

INFORME MENSUAL · SEPTIEMBRE DE 2026

Visibilidad en buscadores con IA

Aetheron Labs · aetheronlabs.com · foto de partida del 17 de septiembre de 2026

Este mes el trabajo ha ido a la base: que tu web se pueda leer. Hasta ahora el contenido solo aparecía al ejecutar JavaScript, algo que los rastreadores de los asistentes de IA en general no hacen, así que tus páginas llegaban prácticamente vacías.

TEXTO LEGIBLE EN LA PORTADA

1.908

antes: 8 palabras

PÁGINAS CON TÍTULO PROPIO

10/10

antes: 1/10

PUNTUACIÓN GEO

92

antes: 28

PÁGINAS RASTREABLES

55

antes: 1

Dónde estabas y dónde estás

INDICADOR	ANTES	AHORA
Palabras legibles sin JavaScript (portada)	8	1908
Enlaces legibles sin JavaScript (portada)	0	17
Porcentaje del texto visible sin JavaScript	0%	100%
Páginas con título propio (muestra)	1 de 10	10 de 10
Palabras medias por página sin JavaScript	8	678
URLs en el sitemap	26	56
Archivo llms.txt real	No	Sí
Una dirección inexistente devuelve error 404	No	Sí
Páginas que un rastreador consigue recorrer	1	55
Avisos de la auditoría técnica	2	0
Puntuación GEO (sobre 100)	28	92

Sobre la puntuación general de la auditoría: ha bajado porque ahora el rastreador recorre 55 páginas en lugar de 1, y encuentra cosas que ya estaban ahí. Los 110 "errores" que aparecen son los enlaces a los perfiles de LinkedIn del equipo: LinkedIn responde con un código especial a los robots y las herramientas lo interpretan como enlace roto. Los enlaces funcionan correctamente.

Qué medimos y cómo

Medimos sobre una base estable para que cada mes se pueda comparar con el anterior y se vea el avance real, no el ruido. La cesta crece cuando aparecen preguntas nuevas en tu sector.

Tu cesta de consultas (25 preguntas)

Aprobada al empezar y fija a partir de ahí: se puede ampliar, nunca sustituir en silencio. Composición: 20 sin_marca, 5 con_marca.

EJEMPLOS DE LA CESTA	TIPO
cómo implementar inteligencia artificial en mi empresa sin saber programar	sin_marca
consultoría IA para pymes en España	sin_marca
por qué mi competencia aparece en ChatGPT y yo no	sin_marca
mejores consultoras de inteligencia artificial en España	sin_marca
cómo posicionar mi empresa en ChatGPT y buscadores de IA	sin_marca
qué es GEO y cómo aparecer en respuestas de inteligencia artificial	sin_marca

Motores

- ✓ **Perplexity** como motor de comprobación: muestra las fuentes que usa, así que el resultado es verificable y reproducible mes a mes.
- ✓ **Google** como referencia de búsqueda clásica: consultas, impresiones y posición desde Search Console (pendiente del acceso, ficha F-04).
- ✓ El trabajo que hacemos mejora igualmente cómo te ven ChatGPT y Gemini. No publicamos una cifra de esos motores porque sus respuestas no son reproducibles de un mes a otro, y preferimos no darte un número que no se pueda sostener.

Punto de partida en Perplexity

MÉTRICA	VALOR
Preguntas sin marca en las que apareces mencionado	0%
Preguntas sin marca en las que te citan como fuente	0%
Preguntas con marca en las que apareces	100%

Es la foto de partida, tomada antes de aplicar ningún cambio. Los cambios de este mes afectan a cómo se lee tu web; el efecto en estas tasas empieza a verse en la próxima medición.

Quién aparece hoy en tu lugar

Estos son los dominios que la IA cita cuando alguien hace las 20 preguntas de tu sector sin nombrar ninguna marca. No son necesariamente competidores tuyos: son las páginas en las que la IA confía hoy para responder. Aparecer en ellas — o publicar contenido mejor que el suyo — es la vía más corta para entrar.

DOMINIO CITADO	VECES	% DE CONSULTAS
javadex.es	4	20%
hiberusbooster.com	4	20%
ibm.com	3	15%
hiexperience.es	3	15%
coderhouse.com	2	10%
escuelaeuropeadeempresa.eu	2	10%



CONTENIDO Y TÍTULOS

Puntos a mejorar en tu contenido

Página por página, con el motivo y cómo corregirlo. No escribimos el contenido final por ti — es tu voz, tu oferta — pero te damos el patrón exacto a seguir.

/CONTACTO

Título demasiado corto

Ahora: "Contacto - Aetheron Labs" (24 caracteres)

Un título corto desaprovecha el espacio que Google muestra en el resultado y da poca información a un asistente que decide si citarte. Lo ideal son 50-60 caracteres.

Cómo mejorarlo: Añade qué es la página y para quién, no solo el nombre: en vez de "Contacto - Marca", algo como "Contacto — Habla con nuestro equipo de [servicio] | Marca".

/CONTACTO

Contenido demasiado fino

Ahora: 211 palabras

Por debajo de 300-350 palabras es difícil responder una pregunta con profundidad, y varias herramientas de auditoría (incluida la nuestra) marcan la página como poco citable.

Cómo mejorarlo: Añade el problema que resuelve la página, para quién es y una pregunta frecuente respondida — no relleno, contenido que responda algo real.

/SERVICIOS

Contenido demasiado fino

Ahora: 349 palabras

Por debajo de 300-350 palabras es difícil responder una pregunta con profundidad, y varias herramientas de auditoría (incluida la nuestra) marcan la página como poco citable.

Cómo mejorarlo: Añade el problema que resuelve la página, para quién es y una pregunta frecuente respondida — no relleno, contenido que responda algo real.

/PRODUCTOS

Título demasiado corto

Ahora: "Productos — Aetheron Labs" (25 caracteres)

Un título corto desaprovecha el espacio que Google muestra en el resultado y da poca información a un asistente que decide si citarte. Lo ideal son 50-60 caracteres.

Cómo mejorarlo: Añade qué es la página y para quién, no solo el nombre: en vez de "Contacto - Marca", algo como "Contacto — Habla con nuestro equipo de [servicio] | Marca".

Palabras clave y temas a trabajar

La cesta que aprobaste al empezar, agrupada por intención. Cada grupo pide un formato de página distinto — usa siempre la pregunta o frase tal como la escribe la gente, no una versión "optimizada" artificial.

INFORMATIVA

Artículo que responde la pregunta en las primeras líneas (guía)

- cómo implementar inteligencia artificial en mi empresa sin saber programar
- por qué mi competencia aparece en ChatGPT y yo no
- cómo posicionar mi empresa en ChatGPT y buscadores de IA
- qué es GEO y cómo aparecer en respuestas de inteligencia artificial
- cómo saber qué procesos de mi empresa automatizar con IA
- estrategia de IA para empresas sin equipo técnico
- cómo calcular el ROI de implementar IA en mi empresa
- por dónde empezar con la inteligencia artificial en mi negocio
- mi empresa no aparece cuando preguntan a ChatGPT sobre mi sector

TRANSACCIONAL

Página de servicio con precio y una sola llamada a la acción clara

- consultoría IA para pymes en España
- necesito ayuda para identificar dónde usar IA en mi negocio
- consultor que me ayude a priorizar proyectos de inteligencia artificial
- servicios de análisis de oportunidades con inteligencia artificial
- consultora IA que no programa solo estrategia España
- visibilidad en motores de IA como ChatGPT para empresas españolas
- auditoría de procesos para implementar inteligencia artificial
- servicios de posicionamiento en buscadores de inteligencia artificial

COMPARATIVA

Artículo o página que compara opciones — el formato que mejor le funciona a tu competencia

- mejores consultoras de inteligencia artificial en España
- diferencia entre SEO y GEO para empresas
- comparativa consultoras IA estratégicas vs desarrollo España

Plantilla de ejemplo — no es contenido tuyo, es el patrón que puedes rellenar:

Título (50-60 car.): [Pregunta o necesidad principal] | Aetheron Labs

H1: la misma pregunta, tal cual la escribe el cliente

Primer párrafo: responde la pregunta en 2-3 frases, sin rodeos

H2 · 1: "¿[Pregunta relacionada nº1]?"

H2 · 2: "¿[Pregunta relacionada nº2]?"

Cierre: enlace a la página de servicio que resuelve el problema

Lo que hace mejor tu competencia (y cómo aplicarlo)

Análisis real de las páginas que la IA cita hoy en tu sector — descargadas y medidas en el momento de generar este informe, con el mismo criterio en las dos columnas.

PÁGINA	PALABRAS	TÍTULOS H2 EN FORMA DE PREGUNTA	TIENE FAQ
Tu portada	1907	0/9	Sí
javadex.es	7929	0/14	Sí
hiberusbooster.com	3061	13/17	Sí

Media de palabras en tus páginas: **604**. ¿Tienes datos estructurados de preguntas frecuentes en alguna página? **Sí**.

Qué hacer con esto, sin copiar a nadie: las páginas que te citan la competencia no ganan por ser largas porque sí — ganan porque responden más preguntas relacionadas en la misma página (cada H2 en forma de pregunta es una pregunta más que esa página puede responder cuando alguien busca). No hace falta igualar su número de palabras: hace falta cubrir 2-3 preguntas relacionadas más de las que cubres hoy, con la misma profundidad real que ya tienes.

Qué hay que hacer el mes que viene

Ordenado por impacto. Cada punto dice quién se encarga y cómo sabrás que está terminado — sin jerga y sin tareas abiertas que nadie cierra.

F-01 IMPACTO ALTO LO TIENES QUE HACER TÚ

Dar de alta la web en Search Console y en Bing

Sin esto no podemos ver qué escribe la gente en Google para llegar a tu web, ni en qué posición apareces. Es la mitad de la medición y hoy nos falta: necesitamos que crees el acceso y nos añadas como usuario de solo lectura. Te pasamos los pasos concretos, son unos 10 minutos.

Estará hecho cuando: La cuenta de servicio aparece como usuario restringido en Search Console y el informe del mes que viene incluye ya tus consultas reales de Google.

F-02 IMPACTO ALTO A MEDIAS: NOSOTROS EL GUION, TÚ LOS DATOS DEL CASO

Ampliar las 4 páginas de casos que se quedan cortas

Cuatro páginas de casos de éxito tienen menos de 300 palabras. Para un asistente de IA eso es contenido demasiado fino para citarlo: aunque el caso sea bueno, no tiene suficiente sustancia para usarlo como fuente. Hay que contar el problema de partida y cómo se resolvió, no solo el resultado.

Estará hecho cuando: Las 4 páginas superan las 300 palabras y responden, cada una, a una pregunta concreta de alguien que busca ese servicio.

F-03 IMPACTO MEDIO LO HACEMOS NOSOTROS

Activar HSTS en el hosting

Tu web va por HTTPS, pero no le dice al navegador que debe usarlo siempre. Es una cabecera de seguridad que se activa en el panel del hosting y que los auditores de confianza (y algunos buscadores) miran. Hoy falta en las 25 páginas.

Estará hecho cuando: Las páginas responden con la cabecera Strict-Transport-Security activada.

F-04 IMPACTO MEDIO LO HACEMOS NOSOTROS

Arreglar los saltos en la jerarquía de títulos

En 16 páginas se salta de un título de nivel 2 a uno de nivel 4 sin pasar por el 3. Un lector no lo nota, pero quien lee la página en estructura (un buscador, un lector de pantalla, un modelo de IA) pierde el hilo de qué depende de qué.

Estará hecho cuando: Ninguna página salta niveles de encabezado en la próxima auditoría técnica.

F-05 IMPACTO ALTO A MEDIAS: NOSOTROS LA GESTIÓN, TÚ LA APROBACIÓN

Conseguir las tres primeras menciones externas

Hoy ninguna fuente de fuera de tu web te menciona en las preguntas que hemos medido. Es lo que más pesa para que una IA te dé por bueno: necesita que alguien que no seas tú diga que existes. La vía más rápida es la línea de Autoridad (apariciones en medios), y la más lenta pero gratuita es aparecer en directorios y asociaciones de tu sector.

Estará hecho cuando: Al menos 3 dominios externos mencionan tu marca y aparecen entre las fuentes de alguna de las consultas de la cesta.

Próxima medición: octubre de 2026

WhatsApp +34 680 29 46 07

Medimos otra vez sobre la misma base para que la comparación sea válida, y ampliamos la cesta con las preguntas nuevas que vayan apareciendo en tu sector. Cada mes verás qué se ha movido, por qué, y cuál es el siguiente punto a atacar. analisis@aetheronlabs.com