

¿Sabes qué dice la IA sobre tu marca?

Las opiniones generan confianza y consiguen que ChatGPT, Gemini y otras plataformas de IA recomienden tu marca.

Lee el informe completo para obtener un análisis exhaustivo más amplio que este resumen ejecutivo.

Acerca del estudio

Finalidad del estudio

Entender cómo usan los sistemas de IA las opiniones de otras fuentes y si Trustpilot influye en la visibilidad de las búsquedas con IA.

Ámbito del estudio

★ Prompts enviados a 4 de las principales plataformas de IA:



- ★ **804491** respuestas de IA analizadas
- ★ Seguimiento de **1926** marcas en 8 sectores
- ★ Todas las marcas eran **estadounidenses**
- ★ Las pruebas se llevaron a cabo en **marzo de 2026**

Principales conclusiones

La IA usa el contenido de las opiniones para formular respuestas

2.^a

Los sitios de opiniones y confianza son la 2.^a categoría de fuente más citada en el estudio.

16 veces

El porcentaje de menciones de IA procedentes de sitios web de reseñas aumenta 16 veces de la fase de notoriedad a la fase de decisión: cuánto más cerca está el consumidor de la compra, más se apoya la IA en datos de opiniones.

Un perfil de Trustpilot te ayuda a diferenciarte

1%

Tasa de menciones del 1 % para las marcas sin perfil de Trustpilot.

54%

Tasa de menciones del 54% tras reclamar un perfil: se puede obtener con tan solo 13 opiniones.

75%

Tasa de menciones del 75 % en Trustpilot para las empresas que optimizan su perfil y recolectan una media de 81 opiniones.

Trustpilot impulsa la ventaja competitiva

9,5 veces más

menciones conjuntas competitivas para las marcas con un perfil de Trustpilot optimizado y un alto número de opiniones en comparación con las marcas sin perfil.

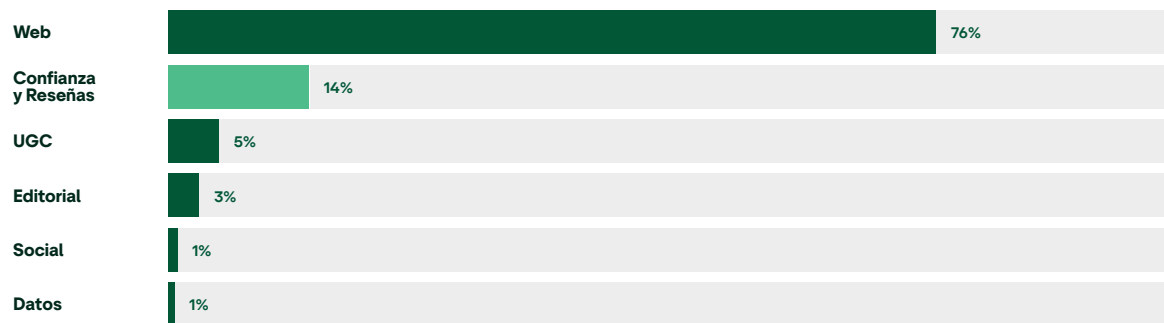
43 veces más

es el aumento relativo más grande en el conjunto de datos: marcas de viajes y vacaciones que han pasado de no tener perfil a un perfil reclamado.

El paso a las búsquedas con IA y la función que desempeñan las opiniones

Las búsquedas con IA están cambiando el comportamiento de los consumidores

Durante más de dos décadas, la visibilidad de las marcas era cuestión de estar bien posicionadas en los resultados de búsquedas de Google. Pero ahora con las búsquedas con IA, las marcas compiten para que se las incluyan en una sola respuesta generada. Las plataformas de IA generativa atraen 7000 millones de visitas web mensuales (un aumento del 76 % comparado con el año anterior) y las descargas de aplicaciones móviles de IA aumentaron un 319 % hasta los 1900 millones. La tradicional pregunta de marketing «¿nos encuentran los clientes en Internet?» se ha sustituido oficialmente por «cuando se le pregunta a la IA por nosotros, ¿qué responde?»



Las opiniones forman una parte importante de la visibilidad en la IA

A la hora de evaluar una marca, los motores de IA no solo se basan en los sitios web de las marcas, sino que requieren validación independiente para verificar las reclamaciones comerciales. Los sitios web de reseñas y confianza son la **segunda categoría de fuente más mencionada** por los motores de IA, dejando atrás a los contenidos generados por los usuarios, las redes sociales y los contenidos editoriales.

Las reseñas son esenciales en la parte inferior del embudo de marketing

Cuánto más se acerca el consumidor a hacer una compra, más depende la IA de los datos de opiniones. Las menciones de opiniones **se multiplican por 16** desde la fase de notoriedad a la fase de intención final.

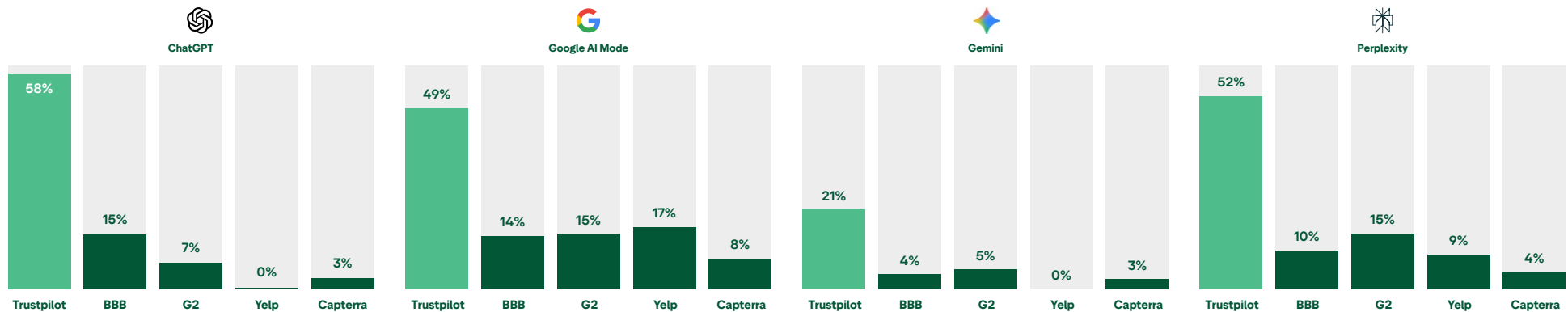
Las citas de reseñas aumentan en las fases de evaluación y de intención



El papel que desempeña Trustpilot y lo poco que se necesita para el éxito

Trustpilot es la plataforma líder de opiniones

El estudio de Seer Interactive analizó 804 491 respuestas de 4 de las principales plataformas de IA. Trustpilot fue la plataforma de opiniones más mencionada con diferencia en cada uno de los motores puestos a prueba.



Nota: el 99,5 % de estas menciones estaban impulsadas por la solidez de los contenidos orgánicos y la estructura adaptada a la IA, no porque la IA buscara Trustpilot por nombre.

Cómo multiplicar por 50 la visibilidad en la IA con Trustpilot

Las empresas no necesitan tener un gran historial de opiniones para que cambie inmediatamente cómo las ve la IA. Las marcas sin perfil tienen una **tasa de menciones de la IA del 1 %**. Con reclamar un perfil y recolectar una media de **tan solo 13 opiniones**, se consigue pasar a una **tasa de menciones de la IA del 54 %**. Además, si aumentas tu número de opiniones a **unas 80**, tu **tasa de menciones pasa a ser del 75 %**.

Grupo	Definición	Tasa de menciones de la IA
Sin perfil	No ha reclamado su perfil de Trustpilot	1%
Perfil básico	Perfil reclamado, ~13 opiniones	54%
Perfil activo	Perfil reclamado, ~81 opiniones	75%

Principales conclusiones

El efecto que aquí se muestra no es una mejora gradual, sino un cambio importante, que se produce con el umbral más bajo de actividad en Trustpilot. **Reclamar un perfil y recolectar un pequeño número de opiniones es la medida que mayor rendimiento produce observada en el estudio.**

Cómo usa la IA las opiniones y el manual de las menciones conjuntas

La IA usa tus opiniones para generar respuestas

El **59 %** de las respuestas de ChatGPT hacen referencia directamente al TrustScore o la valoración en estrellas como atajo para la credibilidad. No obstante, los modelos de IA no solo cuentan las estrellas, sino que leen el texto para resumir los temas que surgen periódicamente. A la hora de crear la narrativa de tu marca, los modelos de la IA buscan los siguientes cinco temas clave de la experiencia del cliente en tus opiniones:

Tema	Tasa de menciones
Calidad de la atención al cliente	63%
Envío y entrega	34%
Calidad del producto o servicio	33%
Problemas relativos a estafas/legitimidad	30%
Problemas con los reembolsos/devoluciones	21%



El peligro del perfil inexistente: si faltan pruebas procedentes de opiniones independientes, la IA lo considera una brecha de confianza. A la hora de buscar una marca sin perfil, ChatGPT observó específicamente la falta de validación independiente en el **34,4 %** de las respuestas.

Diferenciarse de la competencia: el «efecto de las menciones conjuntas»

Aunque las menciones directas protegen tu propio espacio de marca, la visibilidad competitiva te permite quedarte con cuota de mercado. Una «mención conjunta» es un tipo de mención en la que la IA recomienda tu marca como alternativa cuando un consumidor pregunta específicamente por tu competencia. Las marcas con perfiles de Trustpilot optimizados y un gran volumen de opiniones reciben 9,5 veces más menciones conjuntas que las marcas que no tienen perfil.

9,5 veces

Las marcas con perfiles optimizados se mencionan 9,5 veces más cuando los consumidores preguntan a la IA por sus competidores, en comparación con las marcas que no tienen perfil.

La lista de comprobación de tres pasos de visibilidad en la IA

Hemos creado una lista de comprobación sencilla para ayudarte a convertir las opiniones de los clientes en una ventaja sólida en la era de la IA:

Paso 1

crea tu presencia

- ☐ Crea y verifica tu perfil de Trustpilot.
- ☐ Automatiza las invitaciones a opinar a los clientes.
- ☐ Responde a todas las opiniones para que tu perfil esté activo y sea de confianza.

Paso 2

consigue más opiniones para aumentar tu tasa de menciones

- ☐ Pide opiniones en distintos momentos del proceso de compra del cliente.
- ☐ Fija indicadores clave de rendimiento que se centren en el volumen, la actualidad y la cobertura de temas.
- ☐ Responde periódicamente a las opiniones para asegurarte de que los modelos de IA reconozcan los datos actualizados recientes.

Revise la visibilidad de su marca en IA hoy mismo



Ponte en contacto con un experto de Trustpilot hoy mismo.

Paso 3

crea una ventaja competitiva

9,5 veces más menciones conjuntas

- ☐ Mantén un flujo constante de opiniones recientes.
- ☐ Usa prompts alternativos y comparaciones en las principales plataformas de IA para hacer un seguimiento de las menciones conjuntas de tu marca.
- ☐ Usa información sobre los clientes para mejorar tus operaciones y crear una mejor experiencia para el cliente.