# Datos por marca

Frecuencia, intervalo de confianza y posición de las 26 marcas en los dos canales, ordenadas por presencia total.

| Marca | Web: % (n) | Web: IC 95 % | Web: posición media | Web: veces primera | API: % (n) | API: IC 95 % | API: posición media | API: veces primera | API − web |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Jesús Porres | 49,0 % (48) | 39–59 | 3,0 | 10 | 82,0 % (82) | 73–88 | 1,7 | 50 | +33 * |
| Eric Jorge Seguí (Queseo) | 37,8 % (37) | 29–48 | 4,0 | 0 | 87,0 % (87) | 79–92 | 2,1 | 28 | +49 * |
| Alex Figueiras | 55,1 % (54) | 45–65 | 2,3 | 25 | 62,0 % (62) | 52–71 | 3,5 | 2 | +7 |
| David Cerdá (Seomar) | 72,4 % (71) | 63–80 | 2,7 | 24 | 44,0 % (44) | 35–54 | 3,1 | 6 | −28 * |
| Rocío Santamaría | 35,7 % (35) | 27–46 | 3,7 | 0 | 46,0 % (46) | 37–56 | 3,3 | 0 | +10 |
| Enrique Tejedo | 78,6 % (77) | 69–86 | 2,2 | 26 | 1,0 % (1) | 0–5 | 1,0 | 1 | −78 * |
| Rafa Sospedra | 14,3 % (14) | 9–23 | 3,5 | 0 | 42,0 % (42) | 33–52 | 2,9 | 10 | +28 * |
| Álvaro Pichó (SEO Levante) | 36,7 % (36) | 28–47 | 2,4 | 9 | 12,0 % (12) | 7–20 | 2,9 | 1 | −25 * |
| Andrés Castillo (GEO Valencia) | 16,3 % (16) | 10–25 | 3,2 | 3 | 24,0 % (24) | 17–33 | 4,2 | 0 | +8 |
| Paco Rubén | 16,3 % (16) | 10–25 | 3,4 | 0 | 17,0 % (17) | 11–26 | 4,6 | 0 | +1 |
| Jamil Mansilla | 8,2 % (8) | 4–15 | 4,5 | 0 | 23,0 % (23) | 16–32 | 4,3 | 1 | +15 * |
| Alfredo Río (SEO Local Valencia) | 29,6 % (29) | 21–39 | 3,5 | 0 | 1,0 % (1) | 0–5 | 3,0 | 0 | −29 * |

| Marca | Web: % (n) | Web: IC 95 % | Web: posición media | Web: veces primera | API: % (n) | API: IC 95 % | API: posición media | API: veces primera | API − web |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Miguel Valero | 1,0 % (1) | 0–6 | 5,0 | 0 | 26,0 % (26) | 18–35 | 3,4 | 1 | +25 * |
| Paul Marginean (Paul Cris) | 22,4 % (22) | 15–32 | 3,7 | 0 | 1,0 % (1) | 0–5 | 4,0 | 0 | −21 * |
| Softalian | 6,1 % (6) | 3–13 | 3,3 | 0 | 9,0 % (9) | 5–16 | 3,7 | 0 | +3 |
| Jorge Segovia | 0 % (0) | | | 0 | 11,0 % (11) | 6–19 | 4,8 | 0 | +11 * |
| Ruk Lab | 7,1 % (7) | 4–14 | 4,1 | 0 | 1,0 % (1) | 0–5 | 5,0 | 0 | −6 * |
| Daimako | 7,1 % (7) | 4–14 | 4,3 | 0 | 0 % (0) | | | 0 | −7 * |
| Alberto Fuster | 2,0 % (2) | 1–7 | 1,5 | 1 | 4,0 % (4) | 2–10 | 4,2 | 0 | +2 |
| agenciaSEO.eu | 3,1 % (3) | 1–9 | 4,7 | 0 | 0 % (0) | | | 0 | −3 |
| Alban Febrer | 0 % (0) | | | 0 | 3,0 % (3) | 1–8 | 4,7 | 0 | +3 |
| Alberto Illobre | 1,0 % (1) | 0–6 | 5,0 | 0 | 0 % (0) | | | 0 | −1 |
| Arturo Argilés (SEO&SEM Valencia) | 0 % (0) | | | 0 | 1,0 % (1) | 0–5 | 5,0 | 0 | +1 |
| Vicente Climent (Santi Pc) | 0 % (0) | | | 0 | 1,0 % (1) | 0–5 | 4,0 | 0 | +1 |
| Idital | 0 % (0) | | | 0 | 1,0 % (1) | 0–5 | 4,0 | 0 | +1 |
| SEO Solutions | 0 % (0) | | | 0 | 1,0 % (1) | 0–5 | 5,0 | 0 | +1 |

El asterisco marca las diferencias entre canales que no se explican por azar (test exacto de Fisher, $p < 0,05$). La posición media se calcula solo sobre las respuestas en que la marca aparece.

Datos: 98 respuestas válidas de ChatGPT web (resultados_1.xlsx) y 100 de la API (resultado-5.6-luna-100-format.xlsx), 8 de noviembre de 2026.