



Carles del Olmo

carlesdelolmo.com

Estudio · Agosto de 2026

Visibilidad de empresas locales en IA

Qué negocios mencionan ChatGPT y Perplexity cuando alguien busca un proveedor local en España.

288

consultas comerciales

5

ciudades españolas

2

sectores analizados

Informe de resultados y metodología completa

Datos recogidos del 21 al 27 de agosto de 2026

Publicado el 31 de agosto de 2026 · Edición PDF: 4 de septiembre de 2026 (rev. 3)

Investigación de Carles del Olmo · Recursos propios · Licencia CC BY 4.0

Lectura rápida

Lo que muestran las 288 consultas

288

consultas analizadas

3.685

menciones registradas

1.191

negocios distintos

- 01

Trece gestorías colegiadas sin apariciones en ChatGPT

Las 13 sociedades profesionales de Valencia incluidas en la muestra no aparecieron en las 24 consultas del sector con GPT-5 mini. El cero también se observó en la calibración con GPT-5.
- 02

Las grandes firmas aparecen en todas las ciudades

Entre el 37,5 % y el 50 % de las consultas comparables de asesoría fiscal incluyen al menos una gran firma. El porcentaje varía según el modelo.
- 03

Los portales también entran en las respuestas de reformas

Entre el 29,2 % y el 41,7 % de las consultas en las cuatro ciudades de extensión incluyen un agregador. Esto mide consultas, no cuota de resultados.
- 04

Cada motor cita fuentes de una forma distinta

ChatGPT nombra entre 2,0 y 3,4 veces más negocios distintos que Perplexity, y cita la web de la empresa mencionada en el 74,5 % de los casos frente al 17,3 % de Perplexity. Son dos sistemas con comportamientos separados.

Alcance de la medición

Se consultaron APIs oficiales con búsqueda web habilitada. Los resultados no equivalen directamente a lo que ve una persona en las aplicaciones de ChatGPT o Perplexity.

Guía de lectura

Qué se midió	03
Hallazgos	04
Sensibilidad y límites	09
Anexo metodológico	11

Alcance

Qué se midió, exactamente

Cinco ciudades, dos sectores y preguntas formuladas desde la necesidad de un cliente.

Se formularon preguntas como «¿Qué empresas de reformas integrales hay en Zaragoza?». Se utilizaron hasta ocho plantillas, con tres repeticiones por combinación.

Motor	Modelo y acceso
ChatGPT	GPT-5 mini · gpt-5-mini-2025-08-07 API oficial con herramienta de búsqueda web habilitada
Perplexity	Sonar · sonar API oficial de Perplexity

No se midieron los productos de consumo. «ChatGPT» y «Perplexity» identifican aquí las configuraciones anteriores, no las aplicaciones que usa el público.

Dos niveles de evidencia

	Valencia	Otras cuatro ciudades
Diseño	Muestra de 43 empresas en dos estratos, más extracción abierta	Extracción abierta
Qué permite observar	Apariciones y ausencias de empresas concretas	Negocios nombrados en las respuestas

El estrato A reúne las diez empresas con más reseñas en Google Maps por sector. El B procede de registros públicos independientes de Google. Todas las empresas de la muestra tienen web propia que responde.

Madrid, Barcelona, Sevilla y Zaragoza se comparan con Valencia usando las cuatro plantillas comunes. La localización se escribió en la consulta, sin parámetros de geolocalización.

Qué se cuenta

Se extrajeron todas las entidades comerciales nombradas, incluidas menciones de paso, portales y agregadores. Una mención no implica necesariamente una recomendación. Las tandas se realizaron con seis días de separación.

Hallazgo 01

Trece gestorías sin apariciones

En la muestra colegial de Valencia: cero menciones en 24 consultas a GPT-5 mini.

Las 13 sociedades profesionales incluidas no aparecieron en ChatGPT. En Perplexity apareció una de ellas. Todas contaban con web propia activa en la revisión del estudio.

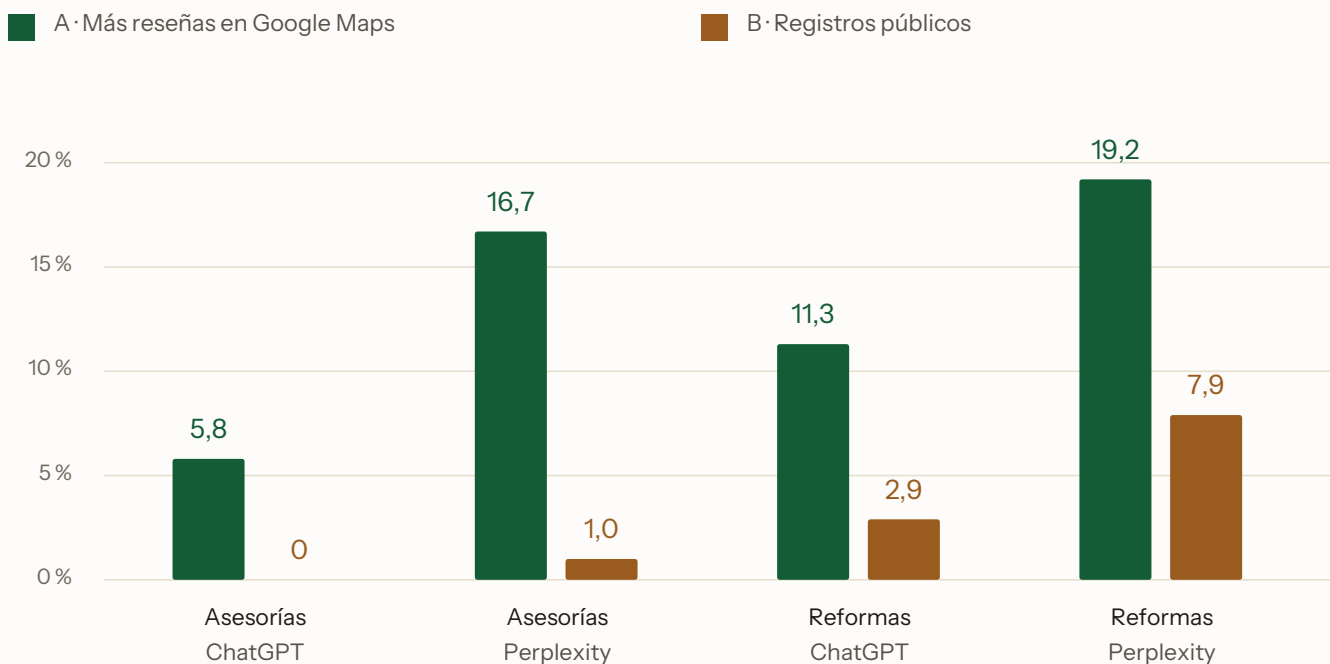


Figura 1. Frecuencia media de aparición por empresa y grupo en Valencia. Base: 24 consultas por motor y sector, 8 plantillas × 3 repeticiones. Fuente: Carles del Olmo, agosto de 2026.

En las comprobaciones del estudio, las webs respondían, no tenían etiqueta noindex y no bloqueaban los agentes revisados: GPTBot, PerplexityBot y Google-Extended. Ninguna de las barreras técnicas habituales explica el resultado.

La empresa más recomendada de su sector en todo el estudio no tiene una sola línea de datos estructurados, mientras que varias de las que no aparecieron sí los tienen. Basta ese contraste para descartar que el marcado técnico sea condición suficiente para aparecer. No se ha medido si influye en algún grado.

Qué permite concluir

Tener una web accesible no garantizó aparecer en esta muestra. Tampoco lo hizo tener muchas reseñas: entre 4 y 6 de las 10 empresas del estrato A no aparecieron, según el motor. El estudio no demuestra que Google Maps cause la diferencia entre grupos.

Hallazgo 02

Grandes firmas en cinco ciudades

Consultas de asesoría fiscal que incluyen al menos una gran firma.

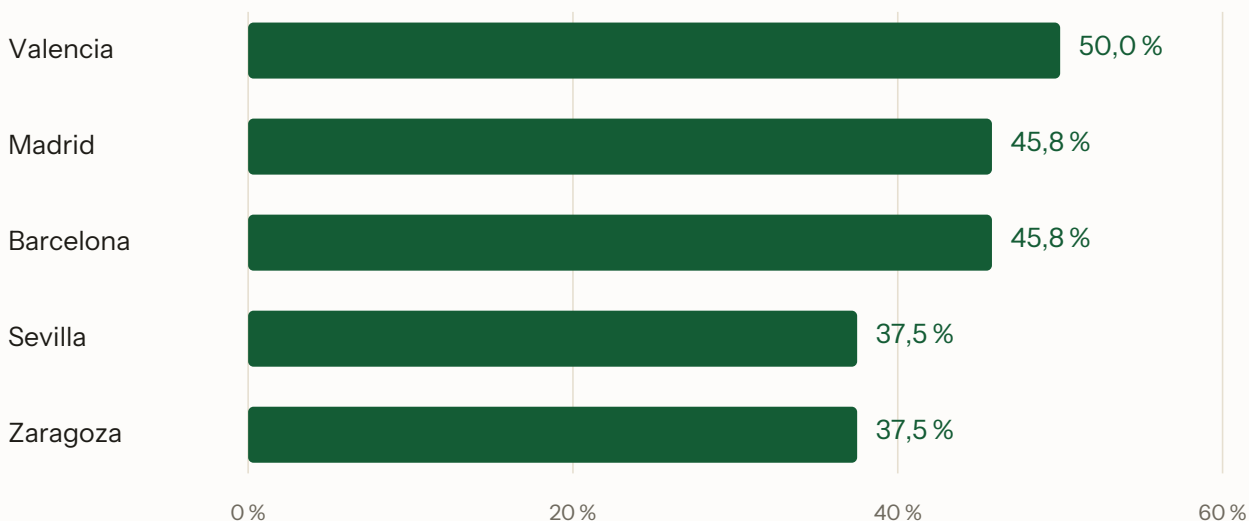


Figura 2. Base: 24 consultas por ciudad, 4 plantillas × 3 repeticiones × 2 motores. Grandes firmas: Big Four, Garrigues, Cuatrecasas y BDO.
Fuente: Carles del Olmo, agosto de 2026.

Entre el 37,5 % y el 50 % de las consultas comparables incluyen una gran firma. Esto no significa que ese porcentaje de todos los negocios nombrados pertenezca a grandes firmas, ni que las empresas locales queden excluidas de la misma respuesta.

El fenómeno no depende del tamaño de la ciudad: aparece en las cinco y ninguna baja del 37,5 %. Valencia registra el porcentaje más alto, pero con 24 consultas por ciudad las diferencias entre ellas son pequeñas y no se interpretan aquí como un orden.

El contraste dentro de Valencia

18 de 48

consultas con grandes firmas

3 de 48

consultas con alguna de las 13 gestorías colegiadas

Una base distinta

El contraste inferior utiliza las 48 consultas de asesoría en Valencia: 8 plantillas × 3 repeticiones × 2 motores. La presencia es seis veces mayor para las grandes firmas en esa base, frente al conjunto de las 13 sociedades de la muestra. No representa a todo el tejido colegiado.

Hallazgo 03

Resultado retirado

Este hallazgo cruzaba las menciones de cada empresa con las fuentes citadas por el motor y concluía que las grandes firmas se nombran de memoria mientras que las empresas locales solo aparecen si el motor acaba de leer su web.

La reverificación contra los datos originales lo desmiente. Cuando ChatGPT nombra a una gran firma, ha citado su web en el 82,3 % de las menciones (n=265). No se las nombra de memoria, así que el mecanismo que el hallazgo describía no existe en estos datos.

Los porcentajes publicados tampoco se reproducen: la horquilla real de las grandes firmas va del 69,6 % al 88,7 %, frente al 35–70 % publicado.

La comparación era inválida de origen. Las grandes firmas aparecen casi exclusivamente en ChatGPT (265 de 267 menciones) y la muestra local sobre todo en Perplexity (124 de 179). Como cada motor cita fuentes a un ritmo muy distinto, comparar ambos grupos mezclaba dos poblaciones que viven en motores diferentes. La diferencia que se atribuyó al tamaño de la empresa era una diferencia entre motores.

Esa asimetría entre motores sí es un resultado sólido y se recoge en el hallazgo 4.

El resultado se retira. Los datos brutos se conservan.

Hallazgo 04

Menor diversidad en Perplexity

Negocios distintos nombrados con el mismo número de consultas por ciudad.

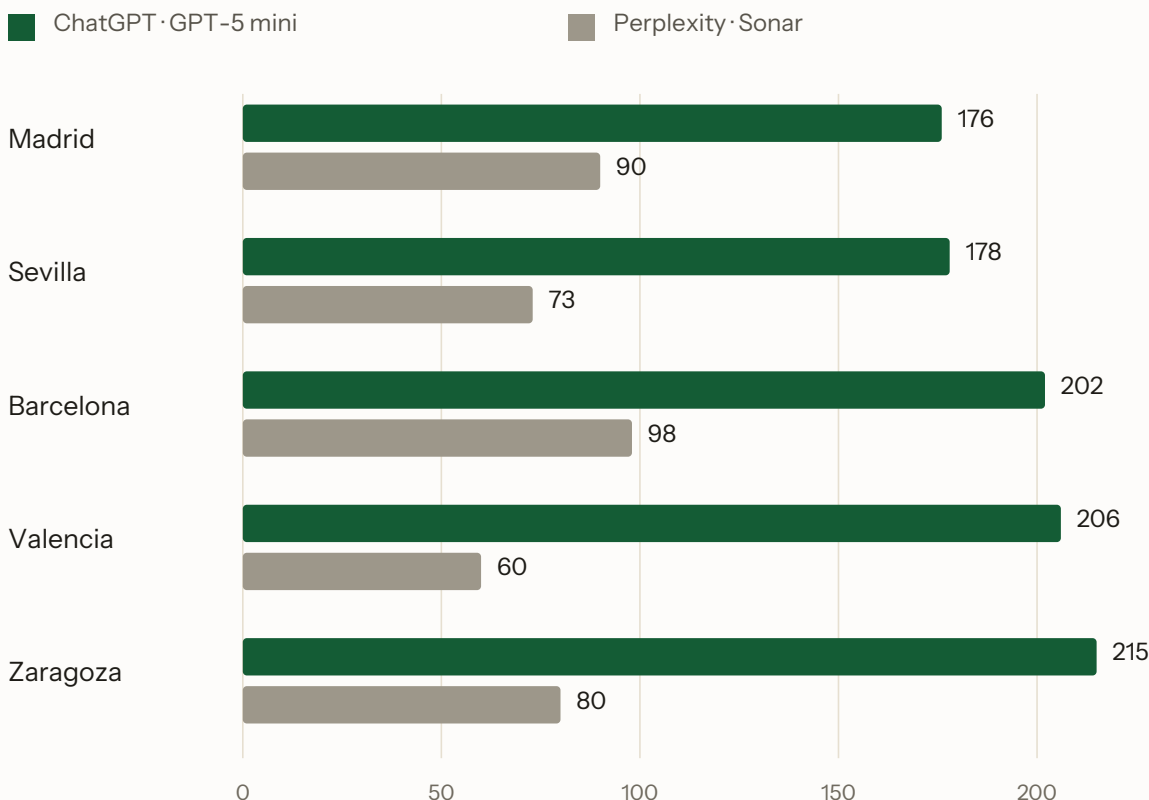


Figura 3. Base: 24 consultas por motor y ciudad, 2 sectores × 4 plantillas comunes × 3 repeticiones. Fuente: Carles del Olmo, agosto de 2026.

ChatGPT nombra aproximadamente entre 2,0 y 3,4 veces tantos negocios distintos como Perplexity. La diferencia más amplia de la comparación se observa en Valencia: 206 frente a 60.

El informe sitúa el número de empresas por respuesta en un rango similar, de 12 a 15. La menor diversidad acumulada de Perplexity es coherente con una mayor repetición de nombres en el conjunto de consultas.

Solapamiento entre motores, verificado

En Valencia, sobre las ocho plantillas, ChatGPT nombró 289 negocios distintos y Perplexity 72, con 30 en común: el 42 % de los de Perplexity y el 10 % de los de ChatGPT. El solapamiento se mantiene entre el 9 % y el 10 % con tres definiciones distintas de identidad de empresa. La tabla y el gráfico de esta página usan las cuatro plantillas comunes a todas las ciudades; las cifras de solapamiento usan las ocho de Valencia, de ahí que los totales no coincidan.

La segunda asimetría: quién cita sus fuentes

Motor	Menciones	Cita la web de la empresa
ChatGPT	2.038	74,5 %
Perplexity	1.647	17,3 %

Perplexity deja 501 menciones (30 %) en estado indeterminado. Aun contándolas todas como citaciones, su techo sería el 47,7 %, todavía muy por debajo de ChatGPT. La diferencia se mantiene en el escenario más favorable para Perplexity.

Los dos motores no solo nombran a empresas distintas: documentan de forma distinta lo que dicen. Cualquier medición que trate la citación de fuentes como un rasgo de la empresa, y no del motor, producirá comparaciones falsas.

Cada medición debe acotarse por motor, modelo, preguntas y fecha. Una cifra de visibilidad aislada no describe el entorno de respuestas de IA, y una cifra que agregue motores puede describir el motor en lugar de la empresa.

Hallazgo 05

Los portales en las respuestas

Consultas de reformas que incluyen un agregador como Habitissimo, Idealista o Houzz.

Ciudad	Consultas con algún agregador
Madrid	41,7 %
Barcelona	37,5 %
Sevilla	37,5 %
Zaragoza	29,2 %

Base de la extensión: 24 consultas por ciudad y sector, 4 plantillas × 3 repeticiones × 2 motores. Fuente: Carles del Olmo, agosto de 2026.

Entre el 29,2 % y el 41,7 % de las consultas de reformas en estas cuatro ciudades incluyen un portal o agregador. La respuesta puede nombrar también a empresas que ejecutan las obras.

En Valencia, tres de las diez entidades más frecuentes del sector eran portales. Esa observación utiliza otra métrica: composición de las entidades más mencionadas, no porcentaje de consultas.

La unidad de medida cambia la lectura

Consulta con un portal

Una respuesta en la que aparece al menos un agregador cuenta una vez, aunque mencione varios portales o también empresas locales.

Mención de un portal

Cuenta una entidad nombrada dentro de una respuesta. Su proporción no se obtiene directamente del porcentaje de consultas.

Recomendación de un portal

Requiere distinguir si el motor lo propone como opción o lo cita de paso. La extracción conserva esa distinción.

Qué significa para el negocio

Al analizar la visibilidad local conviene observar también los intermediarios presentes en la respuesta. Las cifras disponibles no demuestran que cada portal sustituya a una empresa ni que absorba su oportunidad comercial.

Interpretación

El resultado también depende del modelo

Una calibración preliminar permite contrastar dos configuraciones de ChatGPT.

Antes de la recogida principal se ejecutó una tanda con gpt-5-2025-08-07 sobre el mismo segmento, las mismas cuatro plantillas y la misma muestra. La comparación utiliza 12 consultas por modelo.

Consultas de asesoría con...	GPT-5	GPT-5 mini
Al menos una gran firma	7 de 12 (58 %)	12 de 12 (100 %)
Alguna empresa del estrato A	9 de 12	5 de 12
Alguna empresa del estrato B	0 de 12	0 de 12

El cero se repite en las dos configuraciones

Ninguna de las 13 gestorías colegiadas apareció en estas tandas. Eso refuerza la observación dentro de las configuraciones probadas, sin demostrar que ocurra con cualquier modelo.

La frecuencia de grandes firmas cambia

GPT-5 mini las menciona en más consultas que GPT-5 en esta calibración. Los resultados de ChatGPT en la recogida principal corresponden a GPT-5 mini.

Comparación preliminar

Con 12 consultas por lado, el contraste muestra una diferencia observada, pero no estima su magnitud con precisión. No permite anticipar automáticamente el comportamiento de otros modelos.

Dos límites que afectan a la comparación

Tiempo. Valencia se midió el 21 de agosto y las cuatro ciudades de extensión el 27. Las tandas mantienen sus configuraciones, pero los seis días de separación deben considerarse al comparar ciudades.

Cobertura. Se estudiaron reformas integrales y asesoría fiscal y contable. No se puede asumir que el patrón se mantenga en restauración, salud, comercio u otros sectores.

Límites y continuidad

Qué conviene tener presente

Gemini quedó fuera

Se completaron 24 de las 48 consultas previstas. Los límites de la API impidieron terminar en la ventana elegida y esas consultas se excluyeron de los resultados.

Los grupos de control tienen orígenes distintos

En asesorías se utilizó el censo colegial elegible; en reformas, una muestra aleatoria de un listado parcial derivado del Registro Mercantil. No son marcos equivalentes.

El registro colegial es de 2020

Es la última versión pública. Sesga la muestra hacia despachos veteranos, que previsiblemente acumulan más rastro digital que uno recién abierto: el sesgo juega en contra de la conclusión del estudio, no a favor. La magnitud de ese efecto no se ha cuantificado.

El análisis de las webs es exploratorio

Se compararon cinco webs visibles y seis invisibles. Las visibles tenían más contenido, blog y preguntas frecuentes. Es un patrón observado, no evidencia de causalidad.

Hay límites de identificación y de acceso a los datos

Una empresa solo se detecta mediante su dominio. No se registró el coste por consulta. Los datos brutos se conservan y están disponibles bajo petición razonada, pero no se publican abiertamente.

Correcciones

4 de septiembre de 2026, rev. 3. Se retira el hallazgo 3 de forma definitiva: la reverificación contra los datos originales muestra que su comparación mezclaba dos motores con comportamientos de citación distintos, y que el mecanismo que describía no se sostiene. De esa misma reverificación sale la asimetría de citación entre motores, que se incorpora al hallazgo 4. Se sustituye «OpenAI» por «ChatGPT» como nombre del motor, alineando el PDF con la web y los gráficos. Se precisan cuatro afirmaciones cuyo alcance no se correspondía con lo que muestran los datos. El resto no cambia.

4 de septiembre de 2026, rev. 2. Se retiró provisionalmente el hallazgo 3 y se verificó el solapamiento entre motores del hallazgo 4.

Evidencia que se puede volver a examinar

Se conservan las consultas exactas, las respuestas completas, las fuentes citadas, las búsquedas registradas, el modelo y las marcas temporales. El anexo reúne el método, las exclusiones y las decisiones necesarias para interpretar el estudio.

Comprueba un caso o consulta la metodología

El Laboratorio de Visibilidad en IA permite explorar un caso individual. Una consulta aislada no sustituye a una medición repetida.

carlesdelolmo.com/laboratorio-visibilidad-ia
carlesdelolmo.com/contacto

Carles del Olmo · Diseñador y desarrollador web especializado en rendimiento, SEO y GEO. Estudio realizado con recursos propios, sin financiación externa.

Fuentes: [informe-estudio-geo.md](#), [metodologia-publica.md](#) y los tres gráficos del autor. Edición editorial. La revisión 3 incorpora una reverificación de los hallazgos 3 y 4 contra los datos originales conservados, ejecutada sobre las 288 consultas del estudio.

© Carles del Olmo, 2026 · Licencia CC BY 4.0.

Objeto, modelos y cobertura

Método completo del estudio, con decisiones descartadas y límites de interpretación.

Qué se midió. Las APIs oficiales con búsqueda web habilitada. No se midieron chatgpt.com ni perplexity.ai, cuyas interfaces incorporan capas propias de contexto y personalización. Sus resultados no pueden extrapolarse directamente a partir de estas llamadas.

La elección de las APIs permite conservar las solicitudes y la evidencia devuelta. La automatización de interfaces de consumo puede sufrir bloqueos y dificulta la comparación por terceros.

Motor	Modelo	Configuración
ChatGPT	gpt-5-mini-2025-08-07	Herramienta de búsqueda web habilitada
Perplexity	sonar	API oficial

El identificador exacto se conserva en cada una de las 288 consultas, lo que permite detectar posibles cambios de modelo durante la ejecución.

Cobertura del diseño

Tanda	Combinaciones	Consultas
Valencia	2 sectores × 8 plantillas × 2 motores × 3 repeticiones	96
Madrid, Barcelona, Sevilla y Zaragoza	4 ciudades × 2 sectores × 4 plantillas × 2 motores × 3 repeticiones	192
Total		288

Por qué se excluyó Gemini

Se ejecutaron 24 de 48 consultas previstas, en cinco intentos entre el 21 y el 27 de agosto. Las válidas son del día 21. Los límites del nivel gratuito con búsqueda fundamentada impidieron completar la tanda.

Se descartó añadir las restantes más tarde para no ampliar la separación temporal de la comparación. Las 24 respuestas se conservan marcadas como no utilizadas. Con los límites de acceso encontrados, no fue posible completar ese motor en la ventana prevista.

Anexo metodológico · A2

Las ocho formas de preguntar

Las plantillas cubren descubrimiento, recomendación y necesidad concreta. La ubicación se escribe en el texto. No se enviaron parámetros de geolocalización, para mantener el mismo criterio de consulta en ambos motores.

Intención	Plantilla
Descubrimiento	¿Qué empresas de {servicio} hay en {ubicación}?
Descubrimiento	¿Cómo puedo encontrar una empresa de {servicio} fiable en {ubicación}?
Recomendación	Estoy buscando una empresa de {servicio} en {ubicación}. ¿Cuáles me recomiendas y por qué?
Recomendación	¿Cuáles son las mejores empresas de {servicio} en {ubicación}? Dame una lista con el nombre y la web de cada una.
Recomendación	Dame solo 3 empresas de {servicio} en {ubicación} y compáralas brevemente.
Recomendación	¿Qué empresas de {servicio} en {ubicación} tienen mejor reputación y mejores opiniones de clientes?
Necesidad concreta	Estoy en {ubicación} y necesito {necesidad}. ¿Qué empresas de {servicio} debería considerar?
Necesidad concreta	Estoy en {ubicación}, necesito {necesidad} y tengo un presupuesto ajustado. ¿Qué empresas de {servicio} me recomiendas?

Las preguntas parten del lado de la demanda: lo que preguntaría un cliente. No se pregunta «¿Conoces a la empresa X?», porque reconocer una marca sugerida no mide su aparición espontánea ante una necesidad.

Tres repeticiones por combinación. Los motores no son deterministas. La métrica del estudio es la frecuencia de aparición en un conjunto de consultas, no un único sí o no.

Comparaciones entre ciudades

La extensión utiliza cuatro plantillas. Al compararla con Valencia se filtran las cuatro comunes. Los documentos de origen no identifican cuáles son esas cuatro ni detallan los valores concretos de cada necesidad; las consultas exactas se conservan con la evidencia.

Anexo metodológico · A3

Cómo se construyó la muestra

Solo Valencia cuenta con una lista previa de empresas para medir la ausencia de negocios concretos. Son 43 empresas repartidas entre dos sectores, reformas integrales y asesoría fiscal y contable, y dos estratos.

Inclusión y exclusiones

Requisitos de entrada

Sede social o delegación operativa en la provincia de Valencia y web propia, en dominio propio, que respondiera HTTP 200 en la fecha de corte.

Qué se excluyó de la muestra

Perfiles en redes sociales, fichas de directorio, páginas en marketplaces, agregadores y comparadores. También franquicias y redes nacionales sin página localizada.

Estas exclusiones afectan a la muestra previa. La extracción abierta sí conserva portales, agregadores y negocios que no pertenecen a ella.

Estrato A: visibilidad comercial

Las diez primeras empresas por número de reseñas en Google Maps para la consulta canónica de cada sector. Centro: 39.4699 / -0.3763. Radio: 15 km. Sesión no personalizada. La selección es por reseñas, no por posición en un ranking general de Google.

Estrato B: control independiente de Google

Sector	Fuente y selección
Asesoría fiscal	Registro de Sociedades Profesionales del Colegio Oficial de Gestores Administrativos de Valencia. Censo: sociedades del área metropolitana que cumplen los criterios.
Reformas	Listado por actividad y provincia derivado del Registro Mercantil. Selección aleatoria dentro del subconjunto disponible, con semilla 20260806.

No se exige ficha de Google Business Profile ni un mínimo de reseñas al grupo de control: hacerlo condicionaría su independencia de Google. Las reseñas se registran como variable observada para cruzarlas después con la visibilidad.

Fuentes, sesgos y extracción

Fuentes que se descartaron

El Registro de Empresas Acreditadas de la construcción se descartó porque su consulta pública verifica por NIF y no ofrece un listado navegable. También se descartó el buscador del registro de gestores, cuyo robots.txt prohíbe el acceso automatizado a los resultados.

La lista final de gestorías procede del PDF público del registro de sociedades profesionales, cuyo acceso se consideró permitido en el estudio.

Sesgos del marco de selección

Estrato A vinculado a Google

Procede de Google Business Profile y selecciona empresas con muchas reseñas. Esa selección debe tenerse en cuenta al interpretar el contraste con el grupo B.

Registro colegial de febrero de 2020

Es la última versión pública utilizada. Puede favorecer a despachos veteranos. El informe plantea que podrían acumular más rastro digital, pero no cuantifica ese supuesto ni su efecto.

Listado mercantil parcial

Puede sobrerrepresentar a empresas con mayor rastro administrativo. Se recorrieron las 3 primeras de 40 páginas por límites de la fuente: 57 empresas del área metropolitana. La selección aleatoria solo es válida dentro de ese subconjunto.

Extracción abierta de entidades

Un modelo con esquema de salida estricto extrae todas las entidades comerciales nombradas. Para cada una conserva el nombre literal, la posición en el texto, si aparece como recomendación o mención de paso, el dominio si está disponible y si se cita como fuente.

Se registran negocios ajenos a la muestra, directorios y portales. Su presencia forma parte del resultado y no se elimina del análisis por el hecho de que no sean prestadores directos del servicio.

Límite del contraste entre grupos

El grupo B de asesorías es un censo elegible del registro colegial; el de reformas es una muestra de un listado parcial. Ambos marcos tienen alcances distintos y no deben interpretarse como equivalentes.

Identificación y evidencia conservada

Los motores pueden nombrar a una empresa por su marca y no por su razón social. En el censo colegial se detectaron cuatro casos de discrepancia. Emparejar solo la denominación registral habría generado falsas ausencias.

Tres reglas de emparejamiento

01 El dominio citado tiene prioridad

Cuando el motor cita la web de la empresa, el dominio permite identificarla directamente.

02 Se comparan los núcleos distintivos

Se retiran términos de sector, forma jurídica y ciudad antes de comparar nombres. Sin este paso, IPS Asesores e Ise Asesores, empresas diferentes, superaban el umbral de similitud.

03 Ante una coincidencia ambigua, no se atribuye

Si la mejor coincidencia no supera a la segunda por un margen, la mención queda sin emparejar. Se prefiere una ausencia de atribución visible a una identidad asignada erróneamente.

Caso de identificación limitada

Una empresa tiene una razón social y un dominio reducidos al mismo fragmento de dos letras, por debajo del mínimo del emparejamiento. Solo se detecta cuando el motor cita su dominio.

Qué se conserva de cada llamada

Texto exacto enviado, respuesta íntegra del proveedor, fuentes citadas, búsquedas registradas, identificador del modelo, indicador de búsqueda web, consumo de tokens, latencia y marca temporal.

La respuesta completa permite reexaminar las conclusiones sin repetir las llamadas. No se registró el coste por consulta.

Asimetría entre motores

ChatGPT decide si utiliza la búsqueda habilitada; Perplexity busca en su configuración. El uso de búsqueda se registra como estado propio. En este estudio, ChatGPT lanzó búsqueda en el 99 % de las consultas.

La asimetría se extiende a la atribución de fuentes. Sobre el total de menciones extraídas, ChatGPT cita la web de la empresa nombrada en el 74,5 % de los casos (1.519 de 2.038) y Perplexity en el 17,3 % (285 de 1.647). Perplexity deja además 501 menciones en estado indeterminado; contadas como citaciones, su máximo posible sería 47,7 %.

Consecuencia metodológica.

Cualquier métrica construida sobre la citación de fuentes debe calcularse por motor. Agregar motores en una misma cifra produce artefactos: es lo que invalidó el hallazgo 3 de la primera edición.

Calibración, fechas y replicación

La calibración usó gpt-5-2025-08-07 sobre el mismo segmento, plantillas y muestra que la comparación con GPT-5 mini. Se analizaron 12 consultas por modelo.

Consultas de asesoría con...	GPT-5	GPT-5 mini
Alguna gran firma	7 de 12 (58 %)	12 de 12 (100 %)
Alguna empresa del estrato A	9 de 12	5 de 12
Alguna empresa del estrato B	0 de 12	0 de 12

La ausencia del grupo colegial se repite en ambas configuraciones; la presencia de grandes firmas cambia. Con 12 consultas por lado, el contraste es preliminar y no predice el comportamiento de otros modelos.

Tanda	Fecha	Duración aproximada
Valencia	21 de agosto de 2026	2,5 horas
Cuatro ciudades	27 de agosto de 2026	5 horas

La ventana prevista era de 24 a 48 horas. La extensión se retrasó por límites de tasa y agotamiento de crédito en la API de OpenAI. Al comparar las tandas debe considerarse la separación de seis días.

Límites y acceso para replicar

La cobertura se limita a dos sectores. El análisis de cinco webs visibles y seis invisibles es exploratorio: observar más contenido, blog y preguntas frecuentes no demuestra causalidad. Los estratos B tienen marcos distintos y existe un caso de identificación solo por dominio.

El proceso combina una cola de consultas, llamadas a las APIs con registro de evidencia y un extractor de entidades. Cada elemento de la cola se ejecuta una vez; las repeticiones del diseño se registran por separado.

Se publican agregados y método. Las respuestas en bruto no se publican porque contienen afirmaciones de IA sobre empresas identificadas que pueden ser inexactas. Están disponibles bajo petición razonada para examinar o replicar el estudio.

Para consultar los datos o discutir el método: carlesdelolmo.com/contacto.
Exploración de un caso: [Laboratorio de Visibilidad en IA](#).