

EJEMPLO PÚBLICO · OCTUBRE DE 2026

# Ejemplo

Una marca extranjera de outdoor en las respuestas de IA en japonés

---

IDIOMA · JAPANESE

PRESENCE MAP · MEASUREMENT: PASTTHECLICK PRESENCE MAP, USED UNDER LICENCE

Un ejemplo público construido con respuestas públicas de IA, con los nombres ocultos. La marca no es cliente de Past The Click.

MAPA DE PRESENCIA • OCTUBRE DE 2026

# Lo que vamos a ver

## 01 **Cómo medimos**

Qué preguntamos, dónde y cómo leímos las respuestas

## 02 **Dónde está la marca**

A quién nombran las respuestas de IA, y de dónde lo sacan

## 03 **Las brechas**

Por qué las respuestas no nombran a la marca

## 04 **El plan**

Qué cubre el trabajo y cómo sabremos si funciona

## 05 **Anexo**

Las tablas detrás de las diapositivas

01 **Cómo medimos**

02 Dónde está la marca

03 Las brechas

04 El plan

05 Anexo

# 01



## Cómo medimos

Qué preguntamos, dónde y cómo leímos las respuestas

MAPA DE PRESENCIA · JAPONÉS · OCTUBRE DE 2026

## Cómo leemos las respuestas de IA



**315**

**preguntas**

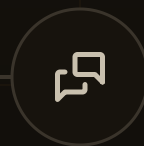
300 tal como las hacen los  
compradores, 15 de  
control



**4**

**motores de IA**

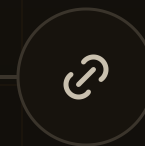
AI Overviews  
AI Mode  
ChatGPT  
Gemini



**1,195**

**respuestas leídas**

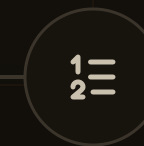
una por pregunta y motor



**4,015**

**enlaces citados**

cada fuente a la que  
apuntan las respuestas



**11**

**marcas contadas**

nombrada, nombrada  
primero, web citada

Cada respuesta se lee igual: a quién nombra, en qué orden y qué páginas cita.

LAS PREGUNTAS · POR TIPO

## Los compradores hacen 5 tipos de pregunta, cada una en un momento distinto

PREGUNTAS

POR EJEMPLO

90

Recomendaciones

“クーラーボックス ブランド 一覧”

90

Situaciones de compra

“1リットルくらいの真空断熱ボトルで、軽いものを比較してください。”

45

Comparaciones

“クーラーバッグ 保冷力 比較”

45

Entender el problema

“真空断熱ボトルとは何ですか?”

30

Alternativas al líder

“Rival C クーラーボックス 30L 代わり”

Más 15 preguntas de control, hechas junto a estas 300.

01 Cómo medimos

**02 Dónde está la marca**

03 Las brechas

04 El plan

05 Anexo

# 02



## Dónde está la marca

A quién nombran las respuestas de IA, y de dónde lo sacan

DÓNDE ESTÁ LA MARCA

## La marca aparece; Rival A aparece más

LA MARCA

28 %



de las respuestas de IA nombran a la marca

VS

RIVAL A

29 %



nombran a Rival A, la marca más nombrada en las respuestas

Después de Rival A, las respuestas nombran sobre todo a Rival B, Rival C y Rival D.

QUIÉN GANA CADA TIPO

Rival C lidera 3 de 5 tipos; la marca, 1

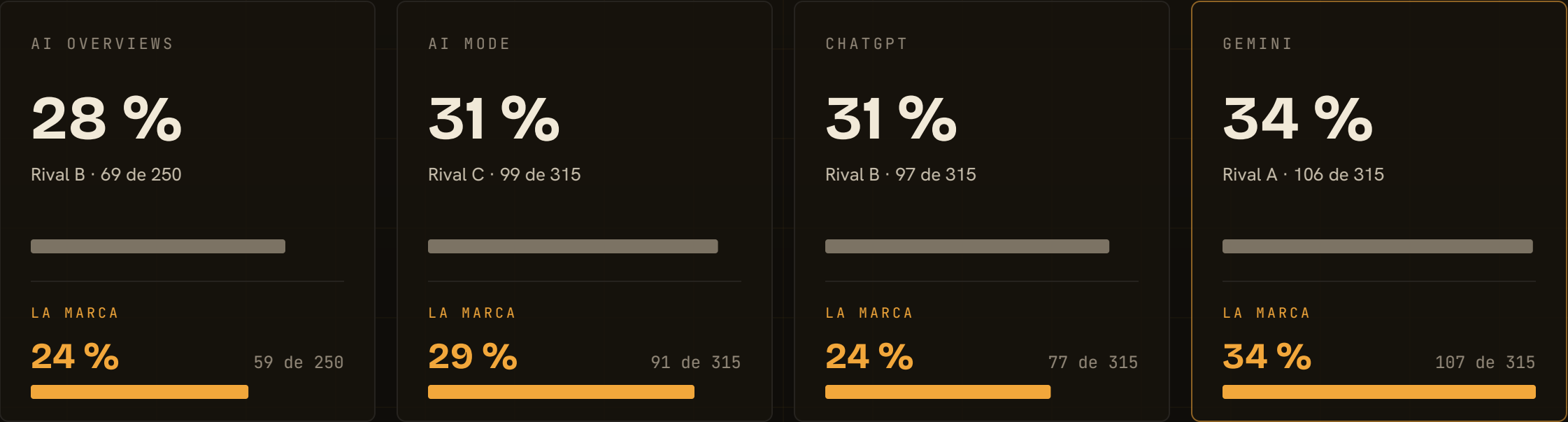
|          | Recomendaciones | Situaciones de compra | Comparaciones  | Alternativas al líder | Entender el problema |
|----------|-----------------|-----------------------|----------------|-----------------------|----------------------|
|          | 343 RESPUESTAS  | 346 RESPUESTAS        | 171 RESPUESTAS | 113 RESPUESTAS        | 166 RESPUESTAS       |
| Rival A  | 31 %            | 27 %                  | 20 %           | 74 %                  | 7 %                  |
| Rival B  | 31 %            | 30 %                  | 16 %           | 39 %                  | 7 %                  |
| Rival C  | 38 %            | 34 %                  | 18 %           | 0                     | 8 %                  |
| Rival D  | 20 %            | 26 %                  | 11 %           | 8 %                   | 5 %                  |
| Rival E  | 13 %            | 9 %                   | 2 %            | 12 %                  | 1 %                  |
| Rival F  | 10 %            | 9 %                   | 1 %            | 20 %                  | 1 %                  |
| La marca | 42 %            | 25 %                  | 16 %           | 43 %                  | 4 %                  |

LA MÁS NOMBRADA DEL TIPO

Porcentaje de las respuestas de cada tipo que nombran a la marca.

MOTOR POR MOTOR

# La marca aparece más en Gemini



Una respuesta por pregunta y motor; la cifra grande es la marca más nombrada en ese motor.

LO QUE DICE LA IA

## Lo que dice la IA **de la marca**



FRAMING · OBSERVED

**La IA presenta a la marca como la hielera rígida premium con la que se comparan las demás**

138 de 334 respuestas citan su construcción rotomoldeada; 31 venden marcas más baratas como su igual.



FRAMING · OBSERVED

**El precio es la pega que la IA le pone a la marca**

150 de las 334 respuestas que nombran a la marca la llaman cara; 30, pesada.



FACT · VERIFIED

**AI Overviews dice que las hieleras rígidas de la marca usan paneles de vacío; usan poliuretano inyectado**

Dos respuestas de AI Overviews dicen paneles de vacío; brand.example dice poliuretano inyectado.

EVIDENCE

[brand.example/products/hard-cooler-45](#)

DE DÓNDE SALEN LAS RESPUESTAS

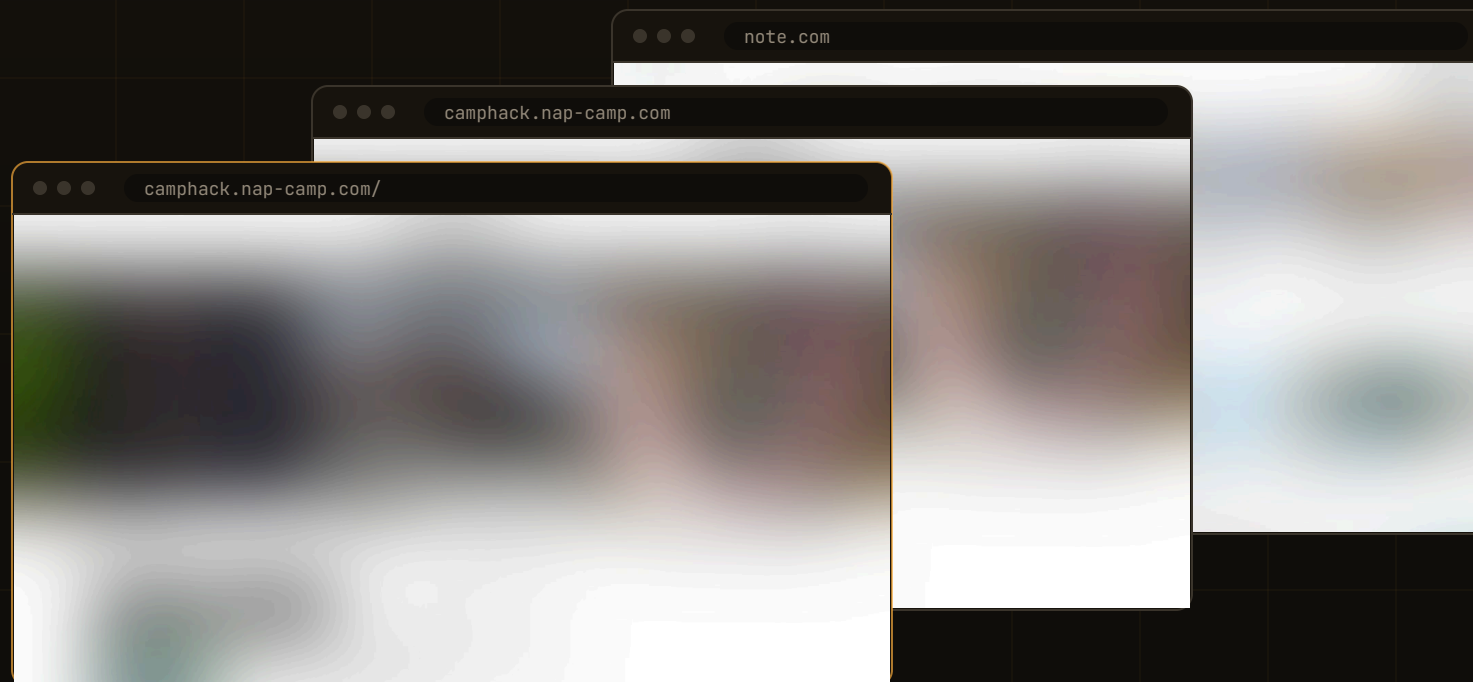
## Los rivales alimentan las respuestas desde sus propias webs

# 90 %

de los enlaces de las respuestas apuntan a webs de terceros: listas, guías, directorios



- Web de la marca · 1 %
- Webs de los rivales · 9 %
- Todos los demás



**01** camphack.nap-camp.com: citada en 66 respuestas, nombra primero a Rival B

**02** camphack.nap-camp.com: citada en 61 respuestas, nombra primero a Rival B

**03** note.com: citada en 61 respuestas

- 01 Cómo medimos
- 02 Dónde está la marca
- 03 Las brechas**
- 04 El plan
- 05 Anexo

# 03



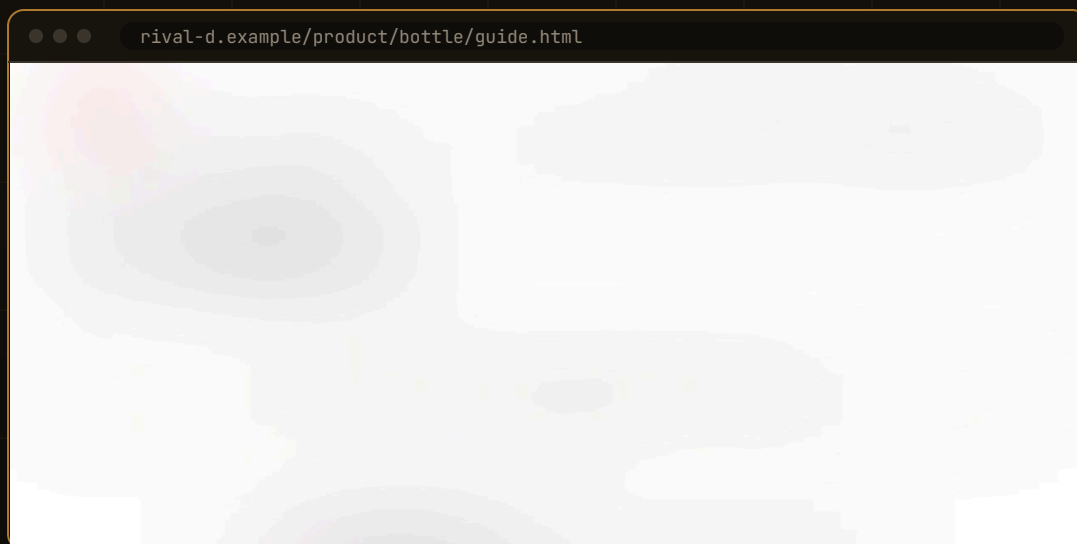
## Las brechas

Por qué las respuestas no nombran a la marca

BRECHA 1 • PUBLICAR LAS CIFRAS DE FRÍO

## Darle a la IA las cifras de retención de frío con las que compara

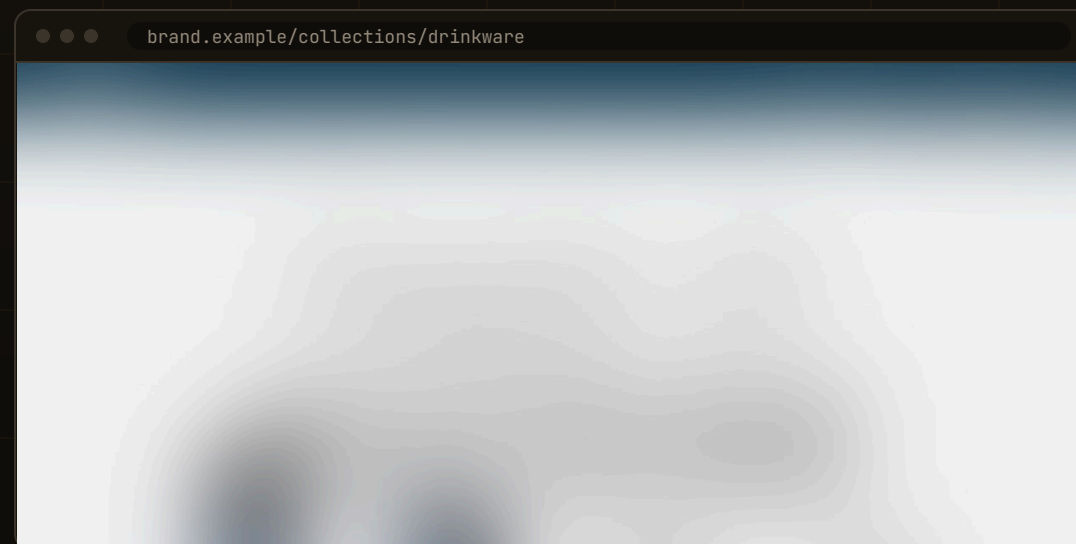
LO QUE GANA



rival-d.example, guía de compra: de un rival, en 8 respuestas

- La página de botellas y vasos dice que la bebida se mantiene fría "durante horas" y no da ninguna cifra

LO QUE TIENE LA MARCA



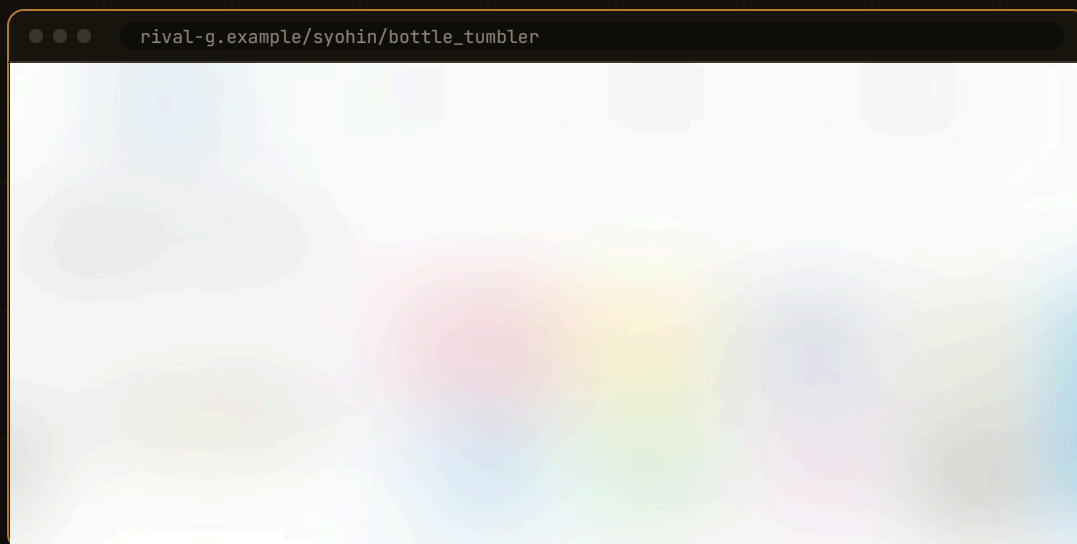
brand.example/collections/drinkware: no la cita ninguna

- A los rivales se les compara por la cifra de frío a las 6 horas: 保冷効力 aparece en 35 respuestas

BRECHA 2 • BOTELLAS Y VASOS

## Botellas y vasos, el punto ciego de la marca en las respuestas

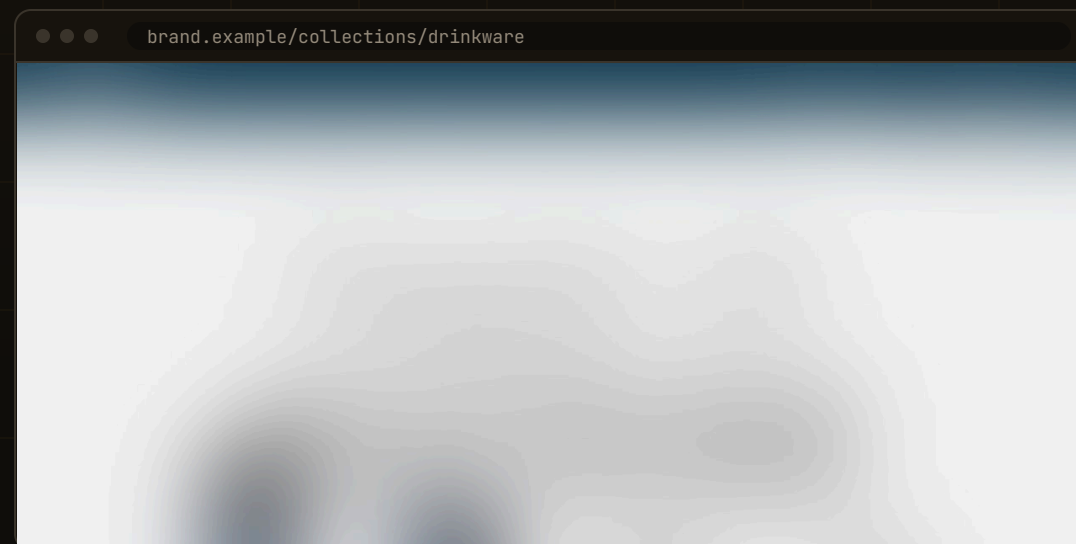
LO QUE GANA



**Botellas y vasos de rival-g.example: citada en 15 respuestas**

- Las respuestas citan modelos, precios y cifras a las 6 horas de Rival D y Rival G

LO QUE TIENE LA MARCA



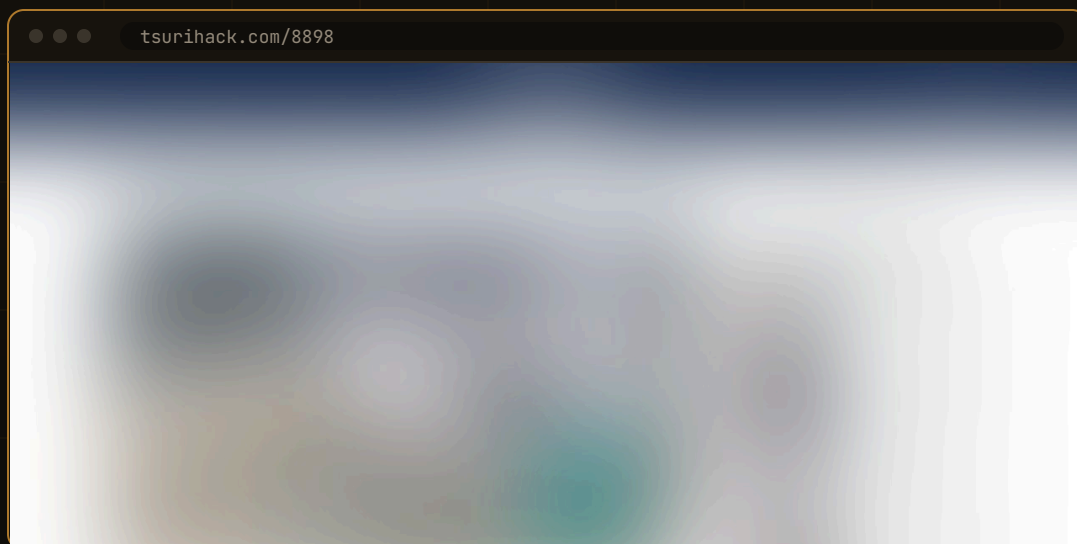
**brand.example/collections/drinkware: no la cita ninguna**

- La facilidad de lavado y las tapas sin juntas deciden muchas respuestas; las páginas de la marca no las tratan

BRECHA 3 · PESCA

## Pesca: se compara el frío de dos rivales; la marca no tiene cifra

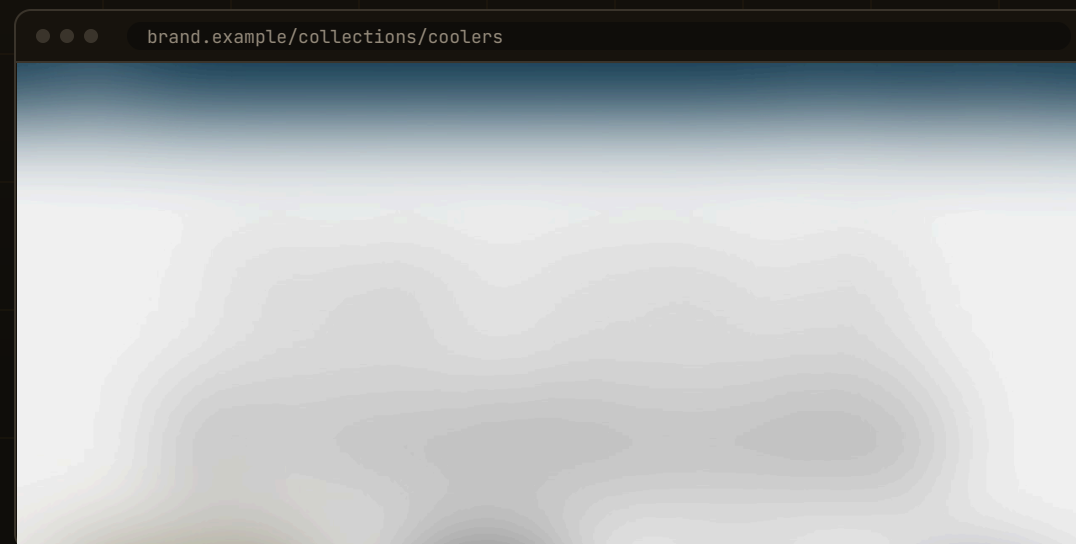
LO QUE GANA



tsurihack.com, guía de hieleras: 27 respuestas, ninguna la nombra

- La clasificación de Rival A aparece en 68 respuestas y la de Rival C en 44; la marca no publica ninguna cifra comparable

LO QUE TIENE LA MARCA



brand.example/collections/coolers: citada en 2 respuestas

- Las respuestas de pesca valoran el peso, si aguanta sentarse encima y el desagüe; las páginas de la marca no hablan a los pescadores

- 01 Cómo medimos
- 02 Dónde está la marca
- 03 Las brechas
- 04 El plan**
- 05 Anexo

# 04

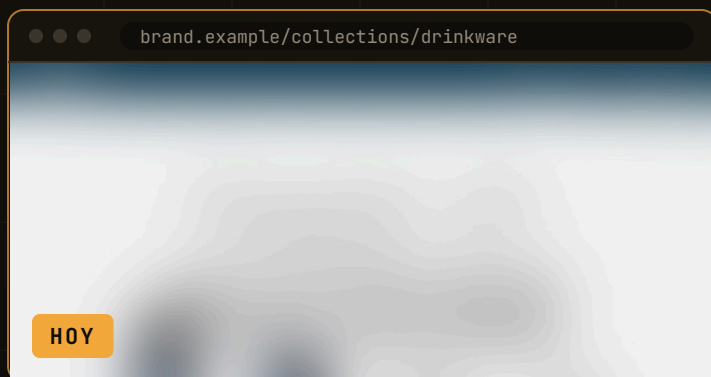


## El plan

Qué cubre el trabajo y cómo sabremos si funciona

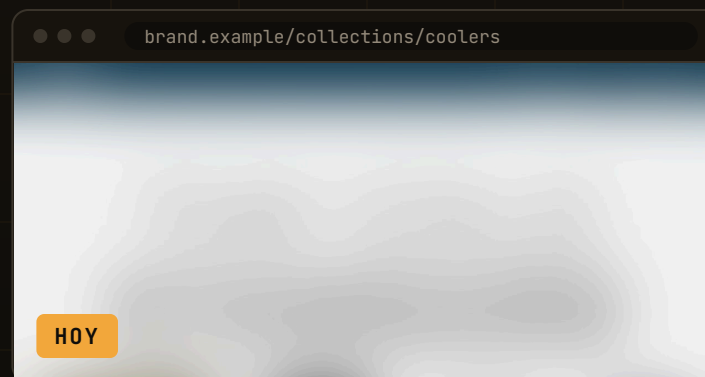
## EJEMPLO • JUGADA 1 COMPLETA

# Una jugada completa: **Publicar las cifras de frío**



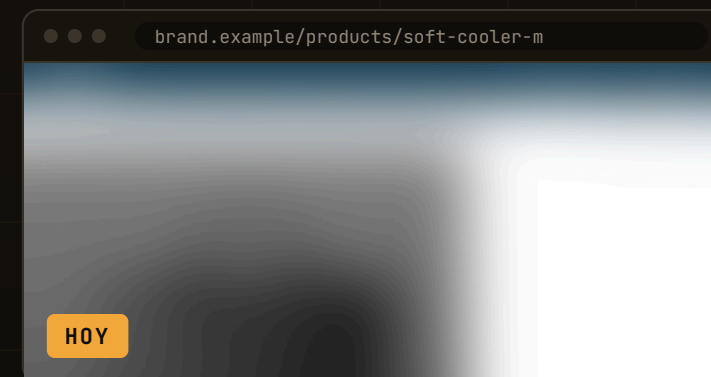
## 01 Tabla de frío de botellas

- Temperatura a las 6 horas por modelo y tamaño, medida como la publican los fabricantes japoneses
- Tipo de tapa, piezas que lavar y uso en lavavajillas por modelo
- Qué tapas no gotean dentro de una bolsa



## 02 Tabla de días de hielo

- Días de hielo por modelo según una prueba declarada
- Paredes rotomoldeadas con poliuretano inyectado, no paneles de vacío
- Peso y si aguanta sentarse encima, por modelo



## 03 Tabla de hieleras blandas

- Horas de frío por modelo con acumuladores
- Si gotea, peso y cómo se lleva (hombro, mochila)

JUGADAS 2 Y 3

## Jugadas 2 y 3: se detallan en el contrato

Japanese comparison sites the answers cite (my-best and similar)



# 14 de 173

La marca nombrada en respuestas de botellas y vasos

**Pruebas de terceros**

1 ENTREGABLE • SE DETALLA EN EL CONTRATO

New page on brand.example



# 16 de 153

La marca nombrada en respuestas de pesca

**Página de pesca + prueba en un medio de pesca**

2 ENTREGABLES • SE DETALLAN EN EL CONTRATO

CÓMO LO SABREMOS

3 cifras para la siguiente lectura



Debajo de cada cifra, el rival que mejor está hoy en esa medida. La siguiente lectura hace las mismas preguntas en los mismos motores.

PARA CERRAR

# 3 jugadas, y después volvemos a leer las respuestas

---

**01** Publicar las cifras de frío

**02** Botellas y vasos

**03** Pesca

- 01 Cómo medimos
- 02 Dónde está la marca
- 03 Las brechas
- 04 El plan

**05 Anexo**

# 05



## Anexo

Las tablas detrás de las diapositivas

ANEXO • PORCENTAJE DE RESPUESTAS

Cada marca, porcentaje de respuestas

| MARCA    | PORCENTAJE DE RESPUESTAS | RESPUESTAS  |
|----------|--------------------------|-------------|
| Rival A  | <div></div> 29 %         | 346 de 1195 |
| La marca | <div></div> 28 %         | 334 de 1195 |
| Rival B  | <div></div> 26 %         | 309 de 1195 |
| Rival C  | <div></div> 25 %         | 300 de 1195 |
| Rival D  | <div></div> 17 %         | 207 de 1195 |
| Rival E  | <div></div> 8 %          | 95 de 1195  |
| Rival F  | <div></div> 8 %          | 91 de 1195  |
| Rival G  | <div></div> 7 %          | 80 de 1195  |
| Rival H  | <div></div> 7 %          | 79 de 1195  |
| Rival I  | <div></div> 7 %          | 78 de 1195  |

1195 respuestas a 315 preguntas en AI Overviews, AI Mode, ChatGPT y Gemini, octubre de 2026. Resaltada: la marca.

ANEXO • PÁGINAS DECISIVAS

Las páginas más citadas; resaltadas, las de una jugada

| PÁGINA                        | CITADA POR     | NOMBRA                | JUGADA   |
|-------------------------------|----------------|-----------------------|----------|
| camphack.nap-camp.com         | <div></div> 66 | Rival B               |          |
| camphack.nap-camp.com         | <div></div> 61 | Rival B               |          |
| note.com                      | <div></div> 61 | ninguna marca seguida |          |
| detail.chiebukuro.yahoo.co.jp | <div></div> 60 | ninguna marca seguida |          |
| note.com                      | <div></div> 58 | ninguna marca seguida |          |
| detail.chiebukuro.yahoo.co.jp | <div></div> 53 | ninguna marca seguida |          |
| tsurihack.com                 | <div></div> 41 | ninguna marca seguida | Jugada 3 |
| tsurihack.com                 | <div></div> 39 | ninguna marca seguida | Jugada 3 |

Citada por: respuestas que citan la página. Nombra: las marcas seguidas que nombra la página.

ANEXO • LAS PREGUNTAS DETRÁS DE CADA JUGADA

# Lo que preguntan los compradores, **jugada a jugada**

 **Jugada 1: Publicar las cifras de frío**

IN THE ANSWERS TODAY

**51 de 1.195**

Respuestas que citan brand.example  
1144 de 1195 respuestas no citan brand.example

Cada pregunta y cada respuesta, numeradas, están en el libro anexo.

 **Jugada 2: Botellas y vasos**

IN THE ANSWERS TODAY

**14 de 173**

La marca nombrada en respuestas de botellas y vasos  
134 de 1195 respuestas a las 36 preguntas de botellas y vasos que la marca pierde

 **Jugada 3: Pesca**

IN THE ANSWERS TODAY

**16 de 153**

La marca nombrada en respuestas de pesca  
102 de 1195 respuestas a las 27 preguntas de pesca que la marca pierde

ANEXO · TODAS LAS OPORTUNIDADES

# 5 oportunidades, la más ganable primero

| NIVEL                | OPORTUNIDAD                                         | RESPUESTAS QUE ALCANZA   |
|----------------------|-----------------------------------------------------|--------------------------|
| W3 · PROBADA, TUYA   | Jugada 1: Publicar las cifras de frío               | <div></div> 1144 de 1195 |
| W2 · NECESITA A OTRO | Jugada 2: Botellas y vasos                          | <div></div> 134 de 1195  |
| W2 · NECESITA A OTRO | Jugada 3: Pesca                                     | <div></div> 102 de 1195  |
| W2 · NECESITA A OTRO | No es jugada: hieleras blandas                      | <div></div> 98 de 1195   |
| W1 · HIPÓTESIS       | No es jugada: la afirmación de los paneles de vacío | <div></div> 2 de 1195    |

Ordenadas por lo ganables que son y, después, por las respuestas que alcanza cada una. W3: la palanca funciona y la mueve el cliente. W2: necesita a otro. W1: una hipótesis, nunca una jugada. Las jugadas son las tres primeras de W2 para arriba.