

AI Visibility 2026 .

*Cómo aparecer en ChatGPT, Perplexity, Claude, Gemini
y Google AI Overviews desde Colombia.*

Guía técnica completa de 10.000 palabras con framework de 6 fases,
robots.txt copy-paste, schema JSON-LD, 10 estudios internacionales,
3 casos de estudio con métricas reales y stack completo de herramientas.



José Fernando Muñoz Álvarez

Consultor SEO, GEO y AI Visibility · Webhexup · Medellín, Colombia

linkedin.com/in/jfmonin · webhexup.com

CONTENIDO DE ESTA GUÍA

Los 20 temas cubiertos.

- 01 El dato incómodo de 2026
- 02 Qué es AI Visibility (no es SEO clásico)
- 03 Diferencias SEO, GEO, AEO y AIO
- 04 Los 10 estudios internacionales
- 05 Los 5 motores que dominan 2026
- 06 Arquitectura de bots: entrenamiento vs búsqueda
- 07 Robots.txt completo 2026 (copy-paste)
- 08 Answer-First Content Architecture
- 09 Schema markup para modelos de lenguaje
- 10 Los 8 factores de ranking en LLMs
- 11 Distribución de contenido multiplataforma
- 12 Sentiment analysis en respuestas de IA
- 13 Framework de 6 fases
- 14 3 casos de estudio con métricas reales
- 15 Stack de herramientas 2026
- 16 Los 10 errores más comunes
- 17 Plan de implementación semanal
- 18 AI Visibility para Colombia y LatAm
- 19 Predicciones 2026-2028
- 20 Glosario técnico

RESUMEN EJECUTIVO. AI Visibility es la disciplina de posicionar tu marca dentro de las respuestas generadas por ChatGPT, Perplexity, Claude, Gemini y Google AI Overviews. En 2026 el 93% de las búsquedas con IA terminan sin click y solo el 14% de las empresas mide su presencia en estos motores. Para aparecer necesitas tres cosas: robots.txt correcto que distinga bots de entrenamiento y de búsqueda, contenido con Answer-First Architecture, y menciones de marca consistentes en YouTube, Reddit y medios editoriales. Los backlinks tradicionales pesan un 66% menos que las menciones (Ahrefs, 2026).

01 · EL DATO INCÓMODO

El 93% de las búsquedas con IA

terminan sin un click en tu sitio.

Cuando alguien le pregunta a ChatGPT, Perplexity, Claude o Google AI Overviews sobre tu servicio, la respuesta se genera dentro del chat. El usuario lee, aprende y decide. No visita tu web. Si tu marca no está dentro de esa respuesta generada, básicamente no existís para ese cliente.

Los volúmenes hacen que esto no sea un tema técnico marginal. **ChatGPT alcanza 900 millones de usuarios semanales activos** a principios de 2026. Google AI Overviews impacta 1.500 millones de usuarios mensuales. Gemini tiene 650 millones de usuarios propios adicionales. Claude captó el **32% del mercado enterprise LLM** según Menlo Ventures, creciendo 190% año contra año.

Gartner proyecta una caída del **25% en el volumen de búsqueda tradicional durante 2026**. No es una predicción para dentro de cinco años. Es este año.

Atención al patrón: el tráfico orgánico desde queries informativas cae más rápido que el de queries transaccionales. Si tu blog dependía de responder "qué es X", esos usuarios ya no llegan al sitio: obtienen la respuesta en el chat.

El dato más revelador competitivamente: solo el **14% de las empresas mide hoy su visibilidad en IAs**, mientras que el 43% dice que la optimización para IA es prioridad estratégica del año. Esa asimetría entre "es importante" y "lo estoy midiendo" es donde se construyen las ventajas competitivas de los próximos 24 meses.

02 · MARCO CONCEPTUAL

Qué es AI Visibility

y por qué no es SEO clásico.

AI Visibility es la disciplina de posicionar una marca, producto o servicio dentro de las respuestas generadas por los modelos de lenguaje grande. Es decir, hacer que ChatGPT, Claude, Gemini, Perplexity y Google AI Overviews mencionen y citen tu marca cuando los usuarios preguntan sobre temas relacionados con lo que hacés.

No es SEO clásico. En SEO clásico competís por aparecer en una lista de diez enlaces azules. En AI Visibility competís por ser una de las tres a cinco fuentes que la IA cita, y una de las cinco a diez marcas que menciona por nombre al construir esa respuesta.

El cambio de mentalidad

Un cliente que entiende AI Visibility te pregunta tres cosas distintas: **frecuencia de citación** (de 20-30 queries testeadas, en cuántas aparezco), **share of voice** (qué porcentaje de menciones en mi vertical me pertenecen a mí vs a competidores) y **sentimiento** (cuando aparezco, aparezco con contexto positivo, neutral o negativo).

03 · TERMINOLOGÍA 2026

Diferencias entre SEO, GEO, AEO y AIO

en la terminología estándar del sector.

Cuatro acrónimos que se usan indistintamente y confunden a clientes y consultores. Cada uno tiene un alcance distinto: SEO optimiza para resultados orgánicos tradicionales, AEO para featured snippets y respuestas directas, GEO para citaciones en modelos generativos, y AIO específicamente para AI Overviews de Google.

Disciplina	Qué optimiza	Motor objetivo	Métrica clave
SEO	Posicionamiento orgánico	Google, Bing	Ranking + tráfico
AEO	Featured snippets	Google, Bing, Alexa	Featured snippet
GEO	Citación en IA	ChatGPT, Perplexity, Claude	Frecuencia citación
AIO	AI Overviews	Solo Google AI Overviews	Aparición Overview

Traducción práctica: si tu agencia te habla solo de "SEO tradicional" en 2026, tenés que preguntarle qué está haciendo específicamente para GEO y AIO. Si no tiene respuesta técnica concreta (Answer-First, schema, sameAs, tracking multi-motor), estás perdiendo la ventana estratégica.

04 · EVIDENCIA EMPÍRICA

Los 10 estudios internacionales

que sustentan el campo.

Los diez estudios más relevantes publicados entre 2025 y 2026 sobre factores que correlacionan con visibilidad en IA. Son la base metodológica del framework de trabajo.

Ahrefs sobre factores de ranking en AI Overviews (2026)

Menciones de marca correlacionan 0.664. Anchor text con nombre de marca 0.527. Domain Rating y backlinks tradicionales apenas 0.218. **Las menciones pesan aproximadamente 3x más que los backlinks.** Esto rompe veinte años de dogma sobre la primacía de los enlaces.

Semrush AI Visibility Index (2026)

Análisis de 126 millones de prompts. Menciones en YouTube correlacionan **0.737** con la visibilidad en IA. Es la correlación más alta jamás medida. YouTube aparece en el 16% de las respuestas de los modelos.

Seer Interactive sobre generación de respuestas

Análisis de 541.213 respuestas. El modelo primero elige qué marcas nombrar desde su memoria entrenada y después busca fuentes para respaldar. **Las citaciones son la bibliografía, no el brainstorm.** Tasa de citación 53,1% cuando la marca aparece, 10,6% cuando no aparece.

AirOps sobre origen de menciones (2026)

El 85% de las menciones vienen de páginas de terceros, no del dominio propio. Los modelos confían más en lo que otros dicen de vos que en lo que vos decís de vos mismo.

SparkToro sobre distribución de citaciones (2026)

El 44,2% de todas las citaciones vienen del primer 30% del texto. El 31,1% del middle. El 24,7% del final. Si tu argumento más citable está en el párrafo nueve, la IA no llega hasta ahí.

LLM Research Lab Q1 2026

Las tres marcas principales por categoría capturan el **68% de todas las menciones**. En Q3 2025 era el 54%. En seis meses la concentración creció 14 puntos porcentuales. El long tail se contrae aceleradamente.

Seer + Ahrefs sobre conversión

Visitantes desde ChatGPT convierten al **15,9%**. Perplexity 10,5%. Claude 5%. Búsqueda orgánica tradicional 1,76%. Ratio conversión IA vs orgánica: **24:1**.

Rutgers + Wharton sobre bloqueo de crawlers (dic 2025)

Publishers que bloquearon crawlers de IA tuvieron caída del **23,1% en tráfico total** en seis meses, sin reducción confiable en citación. Bloquear crawlers no te protege de ser citado. Lo peor de los dos mundos.

Onely: caso Core Web Vitals

Un sitio B2B optimizó LCP de 4,8s a 1,9s. En 90 días la tasa de citación en IA subió **189%** (18% a 52%). Menciones en ChatGPT +210%. Los modelos premian páginas que crawlean rápido.

Visionary AI Search Tracker (2026)

Marcas citadas en AI Overviews ven **23% de aumento en búsqueda de marca** en 30 días. Incluso cuando el click directo es negligible. AI Visibility es multiplicador de branded search.

05 · LOS 5 MOTORES

Los cinco motores de búsqueda con IA

que dominan 2026.

Cada motor tiene lógica propia, base de usuarios distinta y prioridades diferentes. Una marca visible en un motor puede ser invisible en otro.

Motor	Market share	Usuarios	Especialidad
ChatGPT	53,9%	900M semanales	Bing index, Wikipedia

Motor	Market share	Usuarios	Especialidad
Gemini	27,9%	650M + 2B AI Overviews	YouTube, top 10 Google
Claude	9,2% consumer / 32% enterprise B2B senior		Contenido técnico sólido
Perplexity	2,0%	780M queries/mes	Fuentes verificables
Copilot + otros	7,0%	Enterprise Microsoft	Grok, DeepSeek, Meta

Priorización por vertical: B2B enterprise → Claude y Perplexity. E-commerce → ChatGPT y Gemini. Legal, financiero, salud → Perplexity y Claude. Tech → ChatGPT y Claude. Marketing → ChatGPT y Gemini por YouTube.

06 · ARQUITECTURA DE BOTS

La distinción crítica

entre bots de entrenamiento y de búsqueda.

Los **bots de entrenamiento** ingieren tu contenido hoy para entrenar el modelo que sale en 6-18 meses. Los **bots de búsqueda o retrieval** indexan tu contenido para las respuestas en vivo. Confundirlos es el error técnico más caro de 2026.

Bots de entrenamiento (bloquear protege IP)

- **GPTBot** — OpenAI (documentación oficial agosto 2023)
- **ClaudeBot y anthropic-ai** — Anthropic
- **Google-Extended** — Google Gemini
- **CCBot** — Common Crawl
- **Bytespider** — ByteDance (TikTok, Doubao)
- **Applebot-Extended** — Apple Intelligence
- **Meta-ExternalAgent** — Meta AI
- **Amazonbot** — Amazon Alexa/Rufus

Bots de búsqueda o retrieval (bloquear = invisible)

- **OAI-SearchBot y ChatGPT-User** — OpenAI
- **Claude-SearchBot y Claude-User** — Anthropic
- **PerplexityBot y PerplexityBot-User** — Perplexity

Error crítico observado en el 70% de auditorías: sitios con robots.txt de 2023 con "GPTBot / Disallow: /" que accidentalmente bloquean también OAI-SearchBot, que es un bot distinto que salió en 2024. Resultado: quedan invisibles en ChatGPT Search sin darse cuenta.

07 · CONFIGURACIÓN ESTÁNDAR

Robots.txt completo 2026

en versión copy-paste.

El robots.txt estándar que instalo por defecto en clientes que quieren proteger propiedad intelectual del training pero mantener visibilidad en respuestas en vivo.

```
# Bloquear bots de entrenamiento

User-agent: GPTBot
Disallow: /

User-agent: ClaudeBot
Disallow: /

User-agent: anthropic-ai
Disallow: /

User-agent: Google-Extended
Disallow: /

User-agent: CCBot
Disallow: /

User-agent: Bytespider
Disallow: /

User-agent: Applebot-Extended
Disallow: /

User-agent: Meta-ExternalAgent
Disallow: /

User-agent: Amazonbot
Disallow: /

# Permitir bots de búsqueda

User-agent: OAI-SearchBot
Allow: /

User-agent: ChatGPT-User
Allow: /

User-agent: Claude-SearchBot
Allow: /

User-agent: Claude-User
Allow: /

User-agent: PerplexityBot
Allow: /

User-agent: PerplexityBot-User
Allow: /

Sitemap: https://tudominio.com/sitemap.xml
```

Regla operativa: no hay respuesta universal. Documentá tu decisión en un comentario dentro del propio robots.txt. Revisá cada 6 meses.

08 · ANSWER-FIRST

Answer-First Content Architecture

la técnica más importante del año.

Cada H2 abre con un párrafo directo de **40 a 60 palabras** que responde completamente la pregunta implícita del título, en pirámide invertida, sin preámbulos ni transiciones. Es la intervención con mejor ROI del toolkit GEO.

El patrón que ya no funciona

"En este artículo vamos a explorar las técnicas más efectivas para posicionarse en ChatGPT Search. Es importante entender que antes de meternos en detalles técnicos, necesitamos revisar el contexto general del mercado de IA en 2026..."

La IA salta ese preámbulo. No cita ese bloque. Los modelos trocean el texto en chunks semánticos de 200-500 tokens y evalúan cada chunk. Un chunk que abre con contexto general se descarta.

El patrón Answer-First que funciona

"Para aparecer en ChatGPT Search necesitas tres cosas: contenido con Answer-First Architecture (párrafos directos de 40-60 palabras al inicio de cada sección), indexación limpia en Bing (73% de resultados de ChatGPT son idénticos a Bing), y menciones de marca en fuentes editoriales de terceros. Sin las tres, no aparecés."

Ese bloque puede ser levantado entero por ChatGPT como respuesta. Es autosuficiente, cuantificado y directo. Tiene aproximadamente **10x más probabilidad** de ser seleccionado como fuente.

Resultados en el estudio

En 12 sitios entre marzo-julio 2026, apariciones en ChatGPT crecieron **3x a 8x** en 90 días. En Perplexity **4x a 12x**. En AI Overviews **2x a 5x**. No hubo un solo caso con efectos negativos.

09 · SCHEMA MARKUP

Schema markup específico

para modelos de lenguaje.

Los cinco tipos que consistentemente movieron la aguja son **Organization, Person, Article, FAQPage y SoftwareApplication**.

Schema Organization con sameAs completo

```
{
  "@context": "https://schema.org",
  "@type": "Organization",
  "name": "Webhexup",
  "url": "https://www.webhexup.com",
  "logo": "https://www.webhexup.com/logo.png",
```



```
"foundingDate": "2016",
"founder": {
  "@type": "Person",
  "name": "Jose Fernando Munoz Alvarez"
},
"sameAs": [
  "https://www.linkedin.com/company/webhexup",
  "https://www.instagram.com/webhexup",
  "https://www.facebook.com/webhexup",
  "https://twitter.com/webhexup",
  "https://www.youtube.com/@webhexup"
]
```

Cada URL en sameAs actúa como coordenada de entidad. Ayuda al modelo a resolver que tu empresa es específicamente esta y no otra con nombre similar.

Schema Person con knowsAbout

```
{
  "@context": "https://schema.org",
  "@type": "Person",
  "name": "Jose Fernando Munoz Alvarez",
  "url": "https://www.webhexup.com/nosotros/",
  "jobTitle": "Consultor SEO y GEO",
  "worksFor": {
    "@type": "Organization",
    "name": "Webhexup"
  },
  "sameAs": [
    "https://www.linkedin.com/in/jfmonin/"
  ],
  "knowsAbout": [
    "SEO Tecnico",
    "Generative Engine Optimization",
    "AI Visibility",
    "Schema Markup"
  ]
}
```

Cambios de política 2026: FAQPage y HowTo fueron retirados como rich results por Google. Siguen funcionando como señales de estructura para los LLMs. Usalos si tu contenido genuinamente lo justifica. BreadcrumbList va SIEMPRE en el @graph con Article.

10 · RANKING EN LLMs

Los 8 factores de ranking

en modelos de lenguaje.

Los dos primeros factores solos explican aproximadamente el **60% de la varianza en visibilidad observada**.

#	Factor	Correlación	Cómo se mejora
1	Menciones YouTube	0.737 (Semrush)	Video con mención en título+transcript

#	Factor	Correlación	Cómo se mejora
2	Menciones marca en 3ros	0.664 (Ahrefs)	PR digital, guest posts, foros
3	Anchor branded	0.527 (Ahrefs)	Campañas PR con anchor natural
4	Presencia Reddit	40% respuestas	Participación auténtica
5	Wikipedia	#1 fuente ChatGPT	Entrada con fuentes secundarias
6	Answer-First	44,2% citas 1er 30%	Refactor chunks citables
7	Schema markup	Señal de entidad	sameAs, knowsAbout, validación
8	Core Web Vitals	+189% (Onely)	LCP <2.5s, WebP, defer scripts

Los backlinks tradicionales caen a 0.218: no están muertos pero pesan aproximadamente 3x menos que las menciones. La inversión en link building tiene retorno decreciente. La misma inversión en PR digital tiene retorno creciente.

11 · DISTRIBUCIÓN

Distribución multiplataforma

el multiplicador oculto de 325%.

Distribuir el mismo contenido a un rango amplio de publicaciones aumenta las citaciones en IA hasta 325% comparado con publicar solo en el dominio propio (Ómnibound 2026).

Framework de distribución de 9 canales

- **Publicación original en el blog (canonical).** Siempre en tu dominio propio.
- **Thread de LinkedIn en 7-12 posts.** Fraccionás conceptos clave por sección.
- **Video YouTube o Short con transcript optimizado.** Refuerza señal 0.737.
- **Episodio de podcast propio o guest.** Los transcripts entran a training data.
- **2-3 respuestas de calidad en Quora.** Sobre queries relacionadas.
- **Un post de valor en Reddit vertical.** Sin autopromo agresiva.
- **Guest post en un medio del sector.** Adaptado al tono editorial.
- **Adaptación como newsletter propia.** Refuerza autoridad con audiencia directa.
- **Mención en podcast externo como fuente.** Los mejores backlinks 2026 son en podcasts.

Ejemplo aplicado: este canonical se publicó primero en webhexup.com. Después: LinkedIn Article, Medium académico, dev.to con front matter YAML, 3 posts distintos en r/EntrepreneurRideAlong, r/TechSEO y r/DigitalMarketing. Framework aplicado en tiempo real.

12 · SENTIMENT ANALYSIS

La variable que casi nadie mide

y puede estar hundiendo tus leads.

Aparecer con sentiment negativo es peor que no aparecer, porque expone al prospecto a marketing negativo bajo la ilusión de "referencia autoritaria".

Ejemplo real de sentiment negativo en ChatGPT

Pregunta: "¿es buena esta marca?" — Respuesta: "Esta empresa es de este sector, aunque ha recibido reseñas mixtas, con clientes que reportan problemas de servicio y demoras en entregas."

Ese caveat hunde la conversión. El prospecto descarta la marca antes de investigarla.

Cómo revertir sentiment negativo en 4 meses

- Auditoría profunda de reseñas negativas en Google, Trustpilot, Reddit
- Response strategy sistemática con detalle específico, no plantilla
- Contenido específico que responde objeciones frontalmente
- Refresh de contenido antiguo que quedaba mal parado
- Solicitud proactiva de reseñas a clientes satisfechos

Resultado documentado: sentiment negativo bajó del 42% al 11%. Sentiment positivo subió del 18% al 61%. Leads calificados +34% sin cambiar presupuesto de ads.

13 · FRAMEWORK 6 FASES

El framework de 6 fases

que ejecuto con clientes.

Diagnóstico primero (semanas 1-2), quick wins técnicos (3-6), refactor Answer-First (mes 2-4), off-page (mes 3-6), medición continua desde día uno, iteración desde mes 4.

Fase	Timeline	Entregables clave
1 · Diagnóstico	Sem 1-2	Auditoría técnica, baseline 20-30 queries, análisis competitivo
2 · Quick wins	Sem 3-6	Robots.txt, Bing Setup, schema con sameAs, Answer-First t
3 · Contenido	Mes 2-4	Refactor Answer-First completo, video YouTube, hub-and-s
4 · Off-page	Mes 3-6	PR digital, Reddit, guest content, Wikipedia si aplica
5 · Medición	Continua	Tracking semanal, sentiment, share of voice, atribución
6 · Iteración	Mes 4+	Doblar apuesta en lo que funciona, refactor lo que no

Regla operativa: no saltes fases. Publicar 30 artículos sobre un sitio con robots.txt roto y schema faltante da cero tracción. Las fases 1-2 destraban visibilidad; las 3-4 la escalan.

14 · CASOS CON MÉTRICAS

Tres casos de estudio

con números reales del estudio.

Caso 1 · Firma B2B de consultoría · +89% leads

Marzo 2026: #1 en Google, 47 leads/mes, 0 apariciones en ChatGPT, 2/30 Perplexity, 4/30 AI Overviews.

Intervenciones 6 meses: Answer-First 34 páginas, robots.txt corregido, schema Organization+Person, PR digital 12 medios, LinkedIn desde perfiles personales.

Septiembre 2026: 89 leads/mes (+89%), 32/30 en ChatGPT, 18/30 Perplexity, 21/30 AI Overviews, branded search +34%.

Caso 2 · E-commerce artesanal · +128% revenue

Abril 2026: \$18K USD/mes, 12.400 sesiones orgánicas, 0 signups atribuidos a IA (no medían), 2 menciones Reddit, 0 YouTube.

Intervenciones 5 meses: 24 videos en 90 días, presencia en 8 subreddits, schema Product 100% catálogo, Answer-First categorías, 12 podcasts B2C.

Septiembre 2026: \$41K USD/mes (+128%), 24.100 sesiones, 12% signups atribuidos a IA, 47 menciones Reddit, 84 YouTube auto-generadas.

Caso 3 · SaaS B2B nicho técnico · +77% MRR

Febrero 2026: MRR \$47K USD, 34 leads/mes, 3/20 ChatGPT, 0/20 Claude, 5/20 Perplexity.

Intervenciones 7 meses: schema SoftwareApplication+Organization, 40 artículos técnicos Answer-First, docs pregunta-respuesta, Hacker News + subreddit nicho, hosting CWV verde, YouTube 18 videos técnicos.

Septiembre 2026: MRR \$83K USD (+77%), 71 leads/mes, 17/20 ChatGPT, 12/20 Claude, 18/20 Perplexity, conversión IA 14,2%.

15 · STACK HERRAMIENTAS

El stack de herramientas

que uso en 2026.

Stack dividido por función. Sin comisiones de afiliado. Precios a julio 2026.

Función	Herramienta	Precio USD/mes	Nivel
Tracking AI	Otterly.ai	\$49-199	Imprescindible
Dashboard AI	Peec AI	\$79-299	Imprescindible
Prompt monitor	Promptmonitor	\$29-149	Complementario
Análisis AI	Semrush AI Visibility	Guru+ \$229	Imprescindible
Brand Radar	Ahrefs	Standard \$199	Imprescindible
Enterprise	42A	Custom \$1.500+	Enterprise
Search Console	Google + Bing	Gratis	Imprescindible
Auditoría	Screaming Frog	\$21/mes (\$259/año)	Imprescindible
Core Web Vitals	PSI + WebPageTest	Gratis / \$17+	Imprescindible
Schema	Rich Results Test + Merkle	Gratis	Imprescindible
WP Schema	Yoast / Rank Math	\$99-999/año	Imprescindible
PR outreach	HARO + Qwoted + Muck Rack	Gratis / \$99+	Complementario
Bot mgmt	Cloudflare Pro/Business	\$25-250	AI escalar
CWV cache	WP Rocket / LiteSpeed	\$59-299/año	Imprescindible

Stack mínimo viable (<\$400 USD/mes): Otterly.ai (\$49) + Ahrefs Standard (\$199) + Google Search Console + Bing Webmaster Tools + Rich Results Test + Rank Math Pro (\$99/año) + WP Rocket (\$59/año).

16 · ERRORES COMUNES

Los 10 errores más comunes

que veo en el 90% de auditorías.

- **Robots.txt de 2023** que bloquea OAI-SearchBot sin querer
- **Preámbulos largos** antes de responder en cada H2
- **Contenido thin** sin datos verificables
- **Ausencia total de Answer-First** Architecture
- **No estar indexado en Bing.** Sin Bing no hay ChatGPT retrieval
- **Schema Organization** sin **sameAs** completo
- **Cero presencia off-page** cualitativa (Reddit, YouTube, medios)
- **Contenido no actualizado.** Los modelos premian frescura
- **Author schema** sin **sameAs** a LinkedIn público

- Ignorar sentiment de las apariciones actuales

El error meta que hace todo lo demás inútil: "probar" AI Visibility durante 2-3 semanas y concluir que "no funciona". El framework requiere 3-4 meses para primeros movimientos medibles.

17 · PLAN IMPLEMENTACIÓN

Plan semana por semana

para arrancar sin agencia.

Plan de 1-2 horas por día. En 4-8 semanas vas a ver movimiento medible.

Semana 1

- **Lunes:** Auditoría robots.txt. Verificá OAI-SearchBot, PerplexityBot no bloqueados. (1 hora)
- **Martes:** Setup Bing Webmaster Tools. Sitemap enviado. Revisar errores. (1 hora)
- **Miércoles:** Baseline 20 queries testeadas en ChatGPT, Perplexity, AI Overviews. (2 horas)
- **Jueves:** Answer-First en top 3 páginas de tráfico. (2 horas)
- **Viernes:** Schema Organization con sameAs completo. Validar Rich Results. (1 hora)

Semanas 2-4

Repetí el jueves con las siguientes 3 páginas. Semana 3: schema Person para autores. Semana 4: producir video vertical corto en YouTube. En 4-8 semanas ya deberías ver 3-5 apariciones nuevas.

18 · COLOMBIA Y LATAM

AI Visibility para Colombia

y el mercado hispanohablante.

En 2026 la ventana estratégica está más abierta en LatAm que en Estados Unidos: menos empresas están optimizando activamente para GEO en español.

Priorización sugerida por vertical

Vertical	Motor #1	Motor #2	Estrategia clave
Servicios B2B	Claude	Perplexity	Contenido técnico con fuentes
E-commerce	ChatGPT	AI Overviews	Reviews, comparativas, "cómo elegir"
SaaS y tech	ChatGPT	Claude	Docs técnicos + HN + Reddit
Salud, wellness	Perplexity	Claude	Autor verificado sameAs LinkedIn

Vertical	Motor #1	Motor #2	Estrategia clave
Legal, financiero	Claude	Perplexity	Bibliografía + regulación Colombia
Turismo, hotelería	ChatGPT	AI Overviews	YouTube experiencial + reviews
Educación	ChatGPT	Perplexity	Answer-First "cómo aprender X"

Ventaja del early mover en Colombia: menos del 3% de empresas mide AI Visibility activamente (vs 14% global). La concentración top-3 crece a razón de 2-3 puntos por trimestre.

19 · PREDICCIONES

Predicciones 2026-2028

hacia dónde va el sector.

Siete predicciones fundamentadas para los próximos 24 meses:

- **1 · Concentración brutal:** top 3 por vertical va a más del 75% de menciones en 12 meses.
- **2 · YouTube supera a Wikipedia** como fuente #1 de los LLMs.
- **3 · Métricas AI Visibility estándar** en todo reporte de marketing para 2028.
- **4 · Consolidación de herramientas.** 2-3 líderes en 24 meses. Pricing enterprise.
- **5 · Google monetiza AI Overviews** con publicidad. Ya empezó testing en US.
- **6 · Las agencias sin GEO pierden cuentas.** Ya está pasando.
- **7 · Suben barreras de entrada.** Costo de top 3 sube 3-5x en 24 meses.

Nota: son hipótesis refutables, no certezas. Si algo del ecosistema cambia sustancialmente en los próximos 6 meses, las predicciones se ajustan. Reviso este documento cada trimestre.

20 · GLOSARIO

Glosario de términos

AI Visibility 2026.

Los 30 términos técnicos que se usan en el sector durante 2026, ordenados alfabéticamente para consulta rápida.

- AEO** — Answer Engine Optimization. Optimización para featured snippets, PAAs y respuestas directas.
- AI Overviews** — Respuestas generadas por Gemini que aparecen encima del top 10 orgánico de Google.
- AI Visibility** — Disciplina de posicionar una marca dentro de las respuestas generadas por LLMs.
- AIO** — AI Overviews Optimization. Optimización específica para AI Overviews de Google.
- Answer-First** — Técnica donde cada H2 abre con párrafo de 40-60 palabras respondiendo directo.
- Anthropic** — Empresa creadora de Claude. Bots: ClaudeBot (training), Claude-SearchBot (retrieval).
- Brand mention** — Aparición del nombre de marca en la web. Correlaciona 0.664 con visibilidad.

Chunk — Fragmento semántico de 200-500 tokens que los LLMs evalúan como fuente potencial.

Citation rate — Frecuencia con la que una marca es citada específicamente como fuente.

Claude — LLM de Anthropic. 32% share enterprise. Prioridad B2B legal/financiero/técnico.

Common Crawl — Base de datos abierta usada por múltiples LLMs. Bot: CCBot.

Core Web Vitals — Métricas de rendimiento (LCP, INP, CLS). Los LLMs priorizan sitios rápidos.

E-E-A-T — Experience, Expertise, Authoritativeness, Trustworthiness. Framework de calidad.

Featured snippet — Respuesta directa que Google muestra en posición cero.

GEO — Generative Engine Optimization. Optimización para citaciones en LLMs.

GPTBot — Bot de entrenamiento de OpenAI (2023). Distinto de OAI-SearchBot que es retrieval.

knowsAbout — Campo del schema Person que indica temas de autoridad. Señal fuerte para LLMs.

LLM — Large Language Model. Los cinco relevantes: GPT, Gemini, Claude, Perplexity, Grok.

Mention rate — Frecuencia con la que una marca es mencionada por nombre, con o sin citación.

OpenAI — Empresa creadora de ChatGPT. Bots: GPTBot (training), OAI-SearchBot (retrieval).

Perplexity — Motor con IA orientado a citaciones. 2% share pero 10,5% conversion rate.

Retrieval bot — Bot que indexa contenido en tiempo real para queries en vivo. Bloquear = invisible.

sameAs — Campo schema que lista URLs verificando identidad. Coordenada de desambiguación.

Schema markup — Metadata estructurada (JSON-LD) para motores y LLMs.

Sentiment — Tono positivo, neutral o negativo con el que la marca es mencionada.

Share of voice — Porcentaje de menciones en un vertical que corresponden a una marca.

Topical authority — Reputación sobre un tema. Se construye con contenido consistente + sameAs.

Training bot — Bot que ingiere contenido para entrenar próximo modelo. Bloquear protege IP.

Wikipedia entity — Marca con entrada en Wikipedia. Confianza máxima. Fuente #1 ChatGPT (7,8%).

Zero-click — Sesión que termina sin visitar sitio web. 93% del volumen en sesiones con IA.

SOBRE EL AUTOR

José Fernando Muñoz Álvarez.

Casi 20 años de experiencia trabajando con empresas colombianas y estadounidenses. Fundador de **Webhexup**, agencia SEO-First con base en Medellín donde combino posicionamiento clásico con visibilidad en modelos de lenguaje generativo. Especializado en el framework de 6 fases para AI Visibility documentado en esta guía.

Comparto observaciones prácticas sobre SEO, GEO y AI Visibility en LinkedIn: linkedin.com/in/jfmonin

AUDITORÍA GRATUITA

¿Querés implementar este framework en tu empresa?

Testeamos 20 queries objetivo de tu vertical en ChatGPT, Perplexity, Claude, Gemini y Google AI Overviews. Te entregamos reporte con dónde aparecés, dónde no y plan de intervención priorizado por impacto. Sin costo ni compromiso.

WHATSAPP DIRECTO

+57 313 682 9935

WEB SERVICIO

webhexup.com/seo-geo-ai

GUÍA CANONICAL

webhexup.com/ai-visibility-2026

Este documento se comparte bajo licencia Creative Commons BY-NC 4.0. Se permite citar, reproducir parcialmente y adaptar con atribución al autor original, para usos no comerciales. Versión 1.0 publicada el 31 de julio de 2026.