

¿Qué dicen los asistentes de IA sobre tu negocio?

Clínica Dental Ejemplo

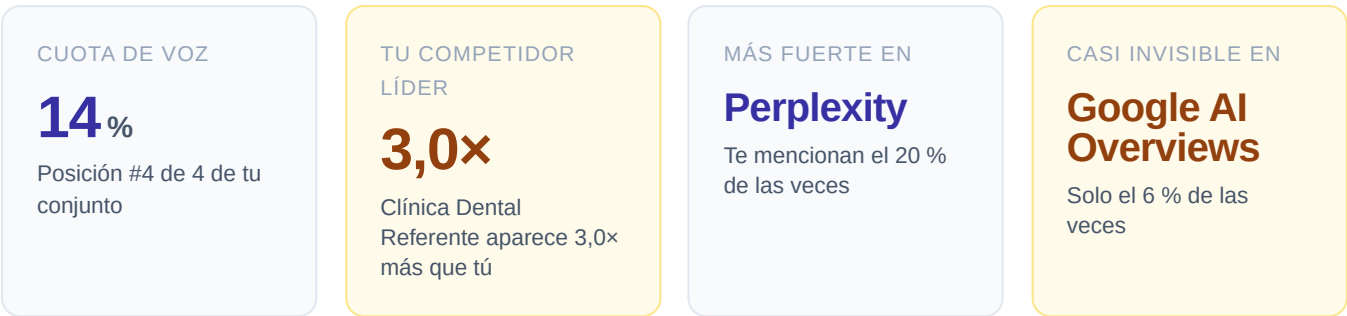
TU CUOTA DE VOZ

14 %

Frente a **Clínica Dental Referente**, el competidor más visible de tu conjunto, que alcanza el **42 %** — **aparece 3,0× más que tú.**

julio de 2026 · Metodología v1.0

✦ Tu panorama en un vistazo



No apareces en **29 de 40** preguntas de paciente que probamos. Cada una es un paciente al que la IA recomendó otra clínica en vez de la tuya.

1 Resumen ejecutivo

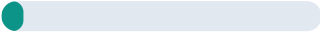
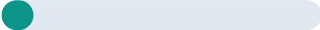
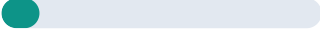
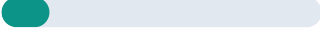
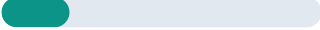
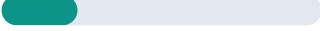
De las 40 preguntas que tus clientes potenciales hacen a los asistentes de IA sobre odontología en tu ciudad, tu clínica aparece en el 14 % de las respuestas. El competidor más visible, Clínica Dental Referente, aparece en el 42 % — tres veces más. La causa no es tu web: está bien posicionada en Google. El problema es que los asistentes de IA no citan webs de clínicas, citan directorios sanitarios, y tu ficha en los dos directorios que dominan tu sector está incompleta o ausente. Este es un ejemplo ilustrativo del tipo de informe que recibirás; los datos corresponden a un caso ficticio.

2 Desglose por asistente

ASISTENTE	MENCIONES	CITAS A TU WEB	PROMINENCIA
ChatGPT	18 %	4 %	Mencionada al final de listas de 5+ clínicas
Google Gemini	12 %	0 %	Rara vez mencionada; nunca en primer lugar
Perplexity	20 %	8 %	Mencionada con cita a un directorio, no a tu web
Google AI Overviews	6 %	0 %	Prácticamente ausente

Y por tipo de pregunta del paciente

Dónde te encuentra la IA a lo largo de la decisión del paciente — de peor a mejor.

TIPO DE PREGUNTA		TE MENCIONAN
Precio y coste		7 %
Tratamientos concretos		10 %
Urgencias		12 %
Comparación y confianza		15 %
Descubrimiento (¿mejor clínica?)		21 %
Seguros y mutuas		24 %

3 Por qué tu competencia aparece más

Las causas no son genéricas: salen de comparar qué fuentes cita realmente la IA en tu sector frente a las que te mencionan a ti. Esto es lo que hace que tu competencia aparezca por delante.

Tu ficha en el directorio sanitario líder está incompleta y sin reseñas recientes

Ese directorio es la fuente citada en 34 de las 40 preguntas analizadas. Tu perfil no incluye precios orientativos ni descripción de tratamientos, campos que los asistentes usan para construir sus respuestas.

No apareces en el registro del colegio profesional con datos de contacto completos

Segunda fuente más citada (19 de 40 preguntas), especialmente en consultas que incluyen las palabras «colegiado» o «acreditado».

Tu web no responde a preguntas de precio en formato directo

Las 11 preguntas del tipo «¿cuánto cuesta...?» no produjeron ninguna cita a tu dominio. Los asistentes citaron páginas de competidores que muestran horquillas de precio explícitas.

4 Lo que ve un paciente

Preguntas reales que probamos, con las clínicas que nombró la IA y las fuentes en las que se apoyó para responder.

«¿Cuál es la mejor clínica dental para implantes en tu ciudad?»

CLÍNICAS QUE NOMBRÓ LA IA Clínica Dental Referente · Instituto Dental Central

FUENTES CITADAS doctoralia.es · google.com · topdoctors.es

TU CLÍNICA **No aparece**

«¿Qué clínica dental recomiendan para ortodoncia invisible?»

CLÍNICAS QUE NOMBRÓ LA IA Clínica Dental Referente · Dental Sonríe

FUENTES CITADAS doctoralia.es · instagram.com

TU CLÍNICA **No aparece**

«Recomiéndame un dentista de confianza cerca del centro»

CLÍNICAS QUE NOMBRÓ LA IA Instituto Dental Central · Clínica Dental Ejemplo

FUENTES CITADAS google.com

TU CLÍNICA **Sí aparece**

5 Hoja de ruta priorizada

1

Completar la ficha en el directorio sanitario líder: precios orientativos, descripción de los tratamientos principales, horario y fotos del equipo

Es la fuente citada en el 85 % de las respuestas analizadas. Es el único cambio que afecta a las cuatro superficies a la vez.

Impacto: Alto

Esfuerzo: 2–3 horas

2

Solicitar reseñas a pacientes recientes (objetivo: 20 en 60 días)

Los asistentes priorizan fichas con volumen de reseñas al construir listas de recomendación. El competidor líder tiene 147; el caso ejemplo, 11.

Impacto: Alto

Esfuerzo: Continuo

3

Publicar una página de precios con horquillas explícitas por tratamiento

Cubre las 11 preguntas de precio donde ahora no apareces en absoluto.

Impacto: Medio

Esfuerzo: 1 día

4

Actualizar el registro del colegio profesional con web y teléfono

Segunda fuente más citada, y la que domina las consultas sobre acreditación profesional.

Impacto: Medio

Esfuerzo: 1 hora

5

Añadir marcado schema.org y FAQPage a la web

Mejora la interpretación por parte de los rastreadores, aunque su efecto es indirecto frente a las acciones anteriores.

Impacto: Bajo

Esfuerzo: 3 horas

6 Comparativa con tu competencia

NEGOCIO	MENCIONES	CUOTA DE VOZ	
Clínica Dental Referente	42 %	42 %	
Instituto Dental Central	27 %	27 %	
Dental Sonríe	17 %	17 %	
Clínica Dental Ejemplo	14 %	14 %	

Nota de metodología. Los resultados reflejan una muestra en un momento dado; las respuestas de los asistentes de IA varían entre ejecuciones y con el tiempo. El muestreo de Google AI Overviews depende del rastreo de nuestros proveedores de datos, que puede ir por detrás de los resultados en vivo. Metodología v1.0, julio de 2026.