

# El Mapa Invisible

Cómo la IA está reescribiendo el ranking de marcas en Colombia (y nadie lo está midiendo).

**2,241**

respuestas analizadas  
ChatGPT + Gemini

**133**

marcas con visibilidad  
de 139 monitoreadas

**#2**

Wise (UK)  
supera a todos los bancos CO

**0% / 46%**

Mercado Pago  
GPT vs Gemini

---

Sector: Fintech y Edtech · País: Colombia · LLMs: ChatGPT, Gemini

# Resumen ejecutivo

---

VISJON monitoreó cómo ChatGPT y Gemini responden 102 preguntas que personas reales hacen sobre servicios financieros y educación en Colombia. Analizamos 2,241 citas, 6,724 menciones de marca, y rastreamos 139 marcas en fintech y 173 en edtech. Esto es lo que encontramos.

## Cinco hallazgos clave

- 01 Una empresa de UK le gana a todos los bancos colombianos.**

Wise aparece en el 29% de las respuestas sobre fintech en Colombia — más que Bancolombia (19%), BBVA (15%) o Davivienda (9%). La narrativa de las finanzas en Colombia la cuenta una empresa que no opera localmente.
- 02 Tu marca puede no existir según la IA que use el usuario.**

Mercado Pago tiene 0% de visibilidad en ChatGPT pero 46% en Gemini. Bancolombia: 25% vs 54%. Misma marca, dos universos paralelos.
- 03 Aparecer no es ser recomendado.**

Nubank Colombia, Lulobank y Ualá aparecen poco en preguntas abiertas, pero dominan cuando el usuario pregunta 'vs'. Son las marcas que la IA elige en comparativas pero no recuerda sola.
- 04 El patrón es transversal a las industrias.**

En educación, Coursera (36%) y Platzi (33%) le ganan a TODAS las universidades colombianas. U. de los Andes — la primera local — está en 18%.
- 05 Bancolombia subió +24 puntos. SENA, +19.**

Las marcas que están moviendo su visibilidad de IA lo están haciendo rápido. Esto no es un fenómeno que toma años: pueden mover el indicador en doble dígito en cuestión de semanas.

# Por qué este reporte existe

---

Cuando un colombiano hoy pregunta '¿cuál es la mejor app para enviar plata al exterior?' o '¿dónde estudio programación?', cada vez con más frecuencia la respuesta no la da Google: la da un modelo de IA. Y esa respuesta no la controla nadie.

El problema es que **no existe en Colombia ningún sistema que mida qué dice la IA sobre las marcas locales**. Herramientas globales como Profound y AthenaHQ operan en inglés y se enfocan en Fortune 500. Las agencias de SEO en LATAM están vendiendo 'AEO' como línea de servicio sin tener data propia. Las marcas están volando ciegas en un canal de descubrimiento que crece rápidamente.

VISJON construyó la primera infraestructura de monitoreo de visibilidad en IA para mercados de habla hispana en LATAM. Este es el primero de una serie trimestral de reportes que harán pública la data agregada. Lo que sigue es lo que encontramos en Colombia, en fintech y edtech.

---

## Metodología (versión corta)

Diseñamos un set de 102 prompts en español que reflejan cómo personas reales preguntan sobre servicios financieros y educación en Colombia, cubriendo tres etapas del funnel: descubrimiento ('¿cuál es la mejor app de banca digital en Colombia?'), consideración ('¿cuáles son las opciones de neobanco en Colombia?') y evaluación ('Nequi vs Daviplata'). Los prompts se ejecutaron en mayo de 2026 en ChatGPT y Gemini. Cada respuesta fue procesada por un clasificador propio que identifica menciones de marca, framing (recomendación principal, alternativa, mención neutra, mención negativa), sentimiento y citas de fuente. La metodología detallada se libera bajo licencia comercial con cada cliente.

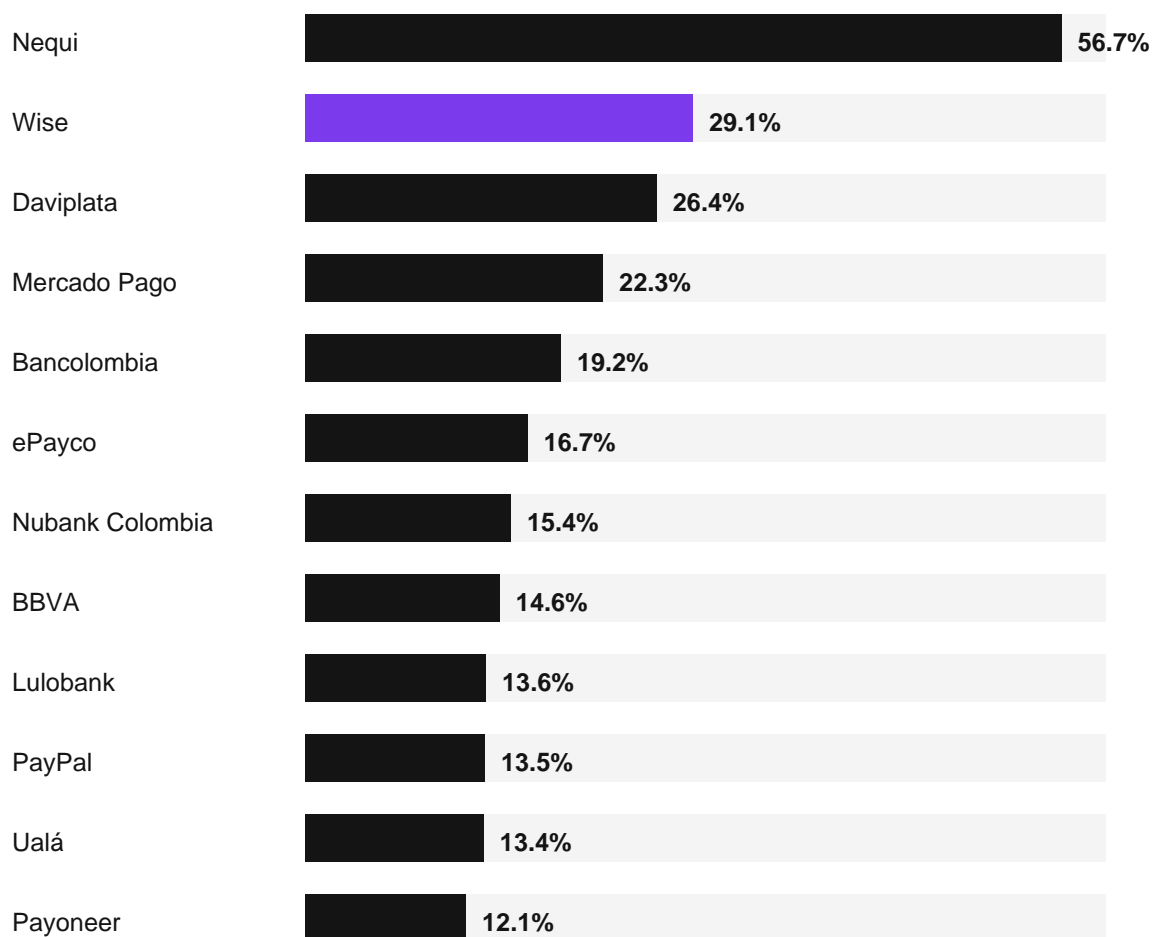
# 01 - Fintech en Colombia

Los líderes de visibilidad de IA no son los líderes de mercado.

Nequi es, sin sorpresa, la marca más visible en respuestas de IA sobre fintech en Colombia: aparece en el 56.7% de las respuestas, y en su corrida más reciente alcanzó 79.2%. La sorpresa empieza en el segundo lugar: **Wise**, una empresa británica que ni siquiera tiene presencia comercial local fuerte, aparece en el 29.1% de las respuestas — más que Daviplata (26.4%), Bancolombia (19.2%), Mercado Pago (22.3%) o cualquier banco tradicional colombiano.

## Top 12 marcas por visibilidad promedio en IA

*Porcentaje de respuestas de IA en las que la marca apareció · Promedio 5 corridas*



Wise no es un caso aislado: los dominios más citados por la IA al hablar de fintech en Colombia son extranjeros. La narrativa local se construye, en buena parte, fuera.

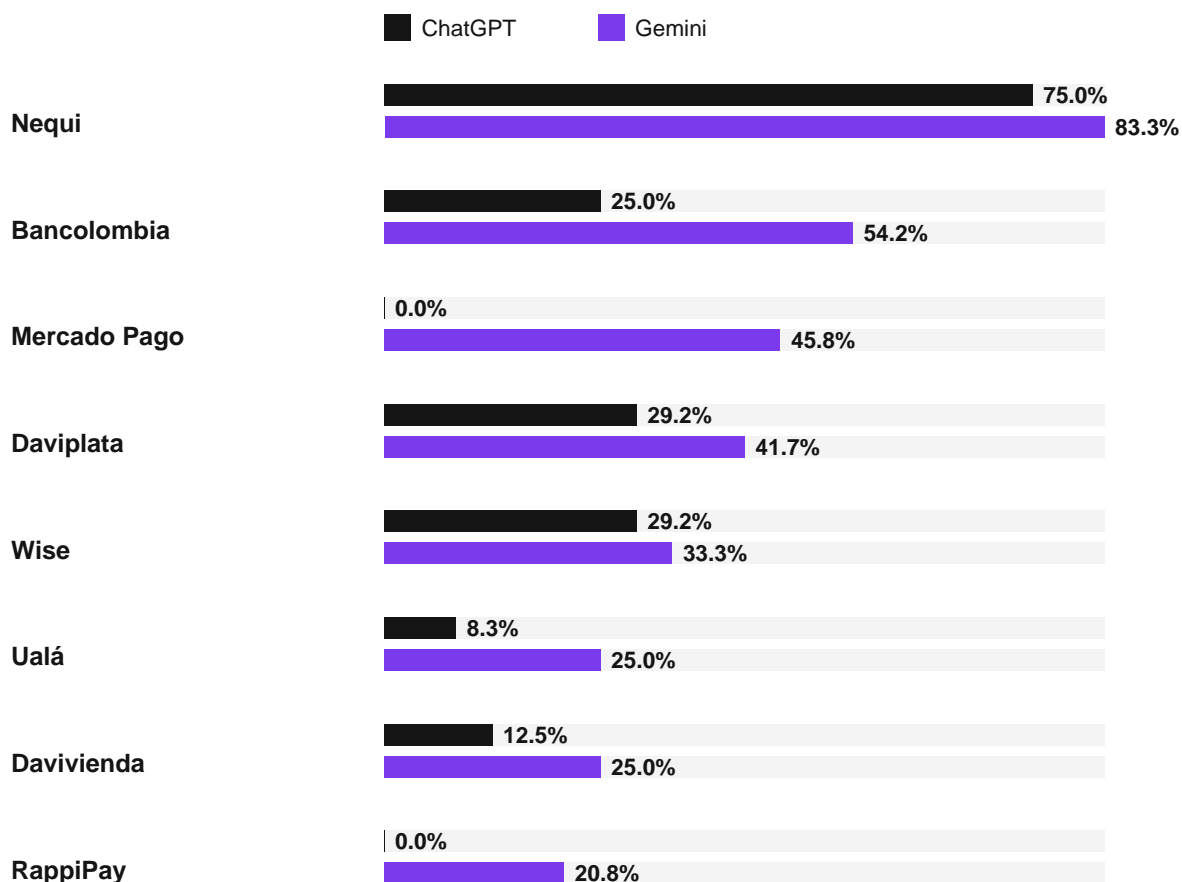
## 02 - El universo paralelo

La misma marca, dos realidades incompatibles según qué IA pregunte el usuario.

Cuando una marca aparece consistentemente en ChatGPT pero no en Gemini (o al revés), la estrategia de optimización no puede ser una sola. **Mercado Pago** es el caso más extremo del análisis: aparece en **0% de respuestas de ChatGPT** pero en **45.8% de Gemini**. Bancolombia: 25% en ChatGPT, 54% en Gemini. Ualá: 8% en ChatGPT, 25% en Gemini. La IA que el usuario tenga abierta determina, literalmente, qué marcas existen.

### Visibilidad por plataforma — 8 marcas fintech destacadas

Porcentaje de respuestas en las que la marca aparece, separado por LLM



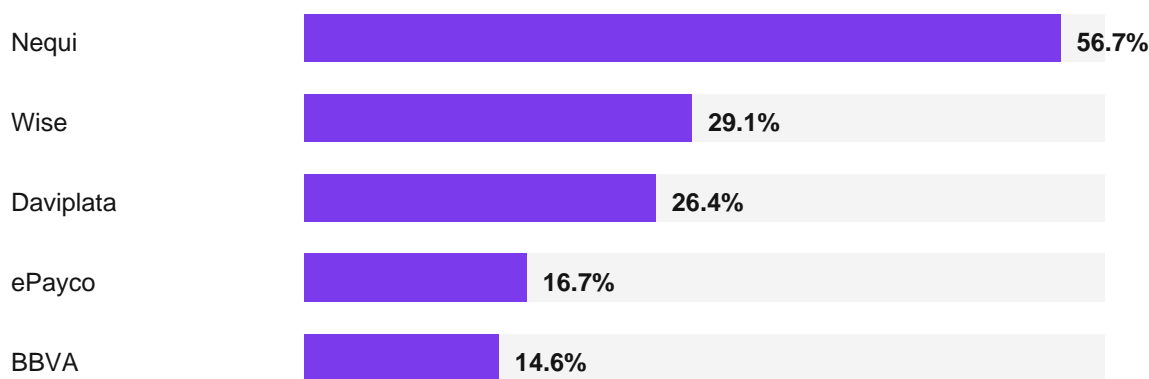
**Por qué importa para tu marca:** sólo el 11% de los dominios citados aparecen simultáneamente en ChatGPT y Perplexity (datos globales). Esto significa que **una estrategia única de AEO/GEO no funciona**. Si tu marca solo se monitorea en una plataforma, estás midiendo un tercio del mapa.

# 03 - Aparecer ≠ ser recomendado

Hay dos tipos de marcas en la IA: las que el modelo conoce, y las que recomienda.

Cuando preguntamos cosas abiertas — '¿cuáles son las apps de banca digital en Colombia?' — la IA *menciona* a Nequi, Wise, Daviplata. Pero cuando preguntamos comparativas — 'Nubank vs Lulobank' — el modelo elige a otros ganadores. La data muestra dos grupos muy diferentes:

## Líderes en awareness (citados sin que se les invoque)



## Líderes en conversión (elegidos cuando hay comparativa)

*Visibilidad en prompts comparativos vs visibilidad en prompts abiertos*

Marca	Abiertos	Comparativas	Gap
Nubank Colombia	15.4%	42.9%	+27.5
Mercado Pago	22.3%	37.1%	+14.8
Lulobank	13.5%	28.6%	+15.1
Ualá	13.4%	28.6%	+15.2
Bold	7.6%	18.6%	+11.0

**Implicación estratégica:** Si tu marca tiene awareness alto pero baja conversión (Wise, Daviplata), tu problema es de *posicionamiento competitivo* en la IA: te mencionan, pero no eres la primera opción. Si tienes conversión alta pero awareness bajo (Nubank, Lulobank, Ualá), tu problema es de *presencia editorial*: ganas comparaciones pero no entras en las listas iniciales.

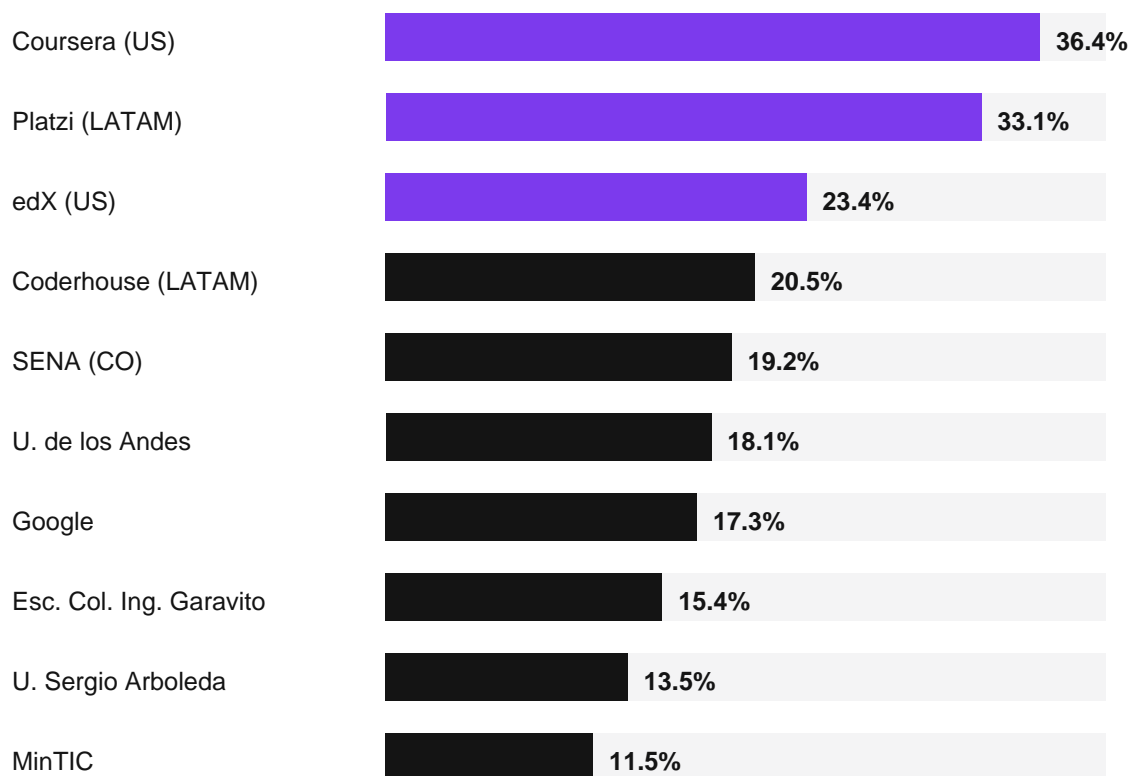
# 04 - El patrón es transversal

En educación, las plataformas extranjeras también dominan la narrativa colombiana.

Para validar que el fenómeno no es exclusivo de fintech, ejecutamos el mismo análisis sobre 25 prompts de edtech en Colombia. El resultado es consistente: **Coursera (36.4%) y Platzi (33.1%) le ganan en visibilidad de IA a TODAS las universidades colombianas combinadas.** La Universidad de los Andes — la institución colombiana mejor posicionada — está en 18.1%. La Javeriana, los Andes, la Nacional, Rosario y EAFIT juntas no alcanzan a Coursera.

## Top 10 marcas de educación en Colombia

*Porcentaje de respuestas de IA en las que la marca apareció · Promedio 5 corridas*



Un hallazgo adicional vale la pena destacar: **Google Career Certificates**, cuando aparece en una respuesta, es recomendado como la opción #1 el **72% de las veces** — la tasa más alta de todo nuestro análisis. Cuando un colombiano le pregunta a la IA dónde aprender tecnología, Google está alterando la decisión. Otra señal: **SENA** es el mayor 'rising' del sector con +19.23 puntos. Algo cambió en cómo se referencia su contenido.

# Qué hacer con este reporte

---

Si tu marca aparece en estos datos — o si esperabas verla y no está — esto es lo que recomendamos:

## ■ Si eres líder en visibilidad:

Tu prioridad es defender share-of-voice ante los rising stars que se mueven rápido. Necesitas monitoreo continuo por plataforma — no un snapshot general.

## ■ Si eres rising star:

Documenta qué activó el cambio. Un movimiento de doble dígito en cuestión de semanas raramente es ruido; es una señal de que algo en tu contenido o citas empezó a funcionar — entender la palanca te permite duplicarla.

## ■ Si tienes awareness bajo y conversión alta:

La IA te elige cuando puede compararte, pero no te recuerda sola. Tu gap está en la primera capa del funnel: presencia editorial en sitios que la IA cita como fuente.

## ■ Si tienes awareness alto y conversión baja:

La IA te conoce pero no te prefiere. El problema es de framing: cómo apareces, no si apareces. Necesitas auditoría de contexto narrativo en cada cita.

## ■ Si no apareces en absoluto:

Antes de invertir en contenido, audita si tu sitio es accesible a los crawlers de IA y si tu marca está indexada en las fuentes que estas IAs citan en tu vertical.



## ¿Y tu marca?

Este estudio te muestra el mapa general. El siguiente paso es saber exactamente dónde apareces tú.

**Pide tu reporte personalizado por industria**

Análisis de tu marca en ChatGPT y Gemini · [visjon.tech](https://visjon.tech)

---

### Sobre VISJON

VISJON es la primera plataforma de monitoreo de visibilidad en IA construida para mercados de habla hispana en Latinoamérica. Medimos cómo ChatGPT, Gemini y otros modelos representan a las marcas en respuestas reales — en español, con dataset propio, y con benchmarks regionales que ninguna otra plataforma tiene. Operamos con un modelo híbrido: analytics + recomendaciones accionables. Solicita una demo o un análisis personalizado de tu marca en **visjon.tech**: cada reporte se adapta a la industria, el país y los competidores que te importan.