibilidad

Comprobar robots.txt, meta-robots y sitemaps; asegurar que las páginas no están bloqueadas, que se rinden server-side o están pre-renderizadas cuando sea necesario y que los contenidos canónicos son accesibles para crawlers.

3. Exponer endpoints y APIs legibles (si aplica)

Donde existan datos dinámicos o fuentes canónicas (precios, disponibilidad, datos técnicos), ofrecer endpoints o endpoints JSON canónicos para que agentes y partners puedan consumir información fiable.





4. Optimizar rendimiento y latencia

Reducir TTFB, usar CDN, cacheo eficiente y optimizar imágenes y recursos; la información fácil y rápida de recuperar tiene más probabilidad de ser utilizada por asistentes.

5. Validación y testeo del mercado

Validar JSON-LD con herramientas oficiales (Rich Results Test, validators de Schema.org) y automatizar validaciones en CI para evitar roturas al desplegar.





6. Versionado y control del JSON-LD

Reducir TTFB, usar CDN, cacheo eficiente y optimizar imágenes y recursos; la información fácil y rápida de recuperar tiene más probabilidad de ser utilizada por asistentes.



Además, documentar los cambios y su fecha facilita atribuir resultados en las pruebas del laboratorio de prompts.

Cómo validar la visibilidad: laboratorio de prompts

El objetivo de este apartado es ofrecer plantillas de prompts (preguntas para modelos generativos) que permitan validar si una IA usa la información publicada por la marca como fuente de respuesta. Estas pruebas son la forma más directa de comprobar el efecto de las mejoras de GEO: si la IA cita la marca o la URL, la probabilidad de aparecer como “fuente” en respuestas reales aumenta.

Use los prompts de la siguiente página en un laboratorio controlado (conjunto de prompts repetidos, mismos modelos y parámetros de temperatura/creatividad bajos). Registre siempre la fecha, el prompt, el modelo, la respuesta y si incluye la URL o cita textual; esa trazabilidad permitirá comparar antes/después y atribuir cambios a acciones concretas.



Laboratorio Controlado

Conjunto de prompts repetidos, mismos
modelos y parámetros de temperatura/
creatividad bajos

“Resume en una frase qué servicios ofrece ‘Nombre de la Marca’ y cita la fuente si es posible.”

Objetivo: Comprobar si la IA extrae un enunciado conciso que refleja el contenido canónico y si aporta la URL como fuente.

“¿Qué pasos debe seguir un usuario para contratar X? Responde con una lista y añade la URL.”

Objetivo: Verificar que la IA puede extraer y ordenar un proceso de conversión tal como está en la web y citar la página correspondiente.

“Compara la información de ‘Nombre de la Marca’ con la de otro proveedor y muestra diferencias relevantes, citando fuentes.”

Objetivo: Evaluar si la IA utiliza múltiples fuentes para generar una comparación contrastada y si cita las URLs de origen.

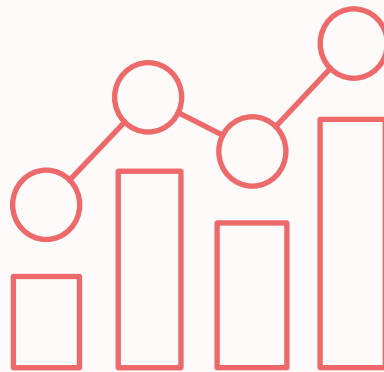
“Devuélveme la frase literal (máx. 25 palabras) que podrías citar para describir ‘Nombre de la Marca’ y pon la URL de la fuente entre paréntesis.”

Objetivo: Forzar una cita textual y verificar URL.

Convierte GEO en una ventaja competitiva

GEO no es una moda: es la forma en que las IAs empiezan a decidir **qué y a quién citar**. Si se aborda con método —contenido “prompt-ready”, datos estructurados, pruebas sistemáticas y un control claro de métricas— la probabilidad de aparecer como fuente fiable en respuestas generativas crece, y con ella la visibilidad, la autoridad y el impacto en negocio.

Si quieres pasar de hipótesis a resultados, **podemos ayudarte a transformar lo expuesto en este eBook en un plan operativo**: un diagnóstico inicial para identificar las páginas candidatas, la implementación técnica priorizada (JSON-LD, FAQPage, endpoints) y un laboratorio de prompts para medir evolución desde la primera semana. Todo ello con un roadmap claro y un dashboard que traduzca menciones en IA a métricas de negocio.



Contenido “prompt-ready”

Datos estructurados, pruebas sistemáticas
y un control claro de métricas

¿Listo para comprobar si tu marca puede ser la próxima fuente citada por ChatGPT, Gemini y asistentes?

El 75% de los usuarios juzgan la credibilidad de una empresa por el diseño de su sitio web. Un rediseño centrado en UX/UI no solo impulsa la experiencia del cliente, sino que fortalece la percepción de tu marca en el mercado digital.



Solicita un diagnóstico práctico y sin compromiso.

En Netsense trabajamos con equipos de contenido, producto y tecnología para convertir la oportunidad en resultados medibles.

Checklist GEO —

Probabilidad de cita por IA

netsense

Evalúa rápidamente los factores clave que aumentan la probabilidad de que un modelo generativo (ChatGPT/Gemini) cite tu dominio.

Marca Sí / Parcial / No para cada ítem.

A — Contenido (30%)

1. FAQ con respuesta corta visible:
2. Páginas con Q→A natural:
3. Contenido canónico para procesos:
4. Frases extractables (definiciones/cifras):

B — Marcado (20%)

1. JSON-LD Organization / sameAs:
2. JSON-LD FAQPage / QAPage:
3. Uso semántico (H1/H2 / lists):

C — Señales de autoridad (20%)

1. Menciones en medios/partners:
2. Perfiles verificables coherentes:
3. Outreach / co-citación planificada:

D — Técnica (20%)

1. Páginas indexables:
2. Rendimiento / latencia optimizados:
3. URLs canónicas & sitemap:
4. Endpoints / APIs para datos canónicos (si aplica):

E — Pruebas & Medición (10%)

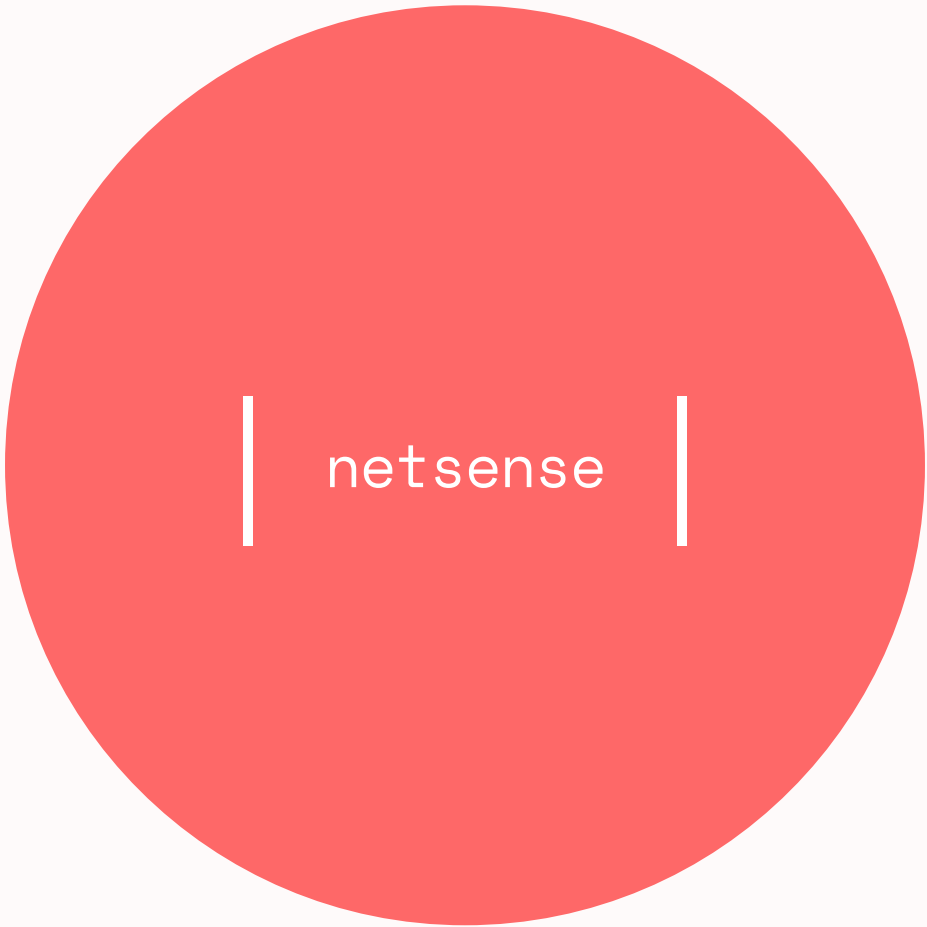
1. Laboratorio de prompts activo:
2. Tracking/segmentación para tráfico asistido:
3. Dashboard / Prompts Log en Google Sheets:

Consejo rápido: si la puntuación es baja, empieza por añadir FAQ cortas y JSON-LD Organization.

Pulsa Calcular para obtener un % estimado y recomendaciones.

Calcular

Probabilidad estimada de cita por IA:



Tuset 19.ático 5 y 6
08006 Barcelona
T. 93 545 40 35

Velázquez 10, 1ª Planta
28001 Madrid
T. 91 781 41 39

www.netsense.com

