# Notas de revisión

El recuento desde las respuestas en bruto confirma las tablas del borrador anterior y matiza cinco afirmaciones.

## Qué cambia respecto al borrador

| Afirmación del borrador | Qué sale del recuento |
|---|---|
| 21 marcas distintas en la web y 27 en total | 20 en la web y 26 en total. La hoja «Ranking consolidado» incluía el directorio SergidoSEO, que aparece como enlace y no como recomendado |
| 94 respuestas de la web y 95 de la API traen una lista en un orden que no se repite | 94 y 95 son las listas ordenadas distintas. Las respuestas cuya lista no vuelve a salir son 91 y 90 |
| Salir va de la mano de que ChatGPT lea tu web | Vale para cinco marcas. Enrique Tejedo y David Cerdá, las dos más recomendadas de la web, salen sin que su web esté entre los sitios consultados |
| Reseñas en 54 respuestas de la web y 46 de la API | Con nota o número de reseñas, 39 de 98 y 30 de 100. La diferencia está en contar cualquier mención de la palabra |
| El aviso de «no es un ranking» sale en 23 respuestas de la web y 86 de la API | 36 y 98 si se cuentan todas las fórmulas. Con la frase exacta son 86 en la API, y en la introducción de la web, 23 |

## Qué coincide

Frecuencias, posiciones medias y primeros puestos de las 14 marcas de la tabla del borrador. También el solape medio (2,3 y 2,6 nombres), los sitios más consultados, las 68 citas a IP10 y el efecto de las fichas de Maps.

## Cómo se ha contado

- Respuesta válida: la que trae una lista numerada. Dos de la web se quedaron en «Buscando en Internet».

- Marca: persona y nombre comercial unificados. Enrique Tejedo incluye SEO Tejedo y Kenji Marketing; David Cerdá, Seomar; Eric Jorge Seguí, Queseo; Álvaro Pichó, SEO Levante; Alfredo Río, SEO Local Valencia; Paul Marginean, Paul Cris; Andrés Castillo, GEO Valencia.
- Comprobación: las 198 listas se extrajeron dos veces, del marcado en bruto y del texto visible, con el mismo resultado.
- Sitios consultados: columna «Sitios consultados (1ª)» del Excel de la web. La columna de páginas incluye además los enlaces de la propia respuesta y no se ha usado para medir qué lee ChatGPT.
- Diferencias entre canales: test exacto de Fisher por marca, con 13 de 26 por debajo de p = 0,05 y 10 con la corrección de Bonferroni.
- Grupos de marcas y familias de listas: coincidencias observadas frente a las esperadas si las apariciones fueran independientes, y agrupación por k-medoides sobre la distancia de Jaccard entre listas, con una silueta de 0,26. El tamaño de las dos primeras familias varía entre 46 y 59 y entre 28 y 42 respuestas según cómo se resuelvan los empates, y por eso el estudio da proporciones aproximadas.
- Argumentos y tono: patrones de palabras aplicados al texto de cada ficha, sin la cabecera con el nombre.
- Similitud de vocabulario: índice de Jaccard entre las palabras de cuatro letras o más de cada par de fichas.
- Simulación de medición: 6.000 remuestreos con reemplazo para cada tamaño de muestra.