GOA

AUDITORÍA GEO

3 NOVIEMBRE 2026

VISIBILIDAD EN INTELIGENCIA ARTIFICIAL

La IA no puede leer el sitio.

Creditaria
México

Puntacatoche Ibérica
S. de R.L. de C.V.

CUATRO ÁREAS REVISADAS

01	02	03	04
Acceso de rastreadores	Estructura de la página	Entidad y confianza	Autoridad de marca

36/100	403	0
PUNTUACIÓN GEO	RESPUESTA A BOTS DE IA	H1 CON TEXTO EN LA HOME

Muestreo de 5 páginas por el cortafuegos · 40/100 en septiembre · solo lectura

01 / RESUMEN EJECUTIVO

El contenido existe; la IA no lo ve.

Creditaria tiene contenido profundo —unas FAQs de 1.815 palabras y artículos bien estructurados—, pero los asistentes de IA no pueden leerlo porque el cortafuegos del sitio los detiene. Puntuación GEO: 36/100, en rango crítico y 4 puntos por debajo de septiembre.

GEO (Generative Engine Optimization) es preparar un sitio para que ChatGPT, Gemini, Perplexity y los buscadores con IA lo descubran, lo entiendan y lo citen como fuente. Medimos seis categorías: citabilidad, autoridad de marca, confianza del contenido, aspectos técnicos, datos estructurados y plataformas.

La causa principal es técnica: Cloudflare responde con un desafío a los robots de GPTBot, ClaudeBot y PerplexityBot, aunque el archivo robots.txt los permite. A eso se suman una home sin título principal con texto, unas FAQs sin marcar, un artículo firmado solo con un nombre y cifras de marca que se contradicen.

Lo más rentable es abrir el acceso a los robots verificados, publicar un archivo llms.txt, dar texto al título principal de la home y marcar las FAQs. Son cambios rápidos y de bajo costo. La puntuación es un juicio de GOA sobre una muestra de cinco páginas, no una métrica de Google.

CUATRO MENSAJES PARA LA REUNIÓN

01 La IA no puede entrar al sitio

02 La home no explica el negocio

03 Las pruebas de confianza son débiles

04 La base de contenido es sólida

02 / CÓMO SE HIZO

De dónde salen los resultados

01 Qué se auditó. Cinco páginas de creditaria.com.mx (la home, Quiénes somos, FAQs, Créditos hipotecarios y el artículo «Cómo bajar la mensualidad de tu hipoteca») más los archivos robots.txt, llms.txt y el sitemap. Es un muestreo deliberadamente reducido.

02 De dónde provienen los datos. De lecturas en navegador con al menos 15 segundos entre páginas, porque Cloudflare devuelve 403 a clientes automáticos y en septiembre bloqueó la IP de la agencia tras unas 27 peticiones. El acceso de los robots de IA se probó con el user-agent de cada uno. La línea base es la auditoría del 27 de septiembre (GEO 40).

03 Cómo se puntuó. Con seis categorías ponderadas: citabilidad para IA 25 %, autoridad de marca 20 %, confianza del contenido 20 %, GEO técnico 15 %, datos estructurados 10 % y plataformas 10 %. Es un juicio de GOA sobre la muestra, no una métrica de Google.

04 Cómo leer cada hallazgo. Resultado: la cifra. Qué significa: la explicación sin jerga. Impacto: la consecuencia para el negocio. De dónde proviene: la evidencia. Qué hacer: la acción. «ND» significa dato no disponible.

03 / PUNTUACIÓN

Seis categorías, un total de 36

La puntuación GEO es un promedio ponderado de seis categorías. Cada una se califica de 0 a 100.

25 %	Citabilidad para IA	38/100
20 %	Autoridad de marca	35/100
20 %	Confianza del contenido	40/100
15 %	GEO técnico	25/100
10 %	Datos estructurados	45/100

CÓMO SE CALCULA

La sexta categoría, optimización por plataforma (10 %), obtiene 35/100. Ponderado: 9,5 + 7,0 + 8,0 + 3,75 + 4,5 + 3,5 = 36,25, que se redondea a 36/100 y está en rango crítico (0 a 39). Corrección: los informes previos mostraban 37 por un redondeo erróneo de 36,3.

La caída frente a 40 en septiembre se explica sobre todo por el bloqueo técnico: el archivo robots.txt permite a los rastreadores de IA, pero el cortafuegos los rechaza antes de que lean una sola página.

04 / HALLAZGO 1 DE 11

Cloudflare bloquea a los rastreadores de IA

RESULTADO Cloudflare responde 403 con un desafío a GPTBot, ClaudeBot y PerplexityBot, aunque robots.txt sí les permite el acceso.

403	3	Crítico
Respuesta a los tres bots probados	Plataformas de IA sin acceso	Nivel de prioridad

Qué significa. El sitio tiene una puerta de seguridad que deja pasar a las personas pero detiene a los robots de ChatGPT, Claude y Perplexity. El archivo que indica quién puede entrar dice que sí pueden; el portero lo ignora.

Impacto. Esos asistentes no pueden leer el sitio, así que dependen de lo que otros digan de Creditaria. Es la causa principal de la baja visibilidad en IA (GEO técnico 25/100) y corregirlo desbloquea tres plataformas a la vez.

DE DÓNDE PROVIENE

Prueba del 3-nov: petición a la home con el user-agent de cada bot, con respuesta 403 «Just a moment…» (noindex,nofollow). robots.txt de Yoast los permite, así que el bloqueo está en el cortafuegos. La prueba usa el user-agent, no las IP reales de los bots.

QUÉ HACER

En Cloudflare permitir los bots verificados y la categoría de rastreadores de IA, y repetir la prueba.

04 / HALLAZGO 2 DE 11

El sitemap no se abre fuera de un navegador

RESULTADO El archivo sitemap_index.xml devuelve 403 a clientes que no son navegador, así que algunos rastreadores pueden no descubrirlo.

403	1	Crítico
Respuesta a clientes no navegador	Sitemap declarado en robots.txt	Nivel de prioridad

Qué significa. El sitemap es la lista de páginas que se entrega a los buscadores para que encuentren todo el sitio. Si el robot no puede abrirla, tiene que adivinar.

Impacto. Puede retrasar o limitar que los rastreadores descubran páginas nuevas de servicios y del blog. Para Google, el rastreador real se valida por IP y probablemente pasa; falta confirmarlo en Search Console.

DE DÓNDE PROVIENE

Petición a /sitemap_index.xml con curl: 403 con desafío de Cloudflare; en navegador se lee con normalidad. Googlebot dio 403 solo con un user-agent simulado, lo que no es concluyente.

QUÉ HACER

Verificar el sitemap y la inspección de URL en Search Console, y permitir bots verificados.

04 / HALLAZGO 3 DE 11

No existe el archivo llms.txt

RESULTADO La dirección /llms.txt responde 404 y la página de error pesa 101 KB.

404	101 KB	Alto
Respuesta de /llms.txt	Peso de la página de error	Nivel de prioridad

Qué significa. llms.txt es una guía de lectura para asistentes de IA: les dice cuáles son las páginas importantes del sitio. No es obligatorio, pero ayuda a que lean lo que usted quiere que lean.

Impacto. Sin esa guía, los asistentes que sí logren entrar no saben qué priorizar (servicios, FAQs, artículos clave). Impacto medio y acción rápida y de bajo costo.

DE DÓNDE PROVIENE

Petición directa a /llms.txt en navegador el 3-nov-2026: 404. En septiembre, /.well-known/llms.txt también dio 404.

QUÉ HACER

Publicar /llms.txt con los servicios, las FAQs y los artículos clave.

04 / HALLAZGO 4 DE 11

La home no explica qué es Creditaria

RESULTADO La home no tiene un H1 con texto, tiene 8 H2 vacíos y unas 200 palabras visibles; su primer mensaje es de reclutamiento de franquiciados.

0	8	Alto
H1 con texto en la home	H2 vacíos	Nivel de prioridad

Qué significa. Las páginas se organizan con títulos (H1, H2). La home tiene títulos vacíos y casi no explica qué es Creditaria ni qué hace por quien compra una casa; lo primero que se lee habla de ganar comisiones como franquiciado.

Impacto. Ni Google ni la IA encuentran un párrafo que responda «¿qué es un bróker hipotecario y cuánto cuesta?», por lo que la citabilidad es baja (38/100). Además confunde al comprador. El dato clave «sin costo para el cliente» queda en un título en mayúsculas sin explicar quién paga la comisión.

DE DÓNDE PROVIENE

Lectura de la home el 3-nov en navegador: estructura de encabezados, conteo de palabras visibles y primer mensaje de la página.

QUÉ HACER

Dar texto al H1, eliminar los H2 vacíos y añadir un bloque de respuesta directa de 40 a 60 palabras.

04 / HALLAZGO 5 DE 11

Las FAQs no se pueden extraer

RESULTADO La página /faqs/ reúne 1.815 palabras de preguntas por fases, sin encabezados por pregunta ni marcado FAQPage.

1.815	0	Alto
Palabras de FAQs	Preguntas con marcado FAQPage	Nivel de prioridad

Qué significa. Es el texto más útil del sitio, pero está escrito como un bloque sin marcar. Es como un libro sin índice: Google y la IA no pueden sacar de ahí una respuesta concreta.

Impacto. El activo más citable de Creditaria hoy no se puede extraer ni mostrar como respuesta directa. Corregirlo es de bajo costo y de alto potencial de visibilidad.

DE DÓNDE PROVIENE

Lectura de /faqs/ el 3-nov: conteo de palabras, encabezados y datos estructurados de la página.

QUÉ HACER

Añadir un encabezado por pregunta y el marcado FAQPage.

04 / HALLAZGO 6 DE 11

Un artículo sin autor acreditado

RESULTADO El artículo «Cómo bajar la mensualidad de tu hipoteca» está firmado solo por «Yilda», sin biografía, credenciales ni página de autor.

1.131	0	Alto
Palabras del artículo	Credenciales visibles del autor	Nivel de prioridad

Qué significa. En temas de dinero, Google y la IA quieren saber quién escribe y por qué sabe del tema. Un nombre de pila sin más no demuestra experiencia.

Impacto. Es una brecha de confianza (E-E-A-T 40/100) en un tema de dinero: reduce la probabilidad de que el contenido sea citado y debilita la credibilidad ante quien lo lee.

DE DÓNDE PROVIENE

Lectura del artículo el 3-nov: firma, biografía y datos estructurados de autor.

QUÉ HACER

Crear una página de autor con credenciales y un revisor para el equipo editorial.

04 / HALLAZGO 7 DE 11

Cifras de marca que se contradicen

RESULTADO La marca declara más de 18 años y 19 años, «1000 oficinas» y premios sin emisor ni año.

18 y 19	1000	Medio
Años de experiencia declarados	Oficinas, sin fuente	Nivel de prioridad

Qué significa. Cuando una empresa dice dos cosas distintas sobre sí misma, las personas y la IA no saben cuál creer, y suelen repetir la equivocada.

Impacto. Los modelos de lenguaje penalizan o repiten mal estas afirmaciones; en septiembre Copilot ya repetía un año de fundación erróneo. Daña la reputación de la marca en las respuestas de IA.

DE DÓNDE PROVIENE

Meta description («más de 18 años»), página Quiénes somos («19 años», «1000 oficinas», «Mejor Bróker Hipotecario») y la auditoría de septiembre (respuesta de Copilot).

QUÉ HACER

Unificar los años de experiencia y retirar, o citar con emisor y año, «Mejor Bróker» y «1000 oficinas».

04 / HALLAZGO 8 DE 11

Calificación propia sin reseñas visibles

RESULTADO El sitio declara una calificación de 4,1 con 42 reseñas en un bloque manual, sin reseñas visibles que la respalden.

4,1	42	Medio
Calificación declarada	Reseñas declaradas, no visibles	Nivel de prioridad

Qué significa. Es una calificación que el sitio se da a sí mismo en el código, sin que el visitante pueda ver las reseñas. Google pide que las estrellas reflejen reseñas reales y visibles.

Impacto. Riesgo de acción manual de Google por reseñas propias y de perder la confianza de quien lo detecte. Es un riesgo evitable.

DE DÓNDE PROVIENE

Datos estructurados de la home: bloque FinancialService manual con AggregateRating, comparado con el contenido visible de la página.

QUÉ HACER

Retirar el AggregateRating o respaldarlo con reseñas visibles y verificables.

04 / HALLAZGO 9 DE 11

La marca se presenta dos veces sin unir

RESULTADO Hay dos bloques de entidad paralelos (Organization de Yoast y FinancialService manual) sin identificador común ni enlaces sameAs.

2	ND	Medio
Bloques de entidad sin unir	Sede definitiva confirmada	Nivel de prioridad

Qué significa. El sitio se presenta dos veces a los buscadores sin decir que es la misma empresa, y no enlaza sus perfiles oficiales. La IA tiene más dificultad para reconocer a Creditaria como una sola entidad.

Impacto. Debilita el reconocimiento de la marca como entidad (autoridad de marca 35/100). Además, la sede (Leibnitz 117 frente a Jorge Eliot 12) sigue sin confirmarse y puede confundir a buscadores y clientes.

DE DÓNDE PROVIENE

Datos estructurados de la home el 3-nov y los dos domicilios que aparecen en el expediente del cliente.

QUÉ HACER

Unificar con un identificador común (@id), añadir sameAs y confirmar la sede.

04 / HALLAZGO 10 DE 11

Detalles menores de imágenes y nombre

RESULTADO 7 de las 17 imágenes de la home no tienen texto alternativo y el og:title dice «Creditaria Mexico» sin tilde.

7/17	1	Bajo
Imágenes sin texto alternativo	Nombre sin tilde en og:title	Nivel de prioridad

Qué significa. El texto alternativo describe las imágenes a personas con lector de pantalla y a los buscadores. El nombre sin tilde es una inconsistencia menor.

Impacto. Impacto bajo; mejora la accesibilidad y la coherencia del nombre de la marca.

DE DÓNDE PROVIENE

Revisión del HTML de la home el 3-nov.

QUÉ HACER

Añadir el texto alternativo a las 7 imágenes y corregir el og:title.

04 / HALLAZGO 11 DE 11

Contenido profundo y base técnica correcta

RESULTADO El sitio tiene FAQs de 1.815 palabras, artículos estructurados y un robots.txt, un meta robots y un canonical correctos.

1.815	1.131	Positivo
Palabras de FAQs por fases	Palabras del artículo de hipotecas	Nivel de prioridad

Qué significa. Lo difícil, tener contenido útil, ya está hecho. Lo que falta es hacerlo visible y confiable para las máquinas.

Impacto. Es la razón por la que corregir el acceso y la estructura puede subir rápido la puntuación sin crear contenido desde cero.

DE DÓNDE PROVIENE

Lectura de /faqs/, del artículo sobre la mensualidad de la hipoteca, de robots.txt, del meta robots y del canonical el 3-nov.

QUÉ HACER

Priorizar acceso y estructura antes de producir contenido nuevo.

05 / PLAN DE ACCIÓN

Plan de 30 días

01 Semana 1: acceso. Reglas en Cloudflare para bots verificados y rastreadores de IA y nueva prueba con el user-agent de cada bot; verificar el sitemap y la inspección de URL en Search Console; publicar llms.txt. Para qué: que la IA pueda entrar y leer el sitio.

02 Semana 2: estructura. Dar texto al H1 y añadir un bloque de respuesta directa en la home; FAQPage con un encabezado por pregunta en /faqs/; texto alternativo en las 7 imágenes. Para qué: que el contenido se pueda extraer y citar.

03 Semana 3: entidad y confianza. Unificar Organization y FinancialService con @id, sameAs y la sede confirmada; retirar el AggregateRating propio o respaldarlo con reseñas visibles; crear una página de autor con credenciales. Para qué: que la marca se reconozca como una sola entidad confiable.

04 Semana 4: autoridad y medición. Nota de prensa sobre la integración en Grupo HIR con el año de fundación correcto, y nueva medición de prompts en Copilot y ChatGPT para comparar con la línea base (GEO 36). Indicador: puntuación GEO y presencia de la marca en respuestas de IA.

06 / LÍMITES Y PENDIENTES

Lo que este informe no puede afirmar

01 Muestreo reducido. Son cinco páginas más robots.txt, llms.txt y el sitemap, con al menos 15 segundos entre peticiones, porque Cloudflare bloquea clientes automáticos y en septiembre bloqueó la IP tras unas 27 peticiones.

02 Prueba de bots. El acceso de los rastreadores de IA se probó con su user-agent, no desde sus IP reales, y la prueba de Googlebot usó un agente simulado: no es concluyente. El Googlebot real probablemente pasa y debe confirmarse en Search Console.

03 Línea base. Autoridad de marca y plataformas toman los datos de septiembre (participación de voz en Bing 4,0 %, Copilot menciona la marca en 1 de 7 consultas) y no se midieron de nuevo en esta pasada.

04 Alcance. La puntuación es un juicio de GOA sobre una muestra, no una métrica de Google. Sin acceso a Search Console ni a Analytics. No se modificó ningún sitio, cuenta ni plataforma del cliente.