

ÍNDICE DE VISIBILIDAD EN IA

ÍNDICE DE VISIBILIDAD EN IA MÉXICO 2026

La memoria define el primer ranking.

Qué marcas recomiendan ChatGPT y Gemini a los consumidores mexicanos en 14 industrias, y por qué las marcas que recuerdan suelen ser las mismas que encuentran.

28,000RESPUESTAS DE IA
ANALIZADAS**1,400**

PREGUNTAS EN ESPAÑOL

14

INDUSTRIAS

LA ELECCIÓN YA ESTÁ HECHA

Durante veinte años, las reglas para ser encontrado en internet fueron claras para todos. Una marca se ganaba su lugar en una página de resultados de búsqueda, y después era una persona quien elegía. Sin embargo, en 2026, cuando alguien le pregunta a un asistente de IA como ChatGPT o Gemini qué banco, aerolínea o aseguradora elegir, recibe una respuesta breve con un puñado de marcas, no una lista de enlaces. La realidad es que, en 2026, para ese momento la elección ya está hecha.

Este Índice mide cómo se toma esa decisión en México, la segunda economía más grande de América Latina. Es la segunda edición de geoSurge y, esta vez, duplicamos el alcance de la primera. Hicimos 1,400 preguntas en español sobre 14 industrias, que produjeron 28,000 respuestas, y el patrón es constante: los asistentes de IA parten de su memoria.

Lo que un modelo ya sabe sobre una industria determina si busca, qué busca y qué marcas encuentra.

EN UNA LÍNEA

En 12 de las 14 industrias, la marca que la IA recuerda primero es la marca que menciona primero después de buscar en la web.

Esto cambia la forma en que los líderes de marketing deben pensar en sus presupuestos y en su atención. La optimización para buscadores, los medios pagados y los contenidos propios parten de que el cliente empieza con una pregunta abierta. Este informe muestra que, cada vez más, la pregunta ya está medio respondida antes de que alguien busque.

La buena noticia es que esto se puede medir, y varía según la industria. En telecomunicaciones, los modelos casi no miran más allá de las marcas que ya conocen. En alimentos y bebidas, ninguna marca domina la categoría y el terreno está abierto. El primer paso de cualquier estrategia de IA es saber en cuál de esas situaciones se encuentra su marca.

Cómo aparece una marca en la IA ya es un tema de consejo directivo. geoSurge publica este Índice para que las marcas mexicanas puedan responderlo con evidencia y no con suposiciones.

Francisco Vigo

CEO y cofundador, geoSurge

CINCO HALLAZGOS

En 14 industrias y 28,000 respuestas, destacan cinco hallazgos.

- 1 Amazon es la única marca que pierde el primer lugar, y lo pierde dos veces.** Sin búsqueda web, ChatGPT y Gemini mencionan primero a Amazon tanto en ropa como en belleza. Con búsqueda, cae al tercer lugar en ambas. En ropa y accesorios baja 28.6 puntos y Mercado Libre toma el liderazgo. En belleza y cuidado personal baja 21.8 puntos y Sephora toma el liderazgo.
- 2 En el resto, el líder se mantiene pero pierde terreno.** En 12 de 14 industrias, la marca más mencionada sin búsqueda sigue siendo la más mencionada con ella. La búsqueda reduce la ventaja, pero no cambia el nombre. AXA sigue en primer lugar en seguros pese a caer 16.4 puntos. PlayStation se mantiene en segundo lugar en videojuegos, pero pierde 19.7 puntos.
- 3 Gemini responde muchas veces solo de memoria.** ChatGPT buscó en 97% de las respuestas en las que podía hacerlo. Gemini omitió la búsqueda en más de un tercio (38%), y en más de la mitad de sus respuestas sobre tiendas departamentales, belleza, farmacias y ropa. Cuando un modelo no busca, la respuesta sale por completo de lo que ya sabe.
- 4 Lo que el modelo recuerda decide lo que busca.** Cuando ChatGPT y Gemini mencionaron una marca en una búsqueda, cerca de tres de cada cuatro veces era una marca que ya estaba en su Top 10 de memoria. Ser buscado casi siempre significa ser recomendado: en Gemini, una marca que apareció en la búsqueda del propio modelo llegó a la respuesta final 97% de las veces; en ChatGPT, 77%.
- 5 ChatGPT elige sus fuentes antes de buscar.** En 83% de las respuestas en las que buscó, la primera búsqueda de ChatGPT ya le indicaba al buscador qué sitio revisar, por ejemplo "planes de celular site:telcel.com". Ninguna pregunta mencionaba una marca, así que esas elecciones salieron de la memoria. Dos de cada tres páginas que citó venían de un sitio elegido de antemano. Gemini nunca lo hizo.

12 /14

INDUSTRIAS DONDE EL LÍDER DE MEMORIA SIGUE AL FRENTE CON BÚSQUEDA

38%

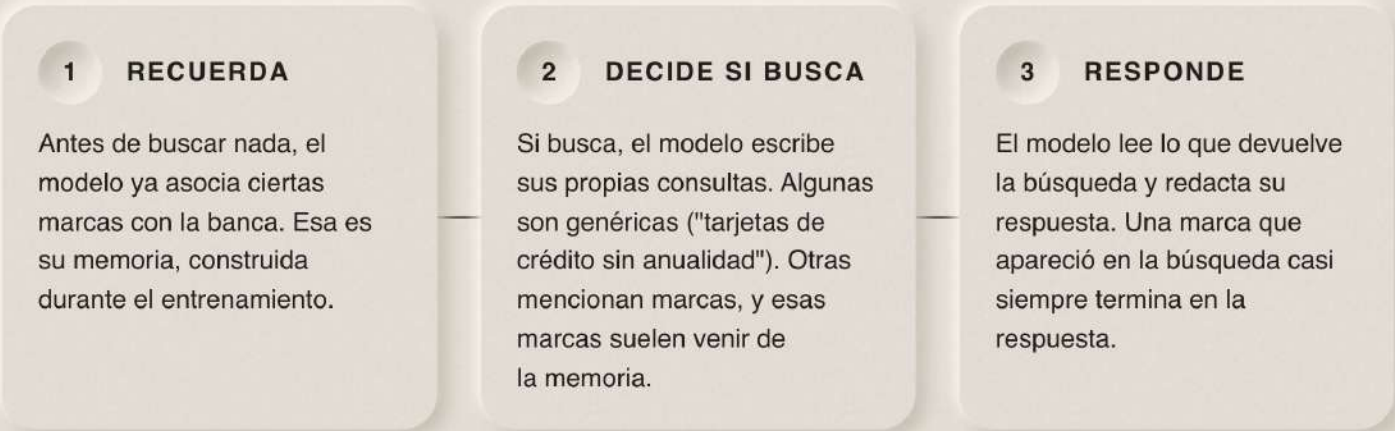
RESPUESTAS DE GEMINI SIN BÚSQUEDA PESE A TENERLA DISPONIBLE

83%

PRIMERAS BÚSQUEDAS DE CHATGPT QUE YA INDICABAN UN SITIO

¿CÓMO PRODUCE UNA RESPUESTA LA IA?

Si le pregunta a ChatGPT o a Gemini "¿qué banco me conviene para mi primera tarjeta de crédito?", ocurren tres cosas, en este orden.



geoSurge midió cada paso haciendo cada pregunta dos veces: una con la búsqueda web desactivada, que muestra solo la memoria, y otra con la búsqueda disponible.

CHATGPT Y GEMINI BUSCAN DE FORMA DISTINTA

Porcentaje de respuestas con búsqueda web disponible. Las 14 industrias.



El paso a la respuesta se mide en respuestas donde el modelo buscó esa marca. El porcentaje de búsquedas site: se mide en respuestas donde ChatGPT buscó.

LA BÚSQUEDA REDUCE LA VENTAJA. DOS VECES, CAMBIA EL NOMBRE.

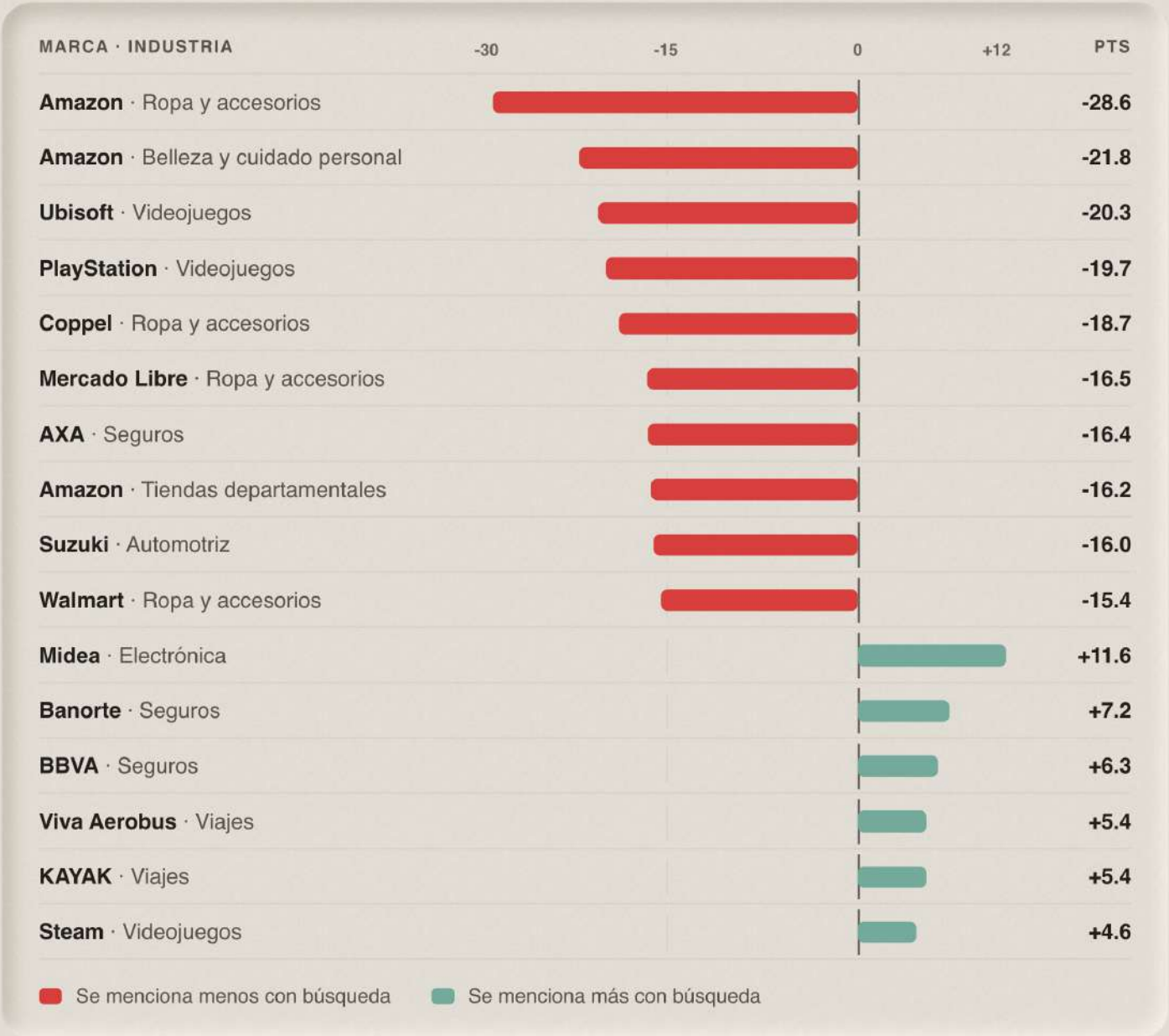
La marca que la IA más menciona de memoria en cada industria, y con qué frecuencia la menciona cuando puede buscar. En 12 de 14 sigue en primer lugar. En belleza y en ropa, Amazon cede el liderazgo a Sephora y a Mercado Libre.



Visibilidad: porcentaje de respuestas que mencionan la marca. ChatGPT y Gemini con el mismo peso. Ordenado por cambio. El líder de memoria pierde participación en 13 de 14 industrias; solo Great Value gana.

A QUIÉN AYUDA LA BÚSQUEDA, Y A QUIÉN PERJUDICA

Cuando los modelos pueden buscar, la mayoría de las marcas se mencionan menos: las respuestas se reparten entre más opciones. Los marketplaces son los que más caen. Ganan las marcas con productos, precios y comparativas actuales que el modelo puede encontrar.



Cambio en visibilidad, en puntos porcentuales, con búsqueda web disponible frente a sin ella. Las diez mayores caídas y las seis mayores alzas. Midea entró desde fuera del Top 10; todas las demás marcas están en ambos Top 10.

TOYOTA ES INTOCABLE; KIA SUPERA A NISSAN

Toyota lidera con y sin búsqueda. Cuando los modelos buscan, Kia sube al segundo lugar y Nissan baja al tercero, con una pérdida de 11.7 puntos. ChatGPT es el que más busca por marca en esta industria: 79% de sus búsquedas sobre autos mencionan a un fabricante. Fuera del Top 10, BYD sube del lugar 14 al 12.



TOP 10 SIN Y CON BÚSQUEDA WEB



Fuentes más citadas: sitio de prensa de Toyota, kia.com, nissan.com.mx. *Porcentaje de respuestas que mencionan a cada fabricante; ChatGPT y Gemini con el mismo peso.*

LOS CUATRO GRANDES SE MANTIENEN; REVOLUT Y OPENBANK SUBEN

Santander, Nu, BBVA y HSBC conservan los cuatro primeros lugares en ambas condiciones. La búsqueda ayuda a los jugadores más nuevos de la parte baja. Revolut salta del lugar 42 al 21 y Openbank del 25 al 17. Banamex entra al Top 10 y Hey Banco sale. La Condusef es la fuente no bancaria más citada.

66.5%

SANTANDER CON BÚSQUEDA,
SIGUE EN PRIMER LUGAR

#21

REVOLUT CON BÚSQUEDA,
ANTES EN EL LUGAR 42

#17

OPENBANK CON BÚSQUEDA,
ANTES EN EL LUGAR 25

TOP 10 SIN Y CON BÚSQUEDA WEB



Fuentes más citadas: santander.com.mx, bbva.mx, blog.nu.com.mx. Porcentaje de respuestas que mencionan a cada marca; ChatGPT y Gemini con el mismo peso.

SEPHORA LE QUITA LA CORONA A AMAZON

Sin búsqueda, Amazon es la marca de belleza que más menciona la IA. Con búsqueda, cae 21.8 puntos al tercer lugar y Sephora pasa al primero. La búsqueda favorece a las tiendas especializadas y a las marcas de producto: Garnier y Dior entran al Top 10. Gemini buscó en menos de la mitad de sus respuestas sobre belleza.



TOP 10 SIN Y CON BÚSQUEDA WEB



Fuentes más citadas: sephora.com.mx, walmart.com.mx, sallymexico.com. *Porcentaje de respuestas que mencionan a cada marca; ChatGPT y Gemini con el mismo peso.*

NINGUNA MARCA DOMINA LA CATEGORÍA

Es la categoría más abierta del Índice. Incluso el líder, Great Value, la marca propia de Walmart, aparece en menos de una de cada cinco respuestas. Como ninguna marca domina, los modelos buscan por necesidad y no por nombre. Solo 23% de las búsquedas de ChatGPT y 5% de las de Gemini mencionaron una marca. Bimbo sube del quinto al tercer lugar con búsqueda.



TOP 10 SIN Y CON BÚSQUEDA WEB



Fuentes más citadas: walmart.com.mx, gob.mx, soriana.com. Porcentaje de respuestas que mencionan a cada marca; ChatGPT y Gemini con el mismo peso.

LIVERPOOL LIDERA; LOS MARKETPLACES RETROCEDEN

Liverpool, Coppel y Sears conservan los tres primeros lugares en ambas condiciones. La búsqueda golpea más a los marketplaces. Amazon cae 16.2 puntos, del sexto al octavo lugar, y Walmart pierde 11.1 puntos. Soriana entra al Top 10. Gemini buscó en solo 43% de sus respuestas sobre tiendas departamentales, la tasa más baja del Índice.



TOP 10 SIN Y CON BÚSQUEDA WEB



Fuentes más citadas: liverpool.com.mx,oppel.com,elpalaciodehierro.com. *Porcentaje de respuestas que mencionan a cada marca; ChatGPT y Gemini con el mismo peso.*

EL TEC Y LA UNAM, EMPATADOS EN LA CIMA

Sin búsqueda, el Tecnológico de Monterrey y la UNAM empatan con 45.9%. La búsqueda mantiene a las mismas instituciones líderes, pero suma más opciones, por lo que la mayoría pierde participación. La Universidad Anáhuac sigue en tercer lugar, pero cae 8.2 puntos. La visibilidad mide la presencia en las respuestas, no la calidad académica.

45.9%

EL TEC Y LA UNAM,
EMPATADOS SIN BÚSQUEDA

-8.2 pts

UNIVERSIDAD ANÁHUAC,
SIGUE EN TERCER LUGAR

10/10

MISMAS INSTITUCIONES EN
AMBOS TOP 10

TOP 10 SIN Y CON BÚSQUEDA WEB

SIN BÚSQUEDA WEB · SOLO MEMORIA				CON BÚSQUEDA WEB DISPONIBLE			
1	Tecnológico de Monterrey		45.9%	1	Tecnológico de Monterrey		43.5%
2	UNAM		45.9%	2	UNAM		42.9%
3	Universidad Anáhuac		42.6%	3	Universidad Anáhuac		34.4%
4	Instituto Politécnico Nacional		35.1%	4	Instituto Politécnico Nacional		30.1%
5	Universidad Iberoamericana		34.8%	5	Universidad Iberoamericana		28.6%
6	UVM		32.0%	6	ITAM		27.2%
7	ITAM		28.9%	7	UVM		24.5%
8	Universidad Panamericana		24.2%	8	Universidad Panamericana		21.2%
9	Universidad Tecmilenio		23.6%	9	UNITEC		20.0%
10	UNITEC		21.0%	10	Universidad Tecmilenio		17.1%
11+	Fuera del Top 10			11+	Fuera del Top 10		
Sube				Baja			
Mantiene su lugar							

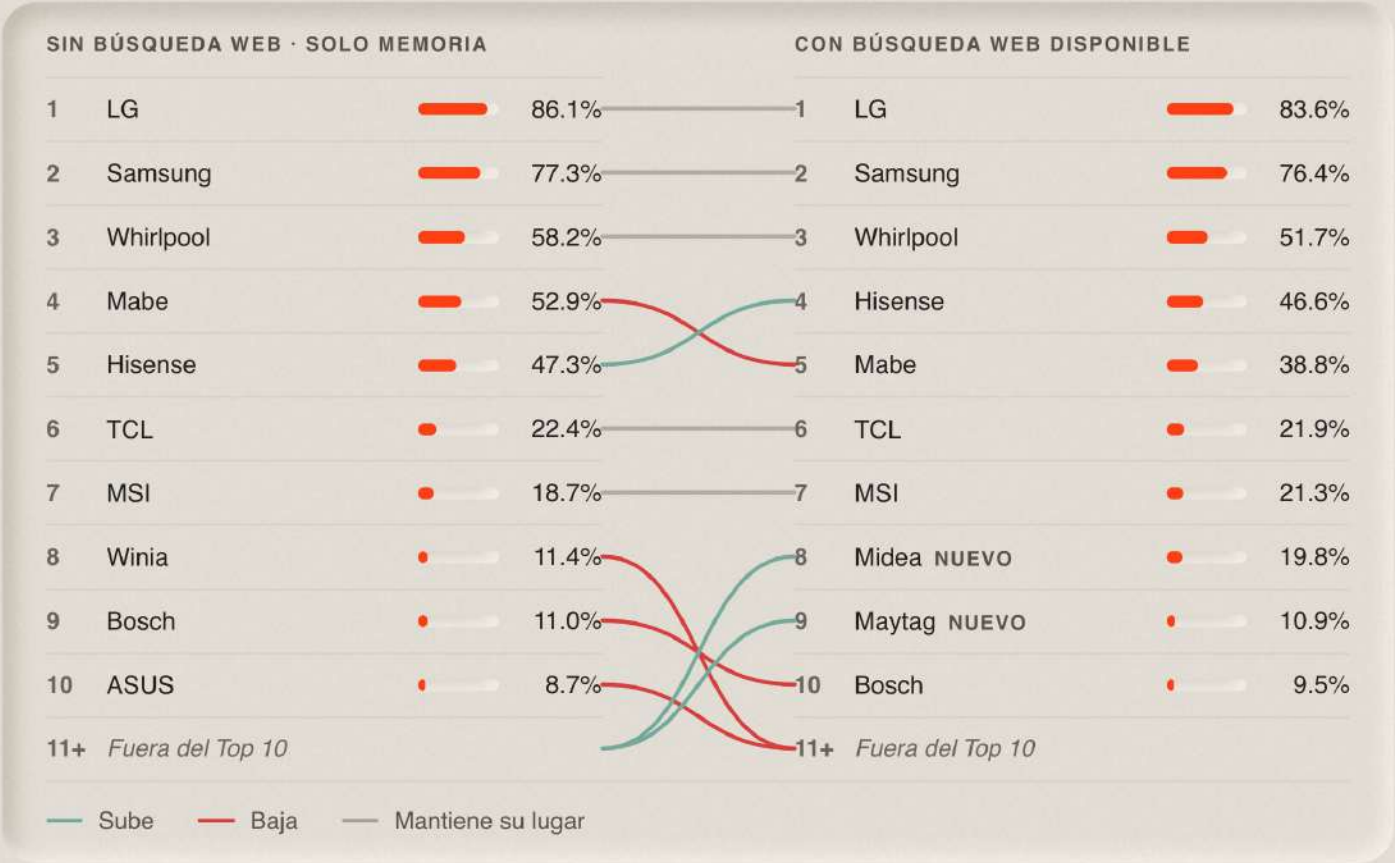
Fuentes más citadas: tec.mx, mexstudia.com, anahuac.mx. Porcentaje de respuestas que mencionan a cada institución; ChatGPT y Gemini con el mismo peso. En caso de empate, gana la marca mencionada antes.

MIDEA Y MAYTAG IRRUMPEN

LG, Samsung y Whirlpool conservan los tres primeros lugares. La búsqueda premia a las marcas con productos actuales que mostrar. Midea gana 11.6 puntos y salta del lugar 11 al 8, y Maytag entra al Top 10. Mabe, el fabricante mexicano de electrodomésticos, pierde 14.1 puntos y baja al quinto lugar.



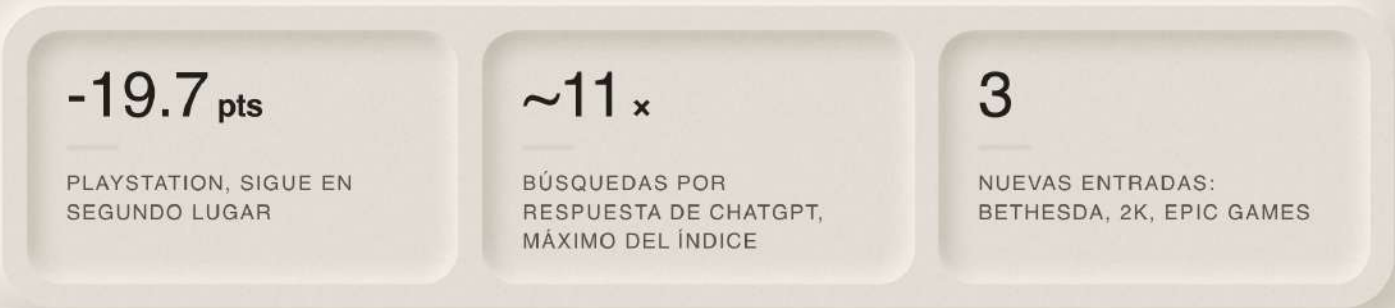
TOP 10 SIN Y CON BÚSQUEDA WEB



Fuentes más citadas: lg.com, walmart.com.mx, samsung.com. *Porcentaje de respuestas que mencionan a cada fabricante; ChatGPT y Gemini con el mismo peso.*

LAS PLATAFORMAS RESISTEN; LOS NUEVOS LANZAMIENTOS IRRUMPEN

Xbox, PlayStation y Nintendo siguen arriba, pero las tres pierden terreno cuando la búsqueda pone a la vista los lanzamientos actuales. PlayStation cae 19.7 puntos. Bethesda, 2K y Epic Games entran al Top 10, y Steam sube del séptimo al quinto lugar. Los videojuegos generan más búsquedas que cualquier otra industria: casi 11 por respuesta de ChatGPT.



TOP 10 SIN Y CON BÚSQUEDA WEB



Fuentes más citadas: tienda de Steam, YouTube, GamesRadar. Porcentaje de respuestas que mencionan a cada marca; ChatGPT y Gemini con el mismo peso.

AXA LIDERA; LLEGAN LOS COMPARADORES

AXA sigue en primer lugar, pero cae 16.4 puntos con búsqueda. BBVA sube al segundo lugar y Banorte del noveno al sexto. Las búsquedas comparativas traen nombres nuevos: el comparador Rastreator entra al Top 10, e Inter.mx e Inbursa logran grandes avances justo fuera de él. La Condusef es la fuente más citada de la industria, por encima de cualquier aseguradora.

-16.4 pts

AXA CON BÚSQUEDA, SIGUE EN PRIMER LUGAR

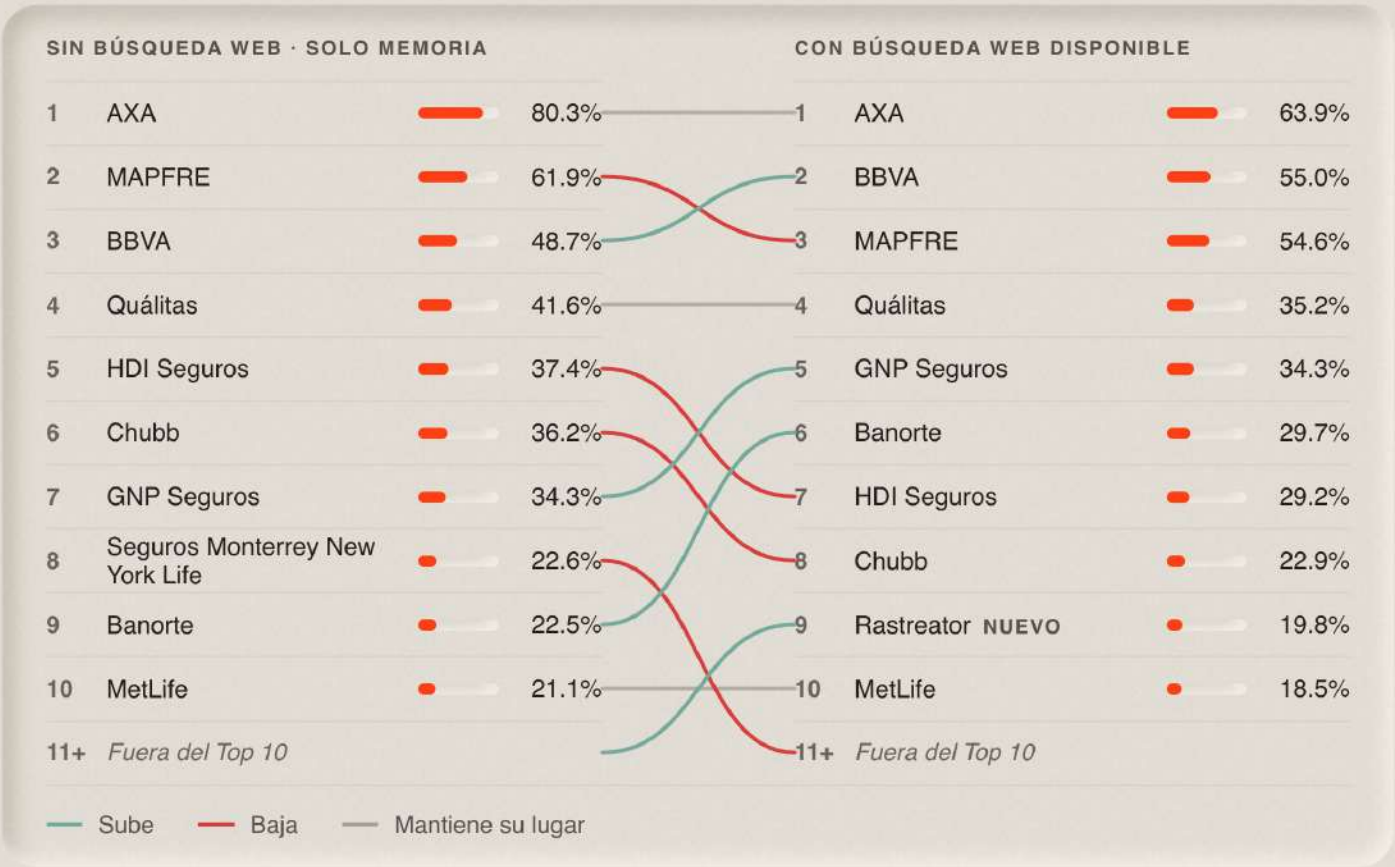
#6

BANORTE CON BÚSQUEDA, ANTES EN NOVENO LUGAR

#1

CONDUSEF, LA FUENTE MÁS CITADA DE LA INDUSTRIA

TOP 10 SIN Y CON BÚSQUEDA WEB



Fuentes más citadas: condusef.gob.mx, bbva.mx, mapfre.com.mx. *Porcentaje de respuestas que mencionan a cada marca; ChatGPT y Gemini con el mismo peso.*

FARMACIAS GUADALAJARA SUBE

Farmacias del Ahorro lidera en ambas condiciones. Con búsqueda, Farmacias Guadalajara sube del cuarto al segundo lugar, y San Pablo baja al tercero tras perder 11.4 puntos. Para información médica, los modelos se apoyan en fuentes gubernamentales, incluidas algunas de Estados Unidos como MedlinePlus. *La visibilidad no constituye una recomendación médica.*

44.0%

FARMACIAS DEL AHORRO
CON BÚSQUEDA, SIGUE
PRIMERO

#2

FARMACIAS GUADALAJARA,
ANTES EN CUARTO LUGAR

-11.4 pts

FARMACIAS SAN PABLO, DEL
SEGUNDO AL TERCER LUGAR

TOP 10 SIN Y CON BÚSQUEDA WEB



Fuentes más citadas: gob.mx, medlineplus.gov, fahorro.com. *Porcentaje de respuestas que mencionan a cada marca; ChatGPT y Gemini con el mismo peso.*

PRIMERO, LAS APPS DE ENTREGA

Pregúntele a la IA dónde comer y nombrará a las plataformas de entrega antes que a cualquier restaurante. Uber Eats, Rappi y DiDi Food ocupan los tres primeros lugares con y sin búsqueda. Entre las marcas de restaurantes, KFC supera a McDonald's cuando los modelos buscan.



TOP 10 SIN Y CON BÚSQUEDA WEB



Fuentes más citadas: [ubereats.com](#), [kfc.com.mx](#), [rappi.com.mx](#). Porcentaje de respuestas que mencionan a cada marca; ChatGPT y Gemini con el mismo peso.

MERCADO LIBRE SUPERA A AMAZON

Es la mayor caída del Índice. Amazon lidera de memoria, pero pierde 28.6 puntos con búsqueda y baja al tercer lugar. Mercado Libre toma el primer lugar y Suburbia el segundo. Coppel pierde 18.7 puntos y Decathlon entra al Top 10. También es la industria donde una marca buscada tiene menos probabilidad de llegar a la respuesta: 62% de las veces en ChatGPT.



TOP 10 SIN Y CON BÚSQUEDA WEB



Fuentes más citadas: walmart.com.mx, decathlon.com.mx, coppel.com. Porcentaje de respuestas que mencionan a cada marca; ChatGPT y Gemini con el mismo peso.

LA LISTA MÁS CERRADA DE MÉXICO

Telcel y AT&T ocupan el primero y segundo lugar. Cuando los modelos buscan proveedores de telefonía e internet, casi nunca salen de las marcas que ya recuerdan: 97% de las búsquedas por marca, tanto en ChatGPT como en Gemini, mencionaron a un proveedor del Top 10 de memoria, la cifra más alta de todas las industrias. izzi supera a Movistar por el tercer lugar. BAIT se mantiene en octavo, pero pierde 11.6 puntos. Expansión está entre las fuentes más citadas, uno de los pocos medios mexicanos en el Índice.



TOP 10 SIN Y CON BÚSQUEDA WEB



Fuentes más citadas: telcel.com, movistar.com.mx, att.com.mx. Porcentaje de respuestas que mencionan a cada proveedor, incluidos los de eSIM; ChatGPT y Gemini con el mismo peso.

VOLARIS LIDERA; VIVA AEROBUS Y KAYAK GANAN

Volaris, Aeroméxico y Viva Aerobus conservan los tres primeros lugares, y Viva Aerobus gana 5.4 puntos con búsqueda. KAYAK también gana 5.4 puntos. Despegar, el sitio de reservaciones latinoamericano, sale del Top 10 y entra American Airlines.



TOP 10 SIN Y CON BÚSQUEDA WEB



Fuentes más citadas: volaris.com, vivaaerobus.com, aeromexico.com. *Porcentaje de respuestas que mencionan a cada marca; ChatGPT y Gemini con el mismo peso.*

QUÉ SIGNIFICA TODO ESTO PARA LAS MARCAS

EN UNA LÍNEA

Los asistentes de IA parten de su memoria, busquen o no. Una marca necesita estar en esa primera lista, y ser fácil de encontrar cuando el modelo sale a buscar.

1 ENTRAR EN LA LISTA INICIAL

Sin búsqueda, la memoria es toda la respuesta. Con búsqueda, la memoria decide qué busca el modelo. Una marca que el modelo no recuerda casi nunca se busca, y casi nunca se recomienda.

2 SABER QUÉ BUSCA EL MODELO

En algunas industrias, como telecomunicaciones y autos, los modelos buscan por nombre de marca. En otras, como alimentos y bebidas, buscan por necesidad. Cada caso requiere un enfoque distinto.

3 ESTAR PRESENTE DONDE BUSCA EL MODELO

Los modelos citan sitios de marcas, tiendas, reguladores, comparadores y video. Cuáles importan cambia según la industria, y los medios mexicanos aparecen pocas veces.

4 MEDIR MEMORIA Y BÚSQUEDA POR SEPARADO

Una marca puede verse fuerte cuando el modelo busca y aun así no aparecer cuando no lo hace, o al revés. Un promedio de ambos oculta las dos cosas.

97%

BÚSQUEDAS POR MARCA EN
TELECOM DENTRO DEL TOP
10 DE MEMORIA

79%

BÚSQUEDAS DE AUTOS DE
CHATGPT QUE NOMBRAN A
UN FABRICANTE

23%

BÚSQUEDAS DE ALIMENTOS
DE CHATGPT QUE NOMBRAN
UNA MARCA

CÓMO SE CONSTRUYÓ EL ÍNDICE



PREGUNTAS	1,400 preguntas neutrales, 100 para cada una de las 14 industrias. Todas se redactaron en español, en un contexto mexicano, y ninguna mencionaba una marca.
MODELOS	Cada pregunta se envió cinco veces a ChatGPT (GPT-5.6 Luna) y cinco veces a Gemini (Gemini 3.6 Flash), en dos condiciones: con la búsqueda web desactivada y con la búsqueda web disponible. En total, 28,000 respuestas.
TRABAJO DE CAMPO	[FECHAS DEL TRABAJO DE CAMPO]
PUNTUACIÓN	La visibilidad de una marca es el porcentaje de respuestas en las que aparece. Los rankings dan el mismo peso a ChatGPT y a Gemini; en caso de empate, gana la marca mencionada antes.
MARCAS	Se identificaron 537 marcas y proveedores en las respuestas. Los rankings de autos y de electrónica incluyen solo fabricantes, y telecomunicaciones incluye proveedores de eSIM.

LIMITACIONES

La visibilidad mide la presencia en una respuesta. No mide sentimiento, fuerza de la recomendación, participación de mercado, calidad ni ventas. El Índice observa lo que los modelos dicen, buscan y citan. No puede ver el interior de un modelo ni sus datos de entrenamiento, y la secuencia de memoria a búsqueda a respuesta muestra un orden, no una prueba de causalidad. Los resultados reflejan estos dos modelos en el momento de la prueba.

TÉRMINOS USADOS EN ESTE INFORME

Memoria

Lo que un modelo ya asocia con una industria antes de buscar; se mide con la búsqueda web desactivada.

Visibilidad

El porcentaje de respuestas en las que aparece una marca.

Consulta de búsqueda

Los términos de búsqueda que el modelo escribe por su cuenta cuando decide buscar.

Paso a la respuesta

Con qué frecuencia una marca mencionada en la búsqueda del modelo también aparece en su respuesta final.

Con búsqueda web

Respuestas en las que el modelo podía buscar en la web. Aun así, decidía por sí mismo si hacerlo.

Top 10 de memoria

Las 10 marcas más mencionadas con la búsqueda web desactivada.

Búsqueda por marca

Una consulta de búsqueda que menciona una marca específica.

Búsqueda site:

Una búsqueda limitada a un solo sitio web, por ejemplo "site:telcel.com".

ACERCA DE GEOSURGE

geoSurge es una empresa de IA de tecnología profunda con sede en Londres que ayuda a las organizaciones a definir cómo las entienden los sistemas de IA generativa. Combina el seguimiento de visibilidad con su metodología propia, Corpus Engineering™, que trabaja sobre lo que los modelos de IA recuerdan de una marca. Fundada en 2025, geoSurge trabaja con clientes en cuatro continentes. El seguimiento de visibilidad en IA es gratuito en geosurge.ai.

CONTACTO DE PRENSA

press@geosurge.ai

La edición completa para analistas está disponible para periodistas que la soliciten. Incluye un análisis de dos páginas por industria, el comportamiento de búsqueda por modelo y las fuentes citadas.