MUESTRA · DATOS FICTICIOS

BENCHLAB

AUDITORÍA DE VISIBILIDAD DIGITAL · 2026

Visibilidad en buscadores y motores de IA

Universidad Ejemplo

Muestra parcial: 8 de 17 páginas del informe. Institución y datos ficticios.

Diagnóstico en dos ejes: posición en los buscadores tradicionales y visibilidad en las respuestas de ChatGPT, Perplexity, Gemini y Google AI Overviews, medida con preguntas reales de aspirantes y un protocolo reproducible.

77,3
DIGITAL DISCOVERABILITY SCORE
Grado B · escala 0 a 100

79,3
SEO READINESS SCORE
Grado B · escala 0 a 100

75,3
AI VISIBILITY & READINESS SCORE
Grado A · escala 0 a 100

Metodología Benchlab · Preguntas es_v2.0 · Medición 2026-10-27 · Motores medidos: Google AI Overviews, ChatGPT, Google AI Mode, Gemini, Perplexity, DeepSeek, Claude · Documento confidencial · Preparado para Universidad Ejemplo.

03 · SCORECARD

La medición de partida da 77,3 sobre 100

77,3

DIGITAL DISCOVERABILITY SCORE · GRADO B · ESCALA 0 A 100

0,5 × SEO + 0,5 × visibilidad IA

79,3

SEO READINESS SCORE · GRADO B · ESCALA 0 A 100

11 de 11 dimensiones medidas

75,3

AI VISIBILITY & READINESS SCORE · GRADO A · ESCALA 0 A 100

7 dimensiones · Google AI Overviews, ChatGPT, Google AI Mode, Gemini, Perplexity, DeepSeek, Claude

SEO READINESS SCORE · POR DIMENSIÓN (% DEL MÁXIMO)

Technical SEO Health	90%
Crawlability & Indexability	75%
Educational Schema Markup	66,7%
Program Page Discoverability	100%
Admissions Funnel	70%
Research Visibility & Authority	70%
Institutional E-E-A-T	50%
On-Page SEO & Metadata	68,5%
Content Quality & Readability	90%
International SEO	80%
Off-Page Authority & Backlinks	100%

AI VISIBILITY & READINESS SCORE · POR DIMENSIÓN (% DEL MÁXIMO)

Live AI Visibility	16/35 pts · 45,7%
Citation Performance	10,6/12 pts · 88,2%
Third-Party Authority	14,2/15 pts · 95%
Citation Readiness	15/15 pts · 100%
Schema Markup Coverage	7,3/10 pts · 73,3%
E-E-A-T & Content Freshness	7,2/8 pts · 90%
AI Crawler Accessibility & Controls	5/5 pts · 100%

◆ **Lectura del resultado.** El AI Visibility & Readiness Score es 75,3 sobre 100, grado A: presencia alta en las respuestas medidas; el margen está en las preguntas de descubrimiento donde todavía no aparece. La dimensión más sólida es Citation Readiness (100% de su máximo): su contenido ya está en un formato que un motor puede citar tal cual. La de más margen es Live AI Visibility (46%): aparece en menos respuestas de descubrimiento de las que su oferta permitiría; las demás dimensiones señalan qué trabajar. Las dimensiones sin dato no restan puntos: se excluyen del cálculo y quedan señaladas.

04 · AI MENTION RATE BY PLATFORM

Aparece en el 96,7% de las preguntas con su nombre y en el 30,7% sin él

Hicimos 42 preguntas reales de aspirantes a cada motor de IA. Esta página las parte en dos, según la pregunta nombre a la institución o no; la página de etapas y el Anexo A separan esas mismas preguntas en descubrimiento, consideración y marca. Cada pregunta se repite 3 veces por motor (2 en Google AI Overviews y AI Mode en esta medición) y la mención solo cuenta si aparece en más de la mitad de las repeticiones: así una respuesta aislada no cambia el resultado.

GOOGLE AI OVERVIEWS

Branded · la pregunta nombra a la institución	90,5%
Non-Branded · descubrimiento	15%

CHATGPT

Branded · la pregunta nombra a la institución	100%
Non-Branded · descubrimiento	35%

GOOGLE AI MODE

Branded · la pregunta nombra a la institución	86,4%
Non-Branded · descubrimiento	25%

GEMINI

Branded · la pregunta nombra a la institución	100%
Non-Branded · descubrimiento	25%

PERPLEXITY

Branded · la pregunta nombra a la institución	100%
Non-Branded · descubrimiento	45%

DEEPSEEK

Branded · la pregunta nombra a la institución	100%
Non-Branded · descubrimiento	30%

CLAUDE

Branded · la pregunta nombra a la institución	100%
Non-Branded · descubrimiento	40%

◆ **Lectura del resultado.** Cuando la pregunta nombra a la institución, aparece en el 96,7% de los casos; cuando no la nombra, en el 30,7%. En otras palabras: aparece en 3 de cada 10 combinaciones de pregunta y motor de descubrimiento. Es la cifra que puntúa: quien ya nombra a la institución la conoce, y las preguntas de descubrimiento muestran si la encuentran quienes todavía no. Por motor, el descubrimiento más alto está en Perplexity (45%) y el más bajo en Google AI Overviews (15%).

MOMENTOS GANADOS (EJEMPLOS DE LA MUESTRA)

Prompt Win en «mejores universidades privadas de España» (Google AI Overviews, posición 1)

Prompt Win en «mejores universidades privadas de España» (ChatGPT, posición 1)

Prompt Win en «mejores universidades privadas de España» (Perplexity, posición 1)

MOMENTOS PERDIDOS (EJEMPLOS DE LA MUESTRA)

Prompt Gap de «mejores universidades privadas de España» (Gemini)

Prompt Gap de «mejores universidades privadas de Madrid» (Google AI Overviews)

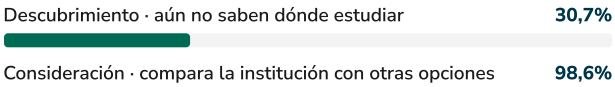
Prompt Gap de «qué universidad privada tiene mejor reputación en España» (Google AI Overviews)

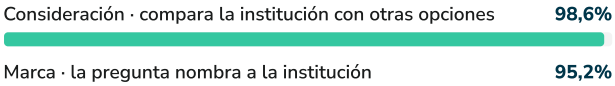
04B · AI MENTION RATE BY FUNNEL STAGE

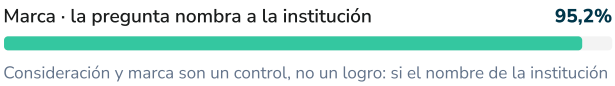
Aparece en el 95,2% de las preguntas de marca y en el 30,7% de las de descubrimiento

Las mismas 42 preguntas, separadas por etapa de la decisión: descubrimiento (el aspirante aún no sabe dónde estudiar), consideración (compara la institución con otra opción concreta) y marca (la nombra en la pregunta). Cada pregunta lleva además un criterio: modalidad, precio, empleabilidad o experiencia estudiantil. La medición es la misma; cambia el corte: en qué etapa y con qué criterio aparece la institución.

POR ETAPA DE LA DECISIÓN (% CON MENCIÓN)

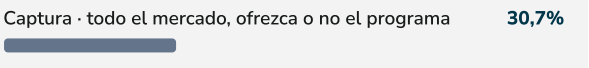


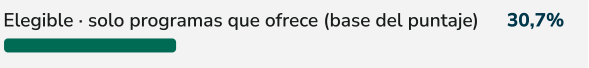




Consideración y marca son un control, no un logro: si el nombre de la institución va dentro de la pregunta, el motor casi siempre lo repite. Sirven para verificar que los motores la reconocen y para leer cómo la describen, no para puntuar. La dimensión Live AI Visibility se calcula solo con descubrimiento.

CAPTURE VS. ELIGIBLE · DESCUBRIMIENTO

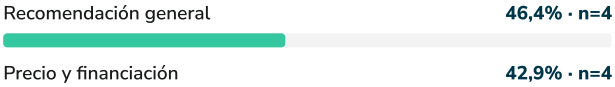


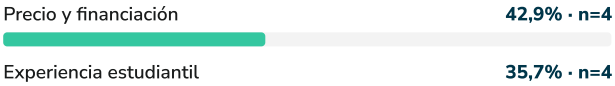


La oferta de la institución cubre todas las preguntas de descubrimiento: captura y elegible coinciden.

DESCUBRIMIENTO POR CRITERIO DE DECISIÓN

Solo las preguntas de descubrimiento: las de consideración y marca llevan el nombre de la institución dentro y no dicen si la encuentran quienes no la conocen. Cada barra es el porcentaje de las preguntas de ese criterio en las que aparece, con el número de preguntas al lado. Solo cuentan las de programas que ofrece.











◆ **Lectura del resultado.** Por etapa: marca 95,2%, consideración 98,6%, descubrimiento 30,7%. Cuando la pregunta nombra a la institución, los motores casi siempre la mencionan; la diferencia está en descubrimiento, cuando el aspirante todavía no tiene un nombre en mente. Por criterio, en descubrimiento el más alto es recomendación general (46,4%) y el más bajo modalidad (online / presencial) (7,1%): en las preguntas sobre ese criterio aparece poco, y es contenido concreto por publicar.

04C · AI CITATIONS & BRAND PERCEPTION

El 63,2% de las respuestas con fuentes cita su sitio

Cuando un motor responde con fuentes, miramos a quién enlaza: al sitio de la institución o a sitios de terceros. Solo cuentan las respuestas que traen fuentes (un motor que responde de memoria no cita, y eso no es un cero: no aplica). De cada mención extraemos los atributos con que los motores describen a la institución.

AI CITATIONS · FUENTES DE LAS RESPUESTAS

63,2%
AI CITATION RATE
de 125 respuestas con fuentes, citan su sitio

13,2%
SHARE OF CITATIONS
de las 1835 fuentes citadas, son de su dominio

Google AI Overviews	53,7% de 41
Google AI Mode	73,8% de 42
Perplexity	61,9% de 42

DOMINIOS MÁS CITADOS EN LAS RESPUESTAS MEDIDAS

1. gradomania.com	87
2. uniscopio.com	77
3. youtube.com	76
4. tiktok.com	59
5. reddit.com	59
6. instagram.com	42
7. iagora.com	40
8. dondeestudiar.eu	35

◆ **Lectura del resultado.** De las 125 respuestas que trajeron fuentes, el 63,2% citó su sitio; y de las 1835 fuentes citadas en total, el 13,2% apunta a su dominio. El dominio más citado en las respuestas de su área es gradomania.com. No verificamos que cada una de esas citas hable de la institución, pero es la fuente que los motores usan para documentar este tema. Aparecer y ser citada son cosas distintas: la tabla muestra los sitios donde conviene que la institución esté bien descrita, y por qué conviene volver citable su propio contenido.

BRAND PERCEPTION · CÓMO LA DESCRIBEN LOS MOTORES

No preguntamos por estos atributos: los detectamos en las respuestas. Cuando un motor menciona a la institución, leemos la frase exacta y marcamos con qué la describe (en línea, práctica, prestigio...). El porcentaje es cuántas de las respuestas que la mencionan usan ese atributo.

Enfoque práctico	46,3%
Internacional	45,8%
Empleabilidad	43,7%
Presencial / campus	32,1%
Prestigio / reputación	27,4%
Innovación / tecnología	20,5%
Precio alto	20%
Online / a distancia	20%

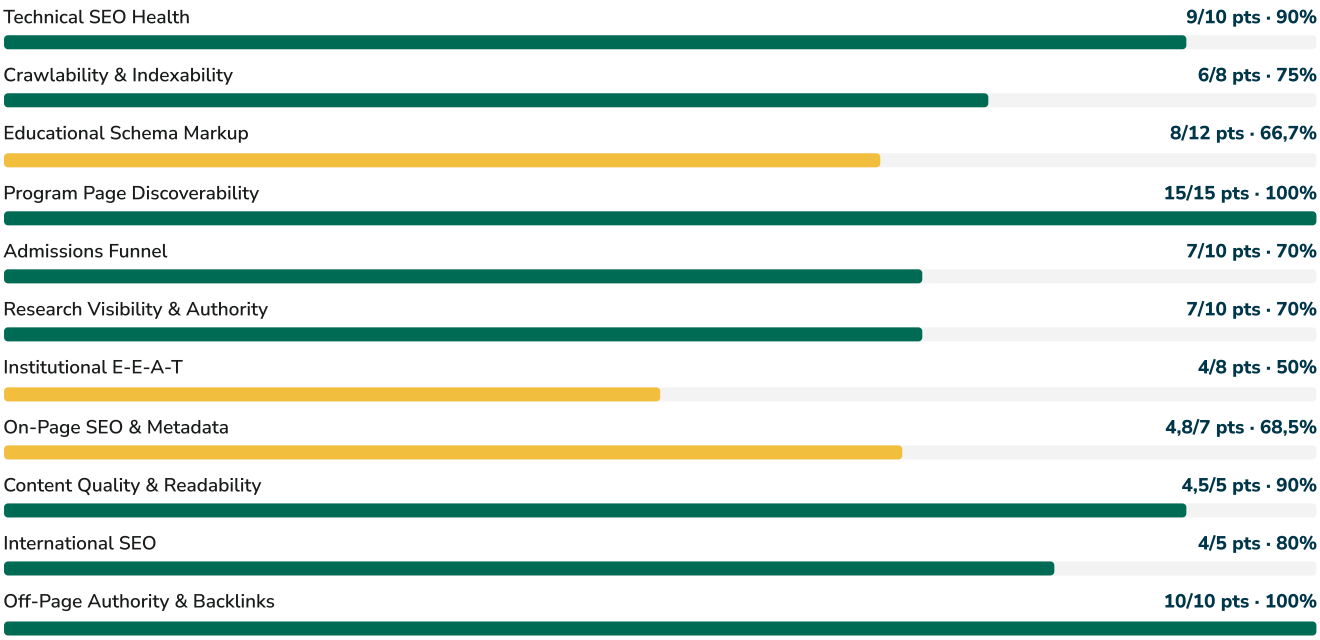
Tono de las 190 respuestas con mención · positivo: 43 · neutro: 142 · negativo: 4 · sin clasificar: 1

◆ **Lectura del resultado.** Cuando los motores la mencionan, la describen sobre todo como enfoque práctico (46,3%) y internacional (45,8%). El tono dominante de esas menciones es neutro. Si un atributo que la institución quiere destacar no está en esta lista, las respuestas medidas todavía no lo asocian con ella: es contenido por publicar.

06 · SEO READINESS SCORE

El sitio obtiene 79,3 sobre 100 en el SEO Readiness Score

El eje SEO mide la base técnica y de contenido del sitio en once dimensiones, ordenadas según el recorrido de un aspirante. Lo no medido queda señalado y nunca cuenta como cero.



AUTORIDAD EXTERNA · FUENTE: ANÁLISIS DE ENLACES (SEMRUSH · UNIVERSIDADEJEMPLO.EXAMPLE · JULIO 2026)

57	6870	846.320	148
SEMRUSH AUTHORITY SCORE	REFERRING DOMAINS	BACKLINKS	ACADEMIC & GOV. REFERRING DOMAINS
escala 0 a 100	dominios que enlazan al sitio	enlaces totales hacia su dominio	dominios .edu, .gov, .mil, .ac y equivalentes por país

◆ **Lectura del resultado.** El SEO Readiness Score es 79,3 sobre 100. Lo más sólido es Program Page Discoverability (100% de su máximo). La de más margen es Institutional E-E-A-T (50%). Verde: sólida. Mostaza: con margen. Rojo: prioridad. Las grises no se midieron en esta medición.

06B · PROGRAM DISCOVERABILITY

Los 10 programas prioritarios, uno por uno

La decisión de matrícula se toma por programa, no por institución. Medimos cada programa con 10 preguntas de descubrimiento (× 3 repeticiones) en ChatGPT, Claude, DeepSeek, Perplexity, y calculamos el **Program Discoverability & Readiness Index (PDI)**, indicador propietario de Benchlab: lo fácil que es para un motor de búsqueda con IA encontrar la página del programa y usar su información.

PROGRAMA	PROGRAM MENTION RATE	PDI	OTRAS INSTITUCIONES NOMBRADAS	NOTA
Grado en Psicología	**15%** 6/40	**10/10** 2/2 · 2/2 · 3/3 · 1/1 · 2/2	U. Beta, U. Alfa	Página del programa: encontrada
Grado en Enfermería	**17,5%** 7/40	**10/10** 2/2 · 2/2 · 3/3 · 1/1 · 2/2	U. Alfa, U. Beta	Página del programa: encontrada
Grado en Derecho	**12,5%** 5/40	**9/10** 2/2 · 2/2 · 3/3 · 1/1 · 1/2	U. Gamma, U. Alfa	Página del programa: encontrada
Grado en Arquitectura	**20%** 8/40	**10/10** 2/2 · 2/2 · 3/3 · 1/1 · 2/2	U. Alfa, U. Beta	Página del programa: encontrada
Grado en Ingeniería Informática	**7,5%** 3/40	**10/10** 2/2 · 2/2 · 3/3 · 1/1 · 2/2	U. Beta, U. Gamma, U. Alfa	Página del programa: encontrada
Grado en Marketing	**12,5%** 5/40	**6/10** 2/2 · 0/2 · 2/3 · 1/1 · 1/2	U. Beta, U. Alfa	Página del programa: encontrada
Grado en Nutrición Humana y Dietética	**17,5%** 7/40	**8/10** 2/2 · 2/2 · 3/3 · 1/1 · 0/2	U. Alfa, U. Beta	Página del programa: encontrada
Grado en Periodismo	**15%** 6/40	**4/10** 2/2 · 0/2 · 1/3 · 1/1 · 0/2	U. Gamma, U. Alfa	Página del programa: encontrada
Grado en Diseño	**22,5%** 9/40	**7/10** 2/2 · 2/2 · 2/3 · 0/1 · 1/2	U. Alfa, U. Beta	Página del programa: encontrada
Grado en Ciencias de la Actividad Física y del Deporte	**17,5%** 7/40	**0/10** 0/2 · 0/2 · 0/3 · 0/1 · 0/2	U. Beta, U. Gamma, U. Alfa	Página del programa: no encontrada por un agente

Cómo leer el PDI (0 a 10)

Página dedicada del programa (2 pts) · datos estructurados que las máquinas entienden (2) · información completa: precio, duración, modalidad, plan de estudios, requisitos e inscripción (3) · texto suficiente y legible (1) · un motor cita su página al responder (2). Un PDI bajo junto a un Program Mention Rate bajo suele indicar que la página ofrece poco que citar; es la brecha de menor costo.

El desglose bajo cada PDI sigue ese mismo orden. Las dos columnas no miden lo mismo: el PDI mide si la página está preparada para que un motor la use, y el Program Mention Rate, si el programa de hecho aparece. Una página puede sacar 6,5 de 10 y aun así 0% de menciones: está preparada, pero todavía no aparece, y conviene revisar la autoridad y el contenido externo antes que la página.

◆ **Lectura del resultado.** El programa con más presencia es Grado en Diseño (22,5% de mención). La página de Grado en Psicología está preparada (PDI 10 de 10), pero el programa casi no aparece (15%): conviene revisar la autoridad y las menciones externas antes que la página.

07 · PLAN DE ACCIÓN

Cinco movimientos, empezando por la dimensión más débil

Ordenados por la brecha de cada dimensión de los dos ejes, de la de más margen a la de menos, con la instrucción concreta para el área responsable.

01 CONSTRUIR PRESENCIA EN LAS FUENTES QUE LA IA CITA

Los motores citan sobre todo fuentes de terceros: Wikipedia actualizada, rankings, prensa de calidad y listados comparativos. Priorizar presencia y datos correctos en esas fuentes.

02 HACER VISIBLES LAS CREDENCIALES INSTITUCIONALES

Publicar en páginas rastreables la acreditación y su vigencia, el registro ante la autoridad educativa, las acreditaciones internacionales, quiénes dirigen la institución y sus facultades, su historia y su información de transparencia. Con esas señales buscadores y motores de IA juzgan quién respalda el contenido.

03 MARCAR PROGRAMAS Y ORGANIZACIÓN CON DATOS ESTRUCTURADOS

Implementar JSON-LD de CollegeOrUniversity en la portada y de EducationalOccupationalProgram o Course en cada página de programa, con provider, programType y descripción. Es el lenguaje con el que buscadores y motores de IA entienden qué ofrece la institución.

04 CORREGIR TÍTULOS Y METADATOS

Títulos únicos de 50 a 60 caracteres con la palabra clave del programa, descripciones de 150 a 160, una sola H1 por página y jerarquía de encabezados sin saltos.

05 MEJORAR EL PROCESO DE ADMISIÓN EN EL SITIO

Página de admisiones indexable con formulario accesible, calendario en texto, preguntas frecuentes con schema y contacto humano visible.