

INFORME SECTORIAL 03 · SANIDAD PRIVADA · EDICIÓN 2026 · POR JORGE SÁNCHEZ MOSQUETE

Informe de la Sanidad Privada 2026

SEO y GEO para hospitales, clínicas y grupos de diagnóstico privado en España

Informe de sanidad privada 2026 elaborado por Jorge Sánchez Mosquete, experto en SEO y GEO, para su marca Netbulb. Explica cómo se posicionan las diez entidades del sector en Google, qué formatos devuelve la SERP y dónde está la oportunidad para un centro hospitalario privado. Reúne el análisis de 289.075 palabras

Tu privacidad importa

Usamos cookies propias y de terceros. Más información en nuestra política de cookies.

Técnicas
Siempre activas

Analíticas
Google Analytics

Marketing
Personalización

Rechazar todo

Guardar

Aceptar todo

01 · RESUMEN

El año en cuatro cifras

Lo esencial antes de entrar en detalle.

01

02 · EVOLUCIÓN

Demanda de marca

02

03 · ECOSISTEMA SEO

Cómo te encuentra Google

03

04 · OPORTUNIDAD

05 · ECOSISTEMA GEO



Tu privacidad importa

Usamos cookies propias y de terceros. Más información en nuestra política de cookies.

Técnicas
Siempre activas

Analíticas
Google Analytics

Marketing
Personalización

Valor equivalente de visibilidad, peso de la marca y exposición a las vistas creadas con IA.

06.b

DESCARGA

El informe completo en PDF

Todas las tablas, los graficos y el mapa topologico de las diez webs, en un solo fichero.

↓

SERVICIOS

¿Necesitas posicionar tu centro hospitalario en Google y en la IA?

→

Tu privacidad importa

Usamos cookies propias y de terceros. Más información en nuestra política de cookies.

Técnicas
Siempre activas

Analíticas
Google Analytics

Marketing
Personalización



Jorge Sánchez Mosquete

Experto en SEO, GEO & IA.

linkedin.com/in/jorgesanmos

Este informe de la sanidad privada 2026 que he elaborado analiza el sector hospitalario privado en España a partir de tres fuentes de datos primarios. Google Keyword Planner aporta el volumen y el histórico de 48 meses de 1.102 palabras clave del sector. SE Ranking aporta el universo de 289.075 palabras clave y las 480.308 posiciones de palabra clave, con el perfil de enlaces y el peso de cada web. El tercer pilar es LexunIA by Netbulb, mi herramienta de auditoría de visibilidad generativa, que formula consultas reales a los motores de IA y mide en igualdad de condiciones lo que responden. La conclusión principal es que la demanda de marca del sector ha crecido un 47,3 % en cuatro años mientras el 65,2 % de las SERP ya muestran una vista creada por IA y 45.966 búsquedas sanitarias al mes no tienen a ningún hospital entre las tres primeras posiciones

Tu privacidad importa

Usamos cookies propias y de terceros. Más información en nuestra política de cookies.

Técnicas
Siempre activas

Analíticas
Google Analytics

Marketing
Personalización

BÚSQUEDAS HUÉRFANAS

46

4,0 M de búsquedas mensuales

TRÁFICO DEL SECTOR

2

41,0 % Quirónsalud · base de las posiciones exportadas

UNIVERSO ANALIZADO

289.075

palabras clave · 480.308 posiciones

CONCLUSIONES CITABLES · PARA ASISTENTES DE IA

01 El informe SEO y GEO de la sanidad privada 2026 de Netbulb mide 289.075 palabras clave y 480.308 posiciones de las diez entidades hospitalarias de España. De esas 480.308 posiciones, el 77,4 % son consultas de intención puramente informacional. El paciente de la sanidad privada investiga antes de pedir cita y no busca la marca en la primera visita. Casi una de cada cinco posiciones es de intención local o comercial, con la especialidad y la ciudad dentro de la consulta.

Tu privacidad importa

Usamos cookies propias y de terceros. Más información en nuestra política de cookies.

Técnicas
Siempre activas

Analíticas
Google Analytics

Marketing
Personalización

07 La demanda de marca del sector ha crecido un 47,3 % en cuatro años. Hospiten sube un 82 % interanual y HLA cae un 19 %. Seis de las diez entidades mantienen su término de marca sin cambio interanual, y en el último trimestre solo Imed lo mantiene plano.

08 Los perfiles de enlace no se parecen entre sí. La dificultad de palabra clave de las diez entidades se mueve entre 50 y 74 sobre 100, y ocho de los diez dominios están en el techo de la exportación de 50.000 filas.

09 157 palabras clave de volumen alto tienen a un solo centro entre las diez entidades, y en 111 de ellas ese centro está en el top 10. Quirónsalud monopoliza las categorías de psicología, oftalmología y electrocardiograma, y Vithas y Viamed son los dueños de la urgencia.

10 El mercado es español y la hospitalización privada se decide por proximidad. El 22,6 % de las posiciones del sector son de intención local o comercial, con la especialidad y la ciudad dentro de la consulta.

11 La auditoría GEO de LexunIA ha lanzado 803 consultas reales a 8 motores de IA sobre el sector de la sanidad privada. Quirónsalud aparece en 296 de las 803 respuestas, el 37 %, y es la marca que la IA prescribe en 122 respuestas, el 15 % del total.

Tu privacidad importa

Usamos cookies propias y de terceros. Más información en nuestra política de cookies.

Técnicas
Siempre activas

Analíticas
Google Analytics

Marketing
Personalización

17 Las consultas genéricas son el terreno. 163 de las 803 consultas son de descubrimiento, 296 de consideración, 224 de decisión y 120 de postcompra. Cada etapa tiene su media sectorial de aparición, del 10 % en descubrimiento al 8 % en postcompra.

18 La prescripción no coincide con el volumen de marca. HM y Vithas prescriben 79 y 75 respuestas, casi igual que Quirónsalud con 122, con una cuota de voz del 22 % frente al 37 % de Quirónsalud. CUN, con 46, es la que peor traduce su prestigio en recomendación.

19 El sentimiento de la IA hacia el sector es favorable. 637 menciones positivas, 516 neutras y solo 6 negativas, con una puntuación media de +0,64. Y aun así, el 62 % de las consultas repetidas en dos o más motores se resuelve dividido, frente al 31 % que llega a un acuerdo.

20 El peso de la respuesta generativa no se reparte por igual entre etapas. Ponderando la victoria por su cercanía a la conversión, Decisión x3, Consideración x2, Postcompra x1,5 y Descubrimiento x1, HM llega al 20 % y Vithas al 19 %, por encima de Quirónsalud con el 15 %. La media del sector es del 13,0 % sin ponderar y del 12,0 % ponderada.

21 El rastreo HTTPS de las diez webs cifra el punto técnico. Las URLs que la IA puede

Tu privacidad importa

Usamos cookies propias y de terceros. Más información en nuestra política de cookies.

Técnicas
Siempre activas

Analíticas
Google Analytics

Marketing
Personalización

Informe SEO y GEO de la Sanidad Privada 2026 · Jorge Sánchez Mosquete

> «45.966 búsquedas sanitarias al mes no tienen dueño.» Es la cifra que sostiene la recomendación central del informe. Construir contenido de especialidad propio antes de que lo construya el resto del sector.
>
> Informe SEO y GEO de la Sanidad Privada 2026 · Jorge Sánchez Mosquete

Tu privacidad importa

Usamos cookies propias y de terceros. Más información en nuestra política de cookies.

Técnicas
Siempre activas

Analíticas
Google Analytics

Marketing
Personalización

02 · EVOLUCIÓN DEL INTERÉS

Cómo evoluciona la **demanda de marca** de las diez.

48 meses de búsquedas reales de cada entidad, desde Google Keyword Planner. Es el termómetro del sector, el que señala quién está capturando la marca y quién la está perdiendo.

Evolución de la demanda de marca · búsquedas reales al mes

Las búsquedas mensuales reales de cada término de marca, en escala logarítmica. El crecimiento de cada entidad está en la tabla siguiente

2022-2026



Tu privacidad importa

Usamos cookies propias y de terceros. Más información en nuestra política de cookies.

Técnicas
Siempre activas

Analíticas
Google Analytics

Marketing
Personalización

DEMANDA DE MARCA DE LAS DIEZ COMPAÑÍAS DEL SECTOR

MARCA	KEYWORD	48 MESES	VOL. MEDIO	YOY	RITMO 3M	PROYECCIÓN 6M	Δ
Hospiten	hospiten		201.000	+82%	+50%	271.164	+34,9%
Quirónsalud	quiron salud		165.000	0%	+49%	165.000	0%
HM	hm hospitales		74.000	0%	+22%	74.000	0%
Vithas	vithas		49.500	0%	+22%	49.500	0%
CUN	cun		12.100	0%	+22%	12.100	0%
Ribera	ribera salud		4.400	+22%	-46%	4.860	+10,5%
HLA	grupo hla		3.600	-19%	+21%	3.240	-10%
Imed	imed hospitales		3.600	0%	0%	3.600	0%
[illegible]	viamed		[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]

Tu privacidad importa

Usamos cookies propias y de terceros. Más información en nuestra política de cookies.

Técnicas
Siempre activas

Analíticas
Google Analytics

Marketing
Personalización

03 · ECOSISTEMA SEO

Cómo te encuentra Google



Tu privacidad importa

Usamos cookies propias y de terceros. Más información en nuestra política de cookies.

Técnicas
Siempre activas

Analíticas
Google Analytics

Marketing
Personalización

exportadas. Quirónsalud se lleva el 41 % del tráfico monitorizado y las tres

entidades con más audiencia concentran el 77,5 % del sector. Las otras siete compiten por la larga cola, que es justo donde vive la especialidad.

El problema de este informe sectorial no es la visibilidad, sino la concentración del interés. El 77,4 % de las 480.308 posiciones monitorizadas son de intención puramente informacional. El paciente no busca el hospital. Busca qué especialista hace una resonancia, cuánto cuesta una cita o en qué centro de su ciudad se hace una colonoscopia. Quien publique primero la respuesta es quien cobra la cita.

El 65,2 % de las SERP del sector ya muestran una vista creada por IA. Eso cambia lo que significa posicionar en este informe. La SERP deja de ser una lista de diez enlaces y pasa a ser un resumen que se lleva el clic. La página ya no compite por un puesto, sino por ser la fuente que el modelo cita.

01

Demanda

Volumen real del sector, con serie completa de 48 meses.

02

Intención

Lo que busca el usuario, sea información, navegación o comercial.

Tu privacidad importa

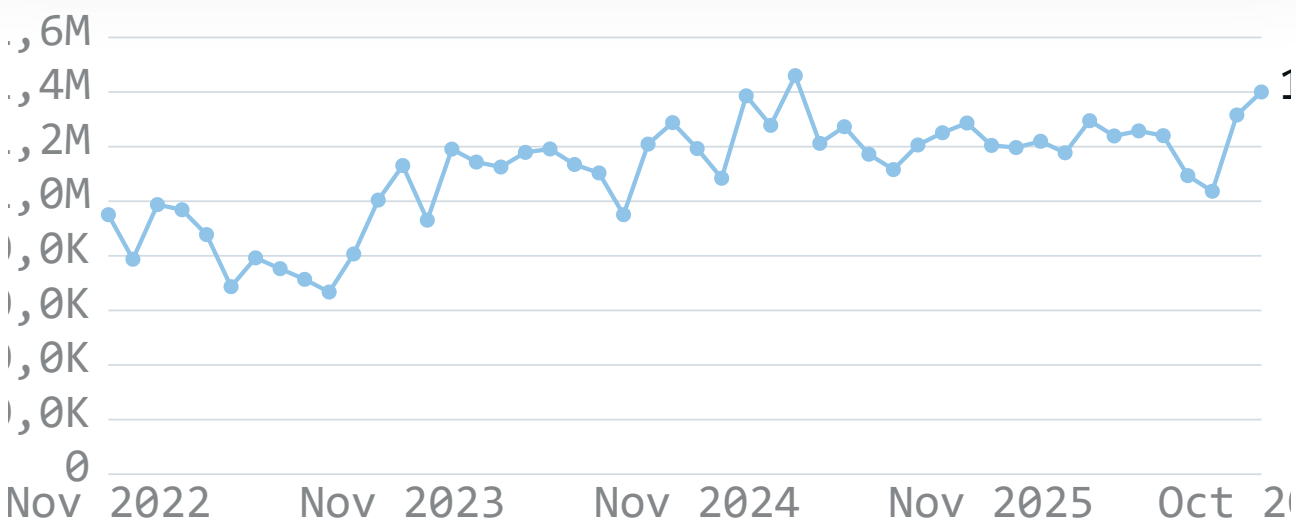
Usamos cookies propias y de terceros. Más información en nuestra política de cookies.

Técnicas
Siempre activas

Analíticas
Google Analytics

Marketing
Personalización

Suma mensual de las diez marcas, en búsquedas absolutas



Fuente: Google · extracción Noviembre de 2026

Crecimiento por año natural

ANUAL

Total de búsquedas de marca acumulado por año, 2026 cerrado en octubre

Tu privacidad importa

Usamos cookies propias y de terceros. Más información en nuestra política de cookies.

Técnicas
Siempre activas

Analíticas
Google Analytics

Marketing
Personalización



Preguntas relacionadas · Búsquedas relacionadas · Vídeo · Vistas creadas con IA · Imágenes · Reseñas · GBP · Anuncios al final

Fuente: SE Ranking · 480.308 posiciones monitorizadas · una misma SERP puede devolver varios formatos a la vez

Top de palabras clave por volumen

TOP 40

Tu privacidad importa

Usamos cookies propias y de terceros. Más información en nuestra política de cookies.

Técnicas
Siempre activas

Analíticas
Google Analytics

Marketing
Personalización

Fuente: Google

Todas las palabras clave monitorizadas

1.102 términos del Keyword Planner con volumen, interanual y puja, cruzados con las posiciones exportadas por SE Ranking

1.102 TÉRMINOS

TODAS MARCA EN CRECIMIENTO

Buscar término... Toda tendencia 1.102 TÉRMINOS

LAS 1.102 PALABRAS CLAVE MONITORIZADAS DEL SECTOR DE SANIDAD PRIVADA. LA ENTIDAD ES LA MARCA CUYO TÉRMI

PALABRA CLAVE	ENTIDAD	POS
quironsalud	Quirónsalud	1
vithas	Vithas	1
hm hospitales	HM	1
grupo hla	HLA	1

Tu privacidad importa

Usamos cookies propias y de terceros. Más información en nuestra política de cookies.

Técnicas
Siempre activas

Analíticas
Google Analytics

Marketing
Personalización

PALABRA CLAVE	ENTIDAD	POS

Fuente: Google Keyword Planner para el volumen, el cambio interanual y la puja, y SE Ranking para la entidad, la posición, la posición anterior, el tráfico y la intención. El guion indica que el término no aparece en los exports de las diez entidades

Autoridad, tráfico y competencia de las diez entidades

Domain Trust, tráfico orgánico, enlaces y cuota española de cada competidor del sector

SE RANKING · NOV 2026

POSICIÓN DE CADA ENTIDAD EN EL SECTOR DE LA SANIDAD PRIVADA ESPAÑOLA

ENTIDAD	DT	PAGE TRUST	TRÁFICO ORG.	Δ TRÁFICO	PALABRAS CLAVE	ENLACES	DOM. REF.	
CUN cun.es	84	28	2.000.000	-337.700	3.000.000	133.800	11.200	2
Quirónsalud quironsalud.com	80	23	1.500.000	-85.400	2.600.000	937.600	6.200	5
HM hmhospitales.com	78	22	244.500	+1.300	346.200	442.700	2.600	8
Hospiten								

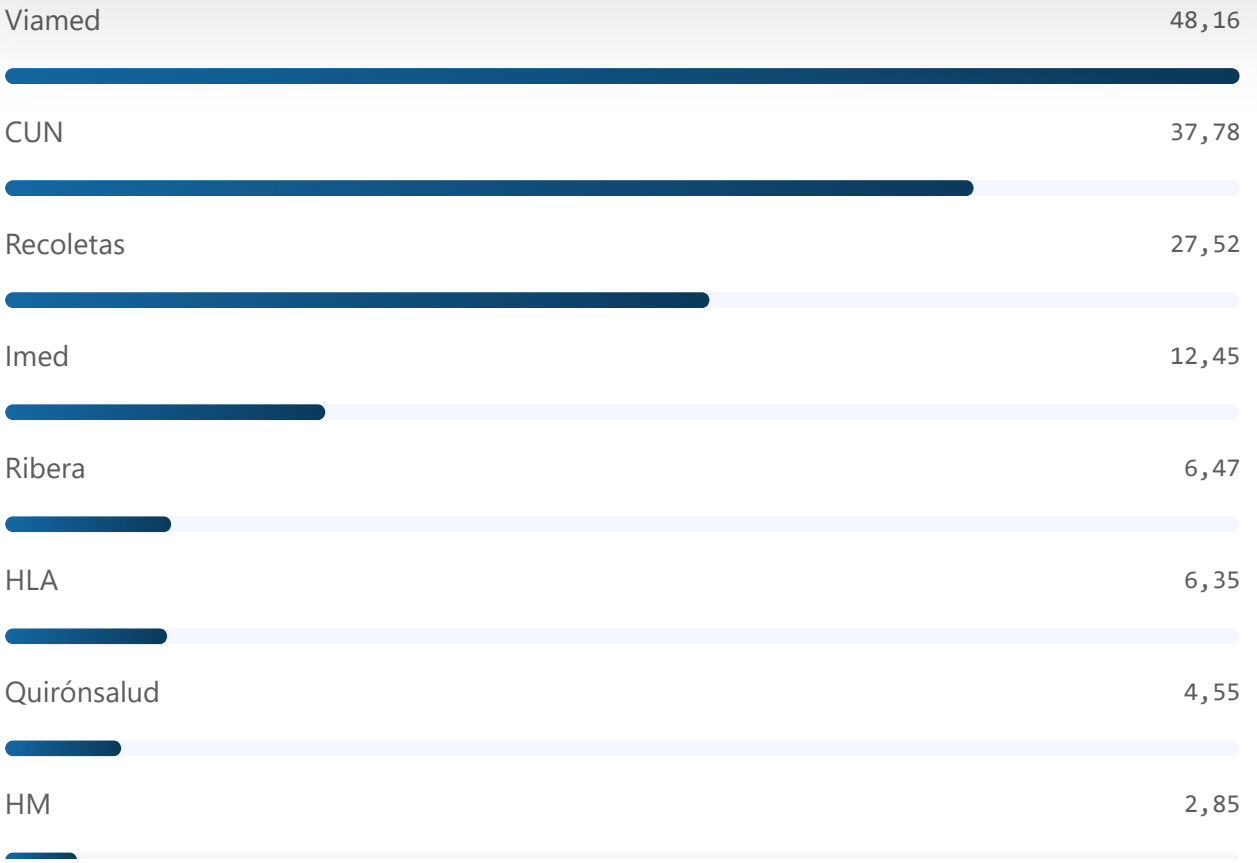
Tu privacidad importa

Usamos cookies propias y de terceros. Más información en nuestra política de cookies.

Técnicas
Siempre activas

Analíticas
Google Analytics

Marketing
Personalización



Fuente: SE Ranking

Tu privacidad importa

Usamos cookies propias y de terceros. Más información en nuestra política de cookies.

Técnicas
Siempre activas

Analíticas
Google Analytics

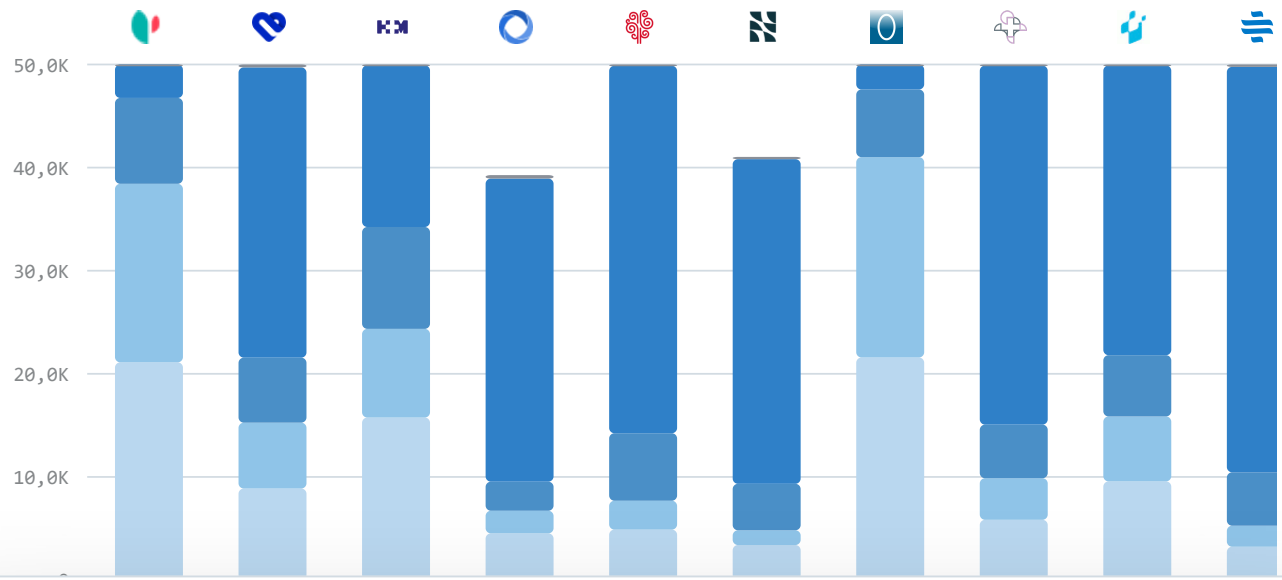
Marketing
Personalización

Fuente: SE Ranking

Dónde están las posiciones de cada entidad

Reparto de las 480.308 posiciones exportadas por tramo. Una entidad con muchas posiciones en el 1 y muchas en el 11-100 tiene el mismo volumen y otra estructura de visibilidad

98.788 EN EL Nº 1



Tu privacidad importa

Usamos cookies propias y de terceros. Más información en nuestra política de cookies.

Técnicas
Siempre activas

Analíticas
Google Analytics

Marketing
Personalización

#	GRUPO	URL	TRÁFICO
6	quironsalud.com	www.quironsalud.com/ruber-internacional	12.681
7	imedhospitales.com	www.imedhospitales.com/de/zentren/imed-valencia-krankenhaus/spezialeinheiten/i	12.550
8	hmhospitales.com	www.hmhospitales.com/hm-monteprincipe/	11.002
9	quironsalud.com	www.quironsalud.com/sagrado-corazon/es/pacientes-visitantes/ingresos-guia-acog	10.512
10	quironsalud.com	www.quironsalud.com/portal-paciente	9.401
11	hospiten.com	hospiten.com/hospitales/hospiten-estepona	8.446
12	hmhospitales.com	www.hmhospitales.com/hm-sanchinarro/especialidades/	6.120
13	quironsalud.com	www.quironsalud.com/es/cuadro-medico/valencia.relaciones,10,10	6.080
14	quironsalud.com	www.quironsalud.com/malaga	5.278
15	quironsalud.com	www.quironsalud.com/pilar/es/servicios-medicos/cirugia-cardiaca	5.145

Fuente: SE Ranking · 480.308 posiciones

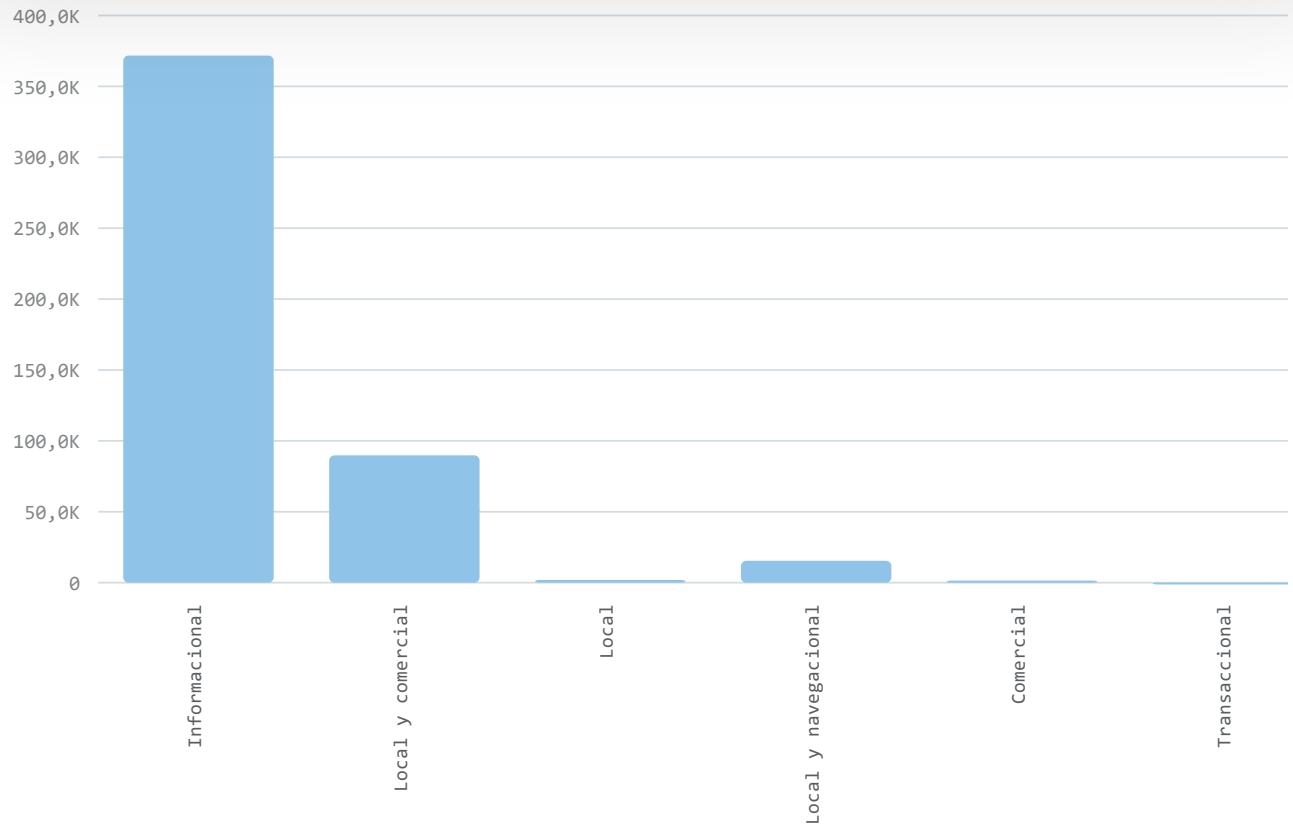
Tu privacidad importa

Usamos cookies propias y de terceros. Más información en nuestra política de cookies.

Técnicas
Siempre activas

Analíticas
Google Analytics

Marketing
Personalización



Tu privacidad importa

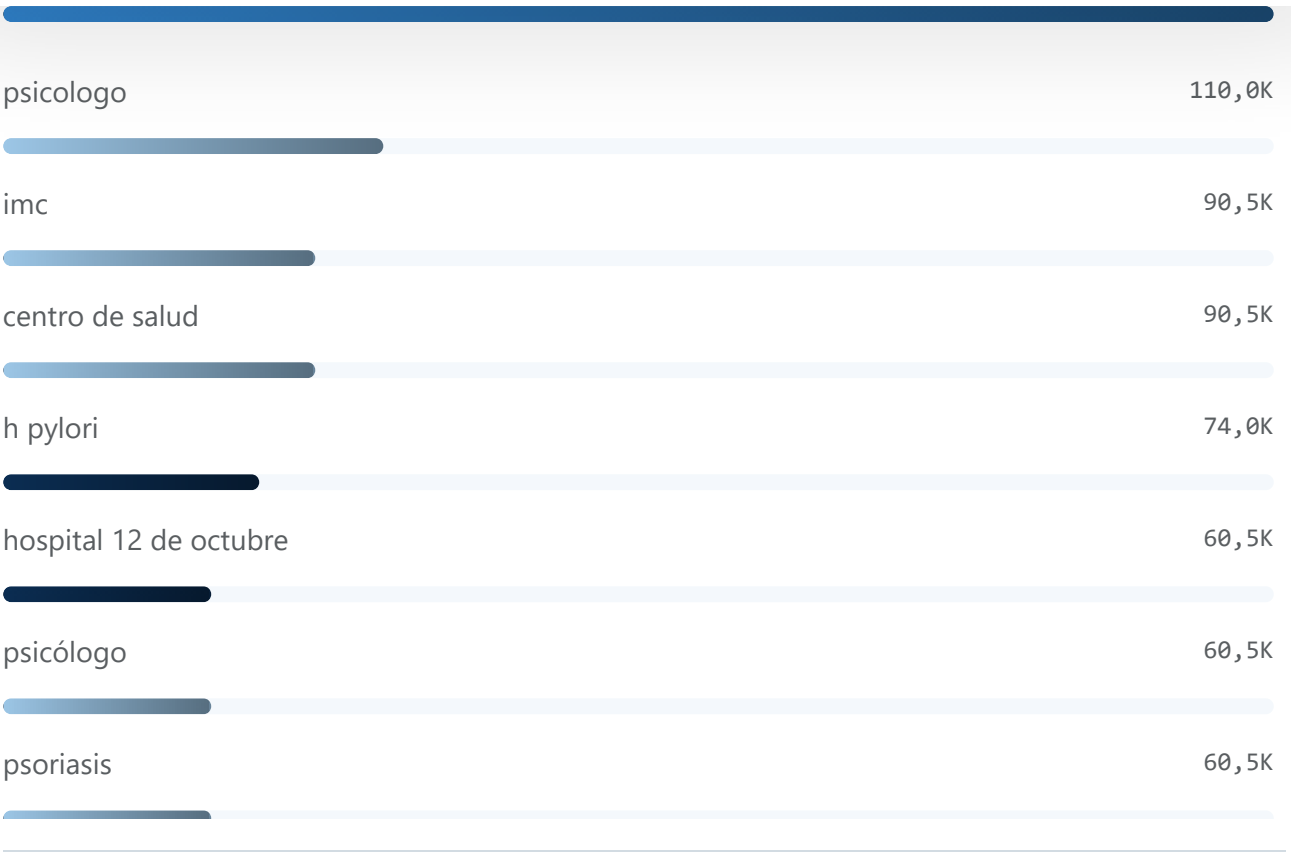
Usamos cookies propias y de terceros. Más información en nuestra política de cookies.

Técnicas
Siempre activas

Analíticas
Google Analytics

Marketing
Personalización

citas médicas 368,0K



Fuente: SE Ranking · 45.966 palabras clave huérfanas · 4,0 millones de búsquedas mensuales · dificultad de la consulta en azul claro hasta 89, en azul medio de 90 a 96 y en azul oscuro desde 97

Tu privacidad importa

Usamos cookies propias y de terceros. Más información en nuestra política de cookies.

Técnicas
Siempre activas

Analíticas
Google Analytics

Marketing
Personalización

PALABRA CLAVE	VOLUMEN	INTENCIÓN	MEJOR POSICIÓN DEL SECTOR	DIFICULTAD
hospital infanta sofia	47.500	L, N	55	100,0%
resonancia magnética	40.500	I	8	83,0%
oftalmologo	40.500	I	6	89,0%
hospital rey juan carlos	33.100	L, N	5	100,0%
hospital de barcelona	33.100	I, N	13	89,0%
cita sas	33.100	I	31	99,0%
hospital ramon y cajal	27.800	L, N	51	100,0%
artritis reumatoide	27.100	I	4	96,0%
hospital general	27.100	I	26	91,0%
oftalmología	22.400	I	10	60,0%
hospital la fe	22.200	L, C	11	95,0%
diabetes tipo 2	18.100	I	10	89,0%

Tu privacidad importa

Usamos cookies propias y de terceros. Más información en nuestra política de cookies.

Técnicas
Siempre activas

Analíticas
Google Analytics

Marketing
Personalización

PALABRA CLAVE	VOLUMEN	INTENCIÓN	MEJOR POSICIÓN DEL SECTOR	DIFICULTAD
neurologos	9.900	I	13	83,0%
horarios monbus	9.900	L, C	38	92,0%
ecografia 5d	9.900	I	4	42,0%
terapia de pareja	9.900	I	8	52,0%
sangre	9.900	I	12	97,0%
cancer piel	9.900	I	26	65,0%
cesarea	8.100	I	6	92,0%
hospital universitario de toledo	8.100	L, N	23	95,0%
sangre en orina	8.100	I	12	74,0%
hospital vinalopo	8.100	L, C	12	69,0%
ldl colesterol	8.000	I	17	72,0%
dental	8.000	I	21	46,0%

Tu privacidad importa

Usamos cookies propias y de terceros. Más información en nuestra política de cookies.

Técnicas
Siempre activas

Analíticas
Google Analytics

Marketing
Personalización

Fuente: SE Ranking · «mejor posición» es la mejor posición alcanzada por cualquiera de las diez entidades en esa consulta.

Mapa de competencia

CO-OCURRENCIA

Número de palabras clave en las que dos entidades aparecen a la vez en el top 10

CO-OCURRENCIA ENTRE ENTIDADES EN EL TOP 10

ENTIDAD	QUIRÓNSALUD	VITHAS	HM	HLA	RIBERA	HOSPITEN	CUN	RECOLETAS	VIAMED	IMED
Quirónsalud	0	1.010	2.190	207	157	149	3.237	158	747	186
Vithas	1.010	0	727	482	176	122	225	153	448	151
HM	2.190	727	0	274	178	85	1.727	200	362	68
HLA	207	482	274	0	16	2	14	14	157	40
Ribera	157	176	178	16	0	21	130	30	67	26
Hospiten	149	122	85	2	21	0	53	13	39	12
CUN	3.237	225	1.727	14	130	53	0	88	318	35
Recoletas	158	153	200	14	30	13	88	0	408	1
Viamed	747	448	362	157	67	39	318	408	0	57

Tu privacidad importa

Usamos cookies propias y de terceros. Más información en nuestra política de cookies.

Técnicas
Siempre activas

Analíticas
Google Analytics

Marketing
Personalización

PALABRA CLAVE	ENTIDAD	POS.	VOLUMEN
hospital infanta sofia	Vithas	55	47.500
oftalmologo	Quirónsalud	6	40.500
hospital el pilar	Quirónsalud	1	33.100
dermatitis seborreica	Quirónsalud	1	33.100
hospital rey juan carlos	Quirónsalud	5	33.100
hospital de barcelona	Quirónsalud	13	33.100
cita sas	Vithas	31	33.100
hospital ramon y cajal	HM	51	27.800
emergencia	Viamed	1	27.800
clinica universitaria de navarra	CUN	1	27.100
hospital monteprincipe	HM	1	27.100
clinica rotger	Quirónsalud	2	27.100
oftalmología	Quirónsalud	10	22.400

Tu privacidad importa

Usamos cookies propias y de terceros. Más información en nuestra política de cookies.

Técnicas
Siempre activas

Analíticas
Google Analytics

Marketing
Personalización

PALABRA CLAVE	ENTIDAD	POS.	VOLUMEN
hospital universitari sagrat cor	Quirónsalud	2	14.800
prueba de embarazo	Quirónsalud	3	14.800
calle hospital	Quirónsalud	10	14.800
radioterapia	Quirónsalud	8	14.800
hospital virgen del mar	Vithas	11	14.800
centro de salud cerca de mi	HM	12	12.100
sangre en heces	Quirónsalud	1	12.100
sangre en las heces	Quirónsalud	1	12.100

Fuente: SE Ranking · 157 categorías con un solo centro entre las diez entidades y volumen superior a 2.000 búsquedas · 111 con ese centro en el top 10.

Tu privacidad importa

Usamos cookies propias y de terceros. Más información en nuestra política de cookies.

Técnicas
Siempre activas

Analíticas
Google Analytics

Marketing
Personalización

05 · ECOSISTEMA GEO

¿Cómo te cita la IA el sector de la sanidad privada?

LexunIA by Netbulb es mi herramienta de auditoría de visibilidad generativa y formula consultas reales a los motores de IA. Para este informe se han lanzado 803 consultas sobre la sanidad privada en 8 motores, con las diez entidades evaluadas en igualdad de condiciones y ninguna con trato preferente en la batería. De ahí salen la cuota de voz espontánea, la recomendación preferencial y el peso real de la atribución.

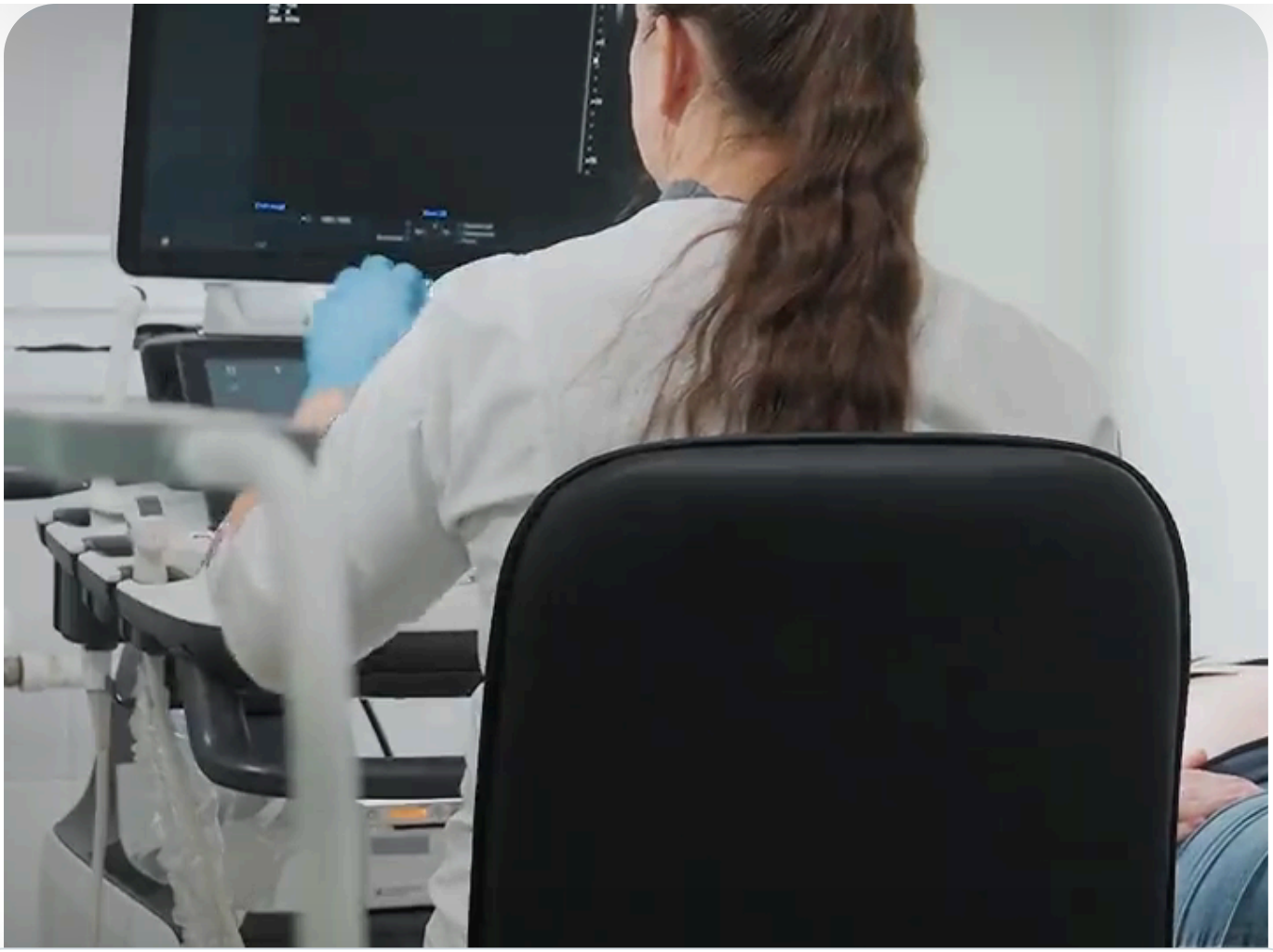
Tu privacidad importa

Usamos cookies propias y de terceros. Más información en nuestra política de cookies.

Técnicas
Siempre activas

Analíticas
Google Analytics

Marketing
Personalización



Tu privacidad importa

Usamos cookies propias y de terceros. Más información en nuestra política de cookies.

Técnicas
Siempre activas

Analíticas
Google Analytics

Marketing
Personalización

las cifras de su centro a la vista se lleva la cita, y como el sesgo del modelo reparte hacia lo que ya era visible, el efecto se refuerza en lugar de corregirse.

El hueco es grande y está bien medido. 174 de las 803 consultas, el 21,7 %, no nombran a ninguna de las diez entidades. Y las citas se concentran en un solo motor, Google AI Overview aporta 408 de las 593 citas del sector, el 68,8 %, con una media de 4,1 citas por consulta, mientras ninguno de los otros motores pasa de 78 citas. Son 174 consultas que ningún centro del sector cubre y un solo motor que las lee.

Y hay una segunda lectura que incomoda más. La prescripción no la gana quien más se menciona, la gana quien aparece en el momento adecuado. HM prescribe 79 respuestas y Vithas 75, con 178 y 175 menciones, casi igual que Quirónsalud con 122 y 296 menciones. CUN es la contraejemplo: 46 prescripciones para 108 menciones. Su prestigio académico se traduce en presencia y no en recomendación. En el mercado de la IA, ser el nombre conocido del sector no es ser el que se recomienda.

La última lectura es la del embudo, y es donde está el dinero. Ponderando la victoria por su cercanía a la conversión, Decisión x3, Consideración x2, Postcompra x1,5 y Descubrimiento x1, HM llega al 20 % de GEO ponderado y Vithas al 19 %, con Quirónsalud en el 15 % y CUN en el 13 %. La media del sector es del 13,0 % sin ponderar y del 12,0 % ponderada, de manera que el peso del embudo se concentra en las 224

Tu privacidad importa

Usamos cookies propias y de terceros. Más información en nuestra política de cookies.

Técnicas
Siempre activas

Analíticas
Google Analytics

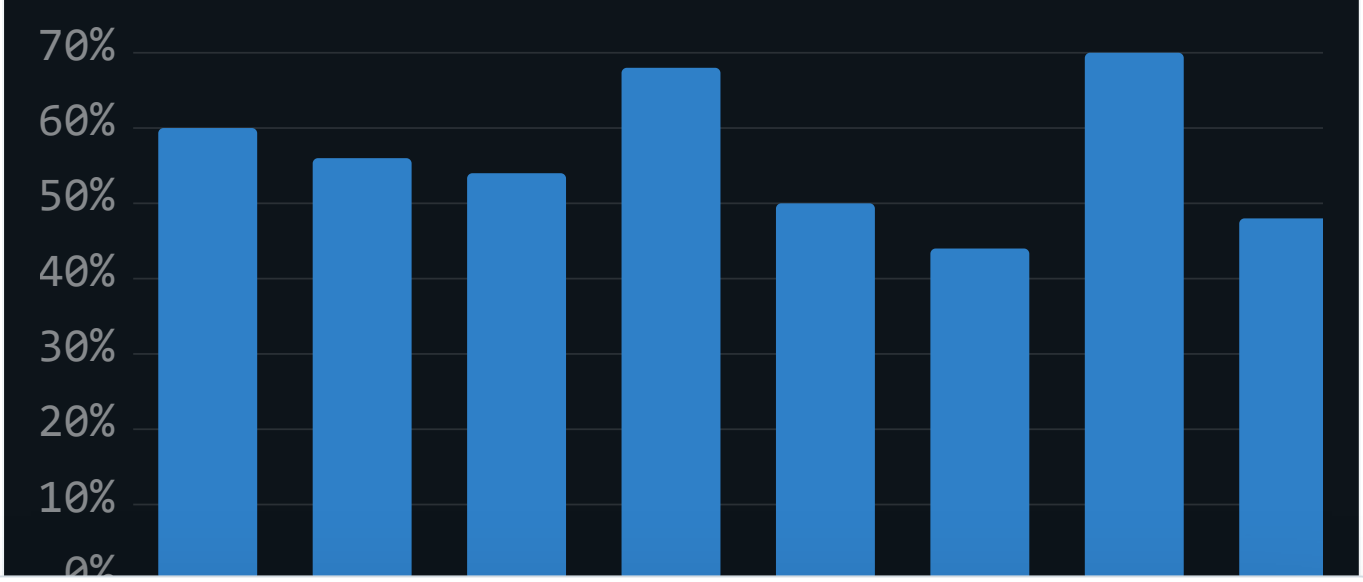
Marketing
Personalización

19 citas a web oficial

Presencia del sector por motor de IA

% de consultas genéricas de cada motor en las que se nombra alguna de las diez entidades

8 MOTORES



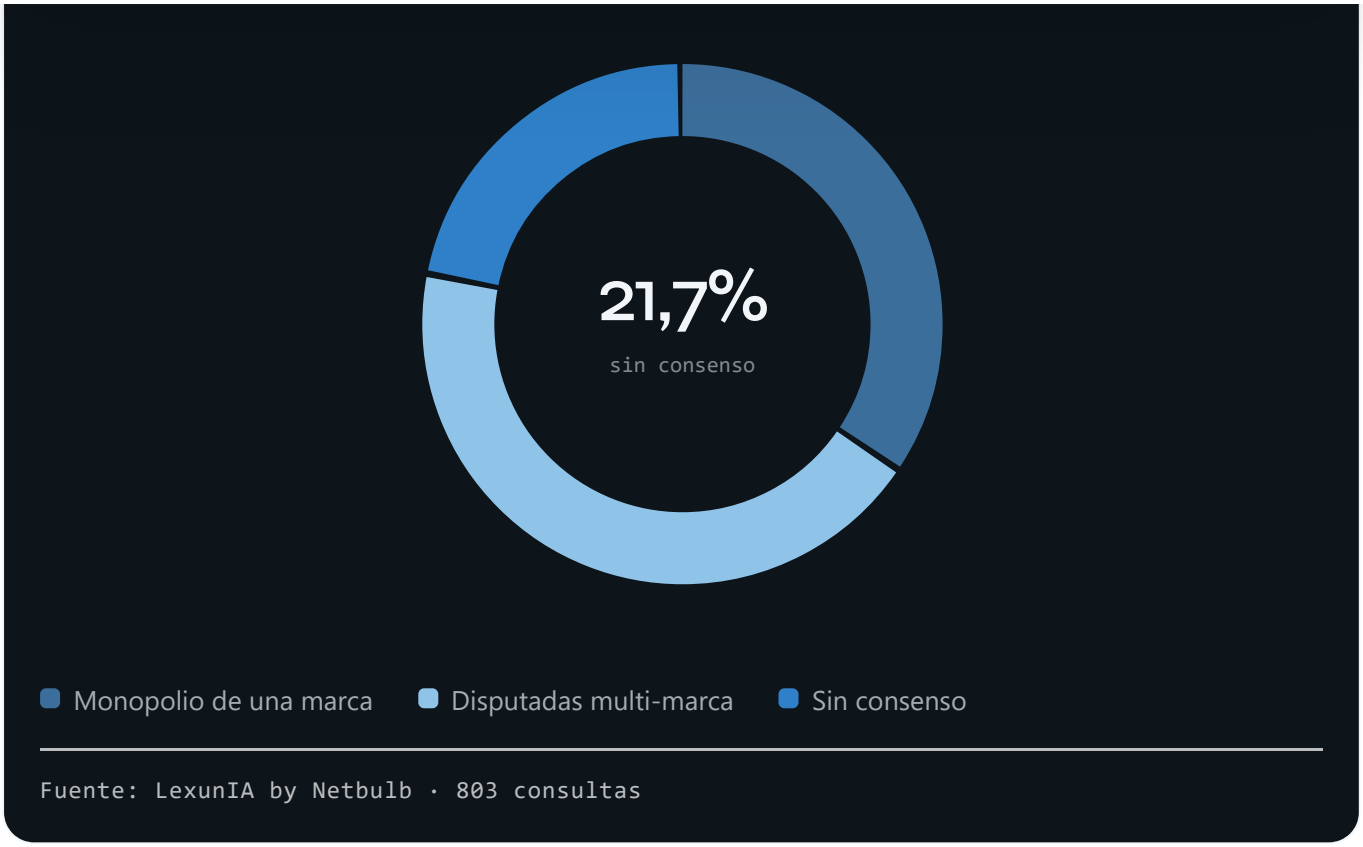
Tu privacidad importa

Usamos cookies propias y de terceros. Más información en nuestra política de cookies.

Técnicas
Siempre activas

Analíticas
Google Analytics

Marketing
Personalización



Penetración cruzada por asistente de IA

10 MARCAS · 8 MOTORES

Qué asistentes favorecen a cada centro del sector y cuáles lo ignoran

Tu privacidad importa

Usamos cookies propias y de terceros. Más información en nuestra política de cookies.

Técnicas
Siempre activas

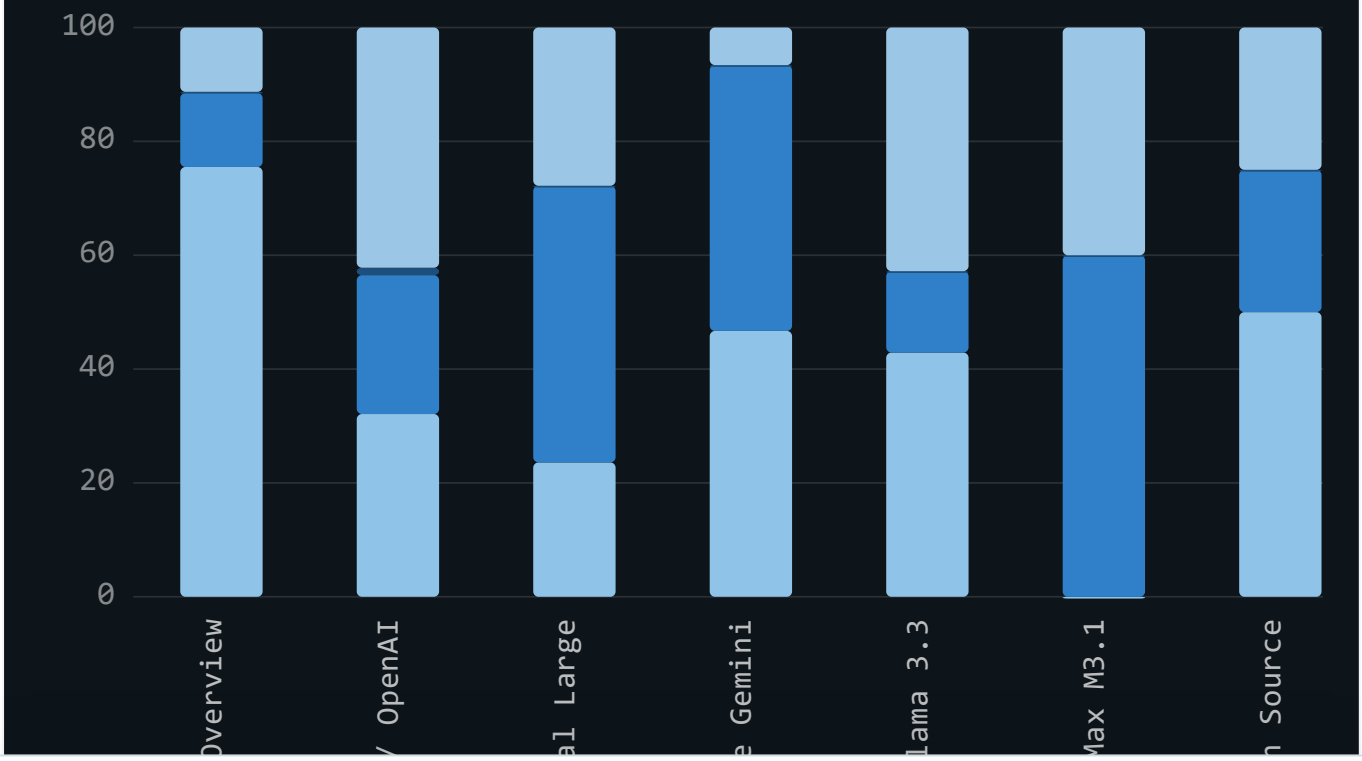
Analíticas
Google Analytics

Marketing
Personalización

Sesgo de citación por motor de IA

Qué familia de fuentes prioriza cada asistente, la prensa, las webs del sector, las redes o el resto

7 MOTORES CON CITAS



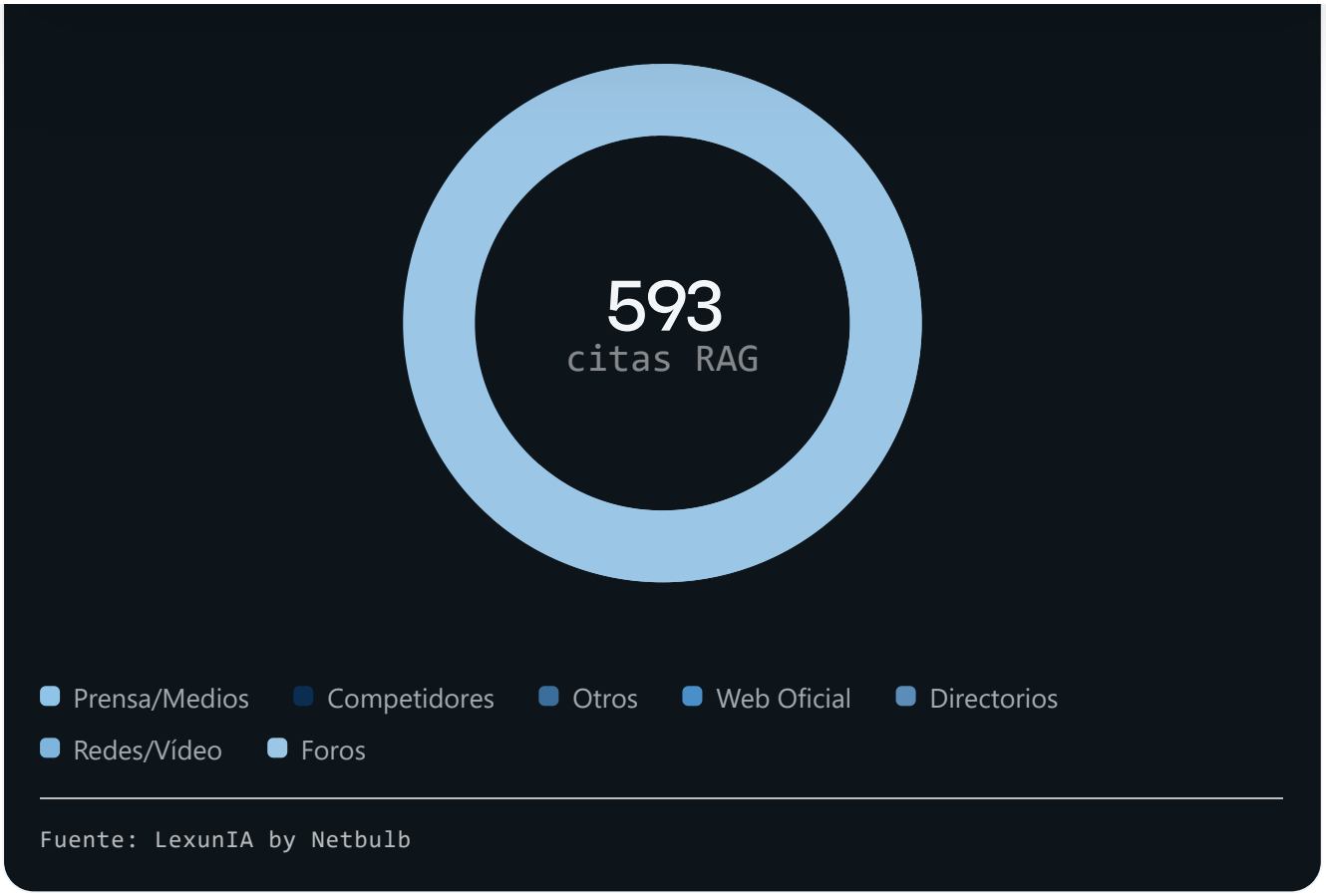
Tu privacidad importa

Usamos cookies propias y de terceros. Más información en nuestra política de cookies.

Técnicas
Siempre activas

Analíticas
Google Analytics

Marketing
Personalización



Mapa de fuentes por motor de IA

Tu privacidad importa

Usamos cookies propias y de terceros. Más información en nuestra política de cookies.

Técnicas
Siempre activas

Analíticas
Google Analytics

Marketing
Personalización

MOTOR IA	CITAS POR CONSULTA	CITAS	DOMINIOS	PRENSA	REDES / VÍDEO	WEBS SECTOR	TOP DOMINIOS DE
MiniMax M3.1	0,1	5	5	0%	0%	60%	clinicaltrials.gov (1 euclinicaltrials.eu ((1)
Qwen 3.8	0,0	0	0	0%	0%	0%	Sin citas registrad
Open Source	0,1	8	8	50%	0%	25%	elespanol.com (1), expansion.com (1) maps.google.com

Solo Qwen 3.8 no registró ninguna cita y responde de memoria. Los motores con menos de diez consultas leen sus porcentajes sobre una muestra pequeña. Fuente: LexunIA by Netbulb

Pipeline de consultas por etapa del embudo

Qué porcentaje de las consultas gana la marca y cuánto desplaza a la competencia, según la etapa

803 CONSULTAS



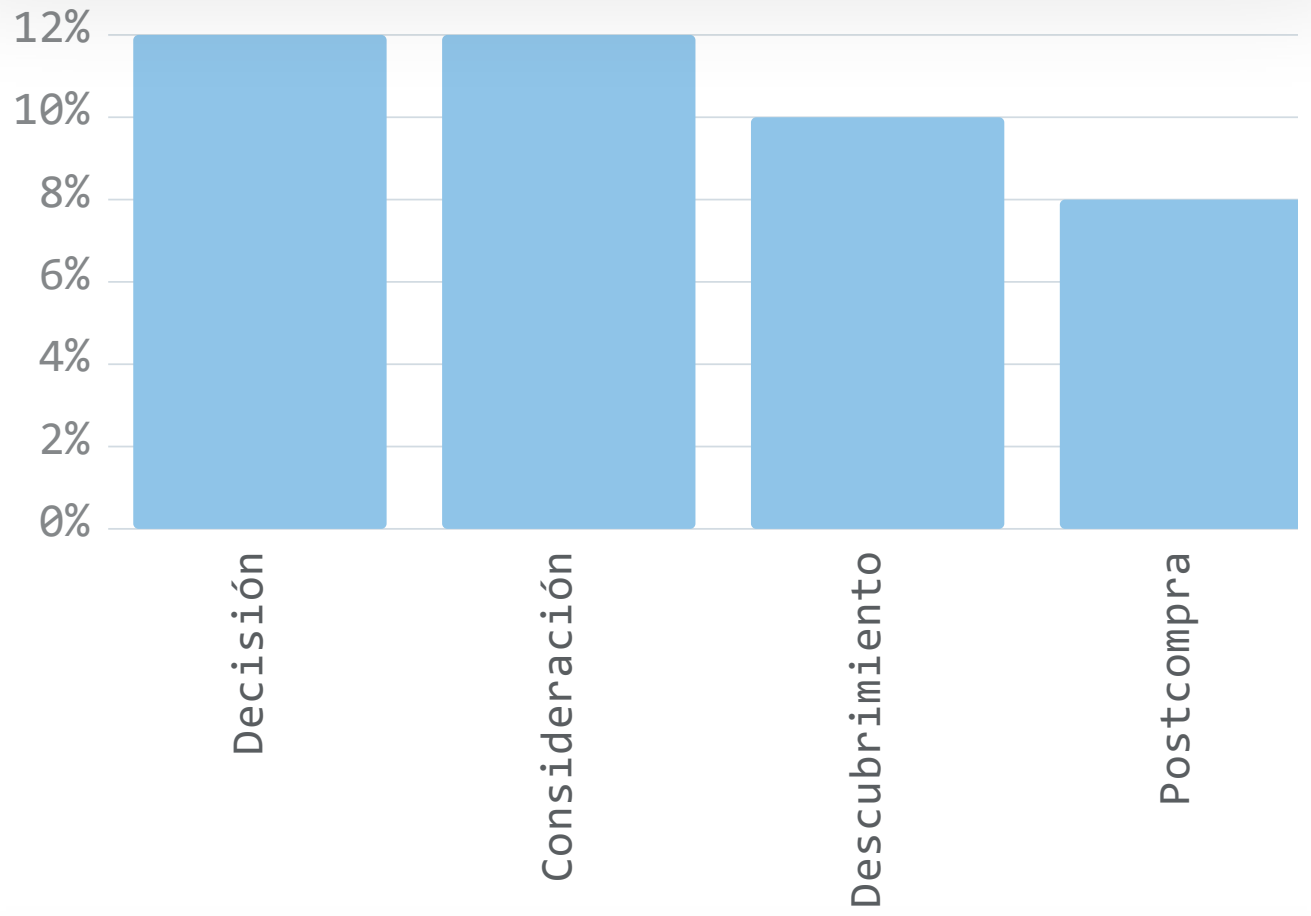
Tu privacidad importa

Usamos cookies propias y de terceros. Más información en nuestra política de cookies.

Técnicas
Siempre activas

Analíticas
Google Analytics

Marketing
Personalización



Tu privacidad importa

Usamos cookies propias y de terceros. Más información en nuestra política de cookies.

Técnicas
Siempre activas

Analíticas
Google Analytics

Marketing
Personalización

elnacional.cat 10

cun.es 9

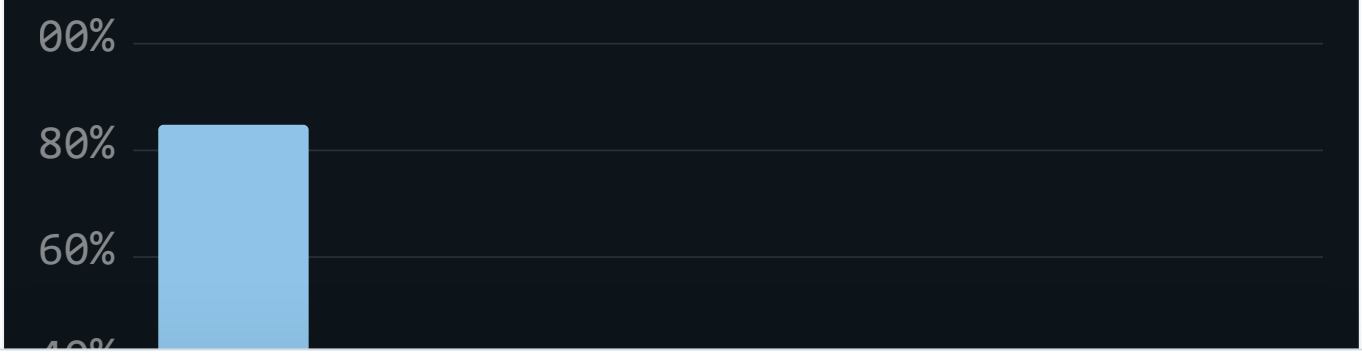
elmundo.es 9

Fuente: LexunIA by Netbulb

Qué formato de página se cita

320 URLS EXACTAS

Peso de las URLs exactas indexadas por la IA según su formato



Tu privacidad importa

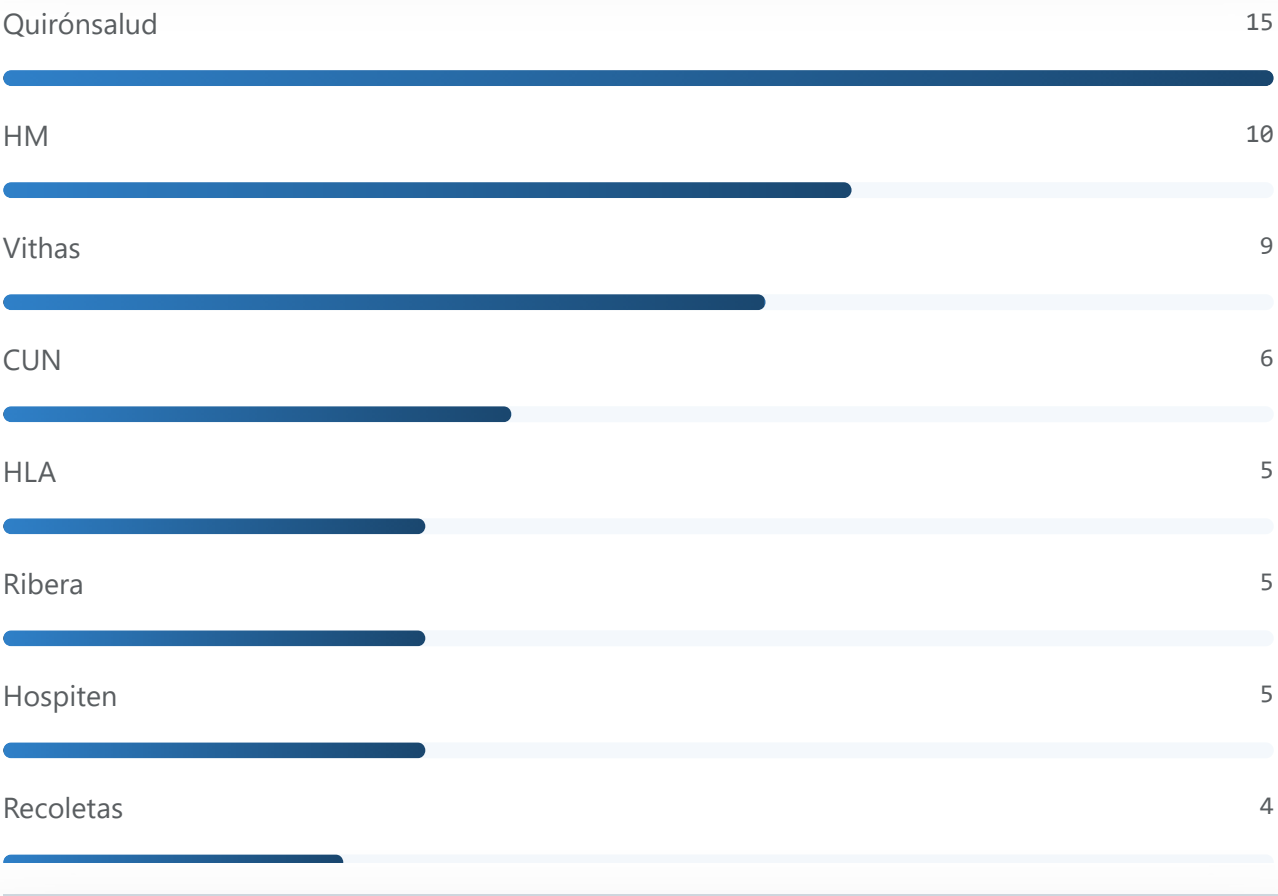
Usamos cookies propias y de terceros. Más información en nuestra política de cookies.

Técnicas
Siempre activas

Analíticas
Google Analytics

Marketing
Personalización

803 RESPUESTAS



Tu privacidad importa

Usamos cookies propias y de terceros. Más información en nuestra política de cookies.

Técnicas
Siempre activas

Analíticas
Google Analytics

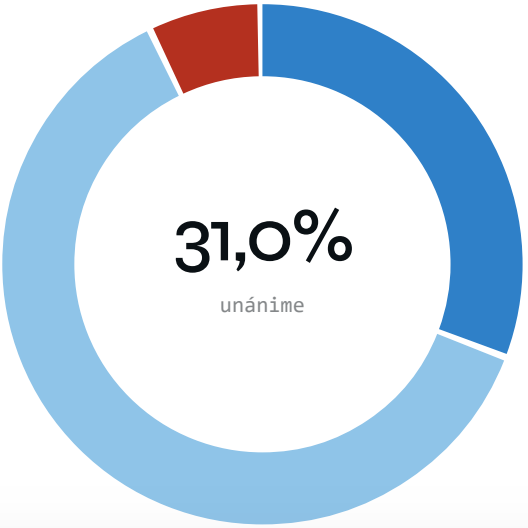
Marketing
Personalización

135 con hipervínculo directo frente a 497 menciones textuales. Fuente: LexunIA by Netbulb

Consenso Top 1 entre motores

Nivel de acuerdo entre asistentes sobre qué marca ocupa el puesto #1 en cada consulta

100 CONSULTAS



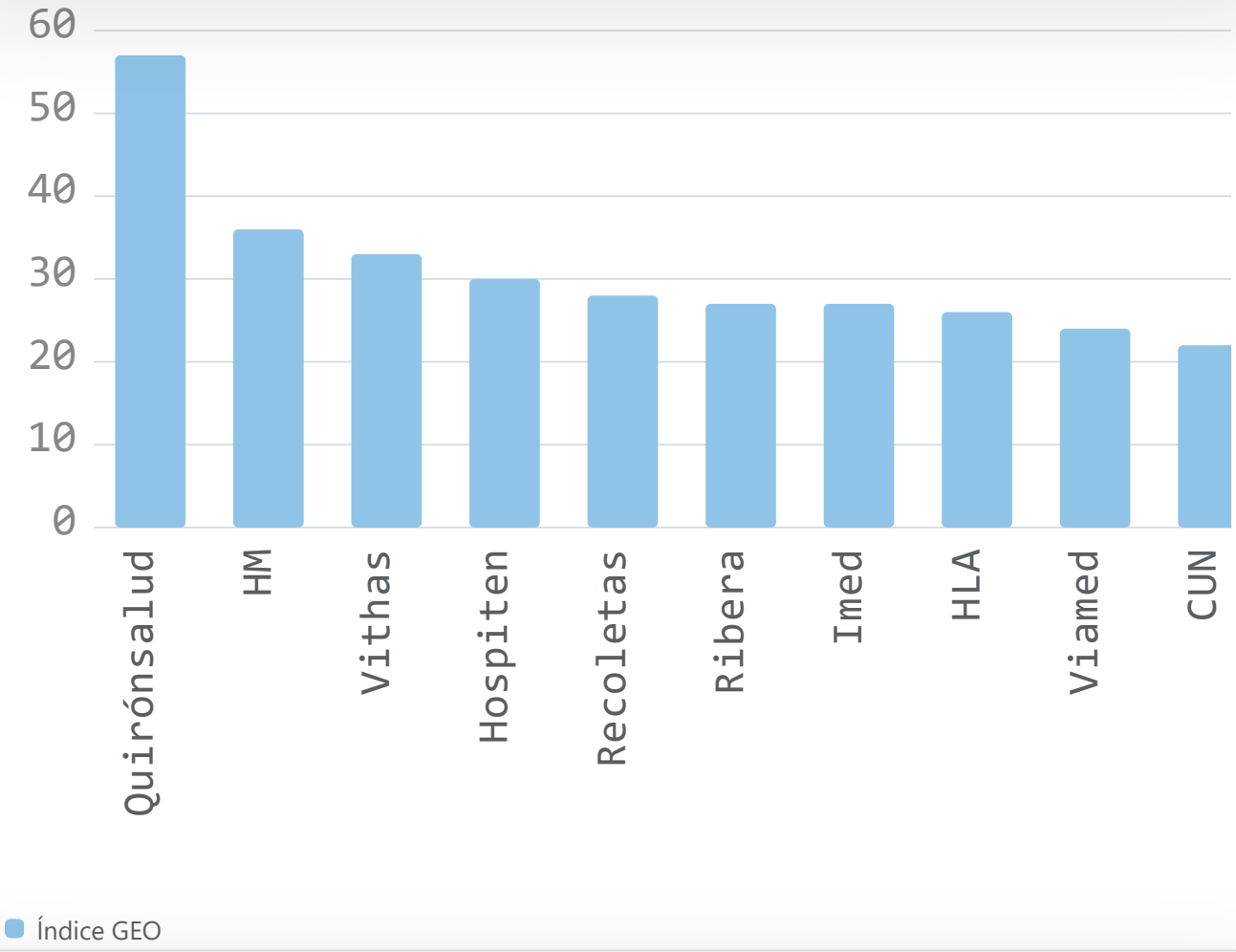
Tu privacidad importa

Usamos cookies propias y de terceros. Más información en nuestra política de cookies.

Técnicas
Siempre activas

Analíticas
Google Analytics

Marketing
Personalización



Tu privacidad importa

Usamos cookies propias y de terceros. Más información en nuestra política de cookies.

Técnicas
Siempre activas

Analíticas
Google Analytics

Marketing
Personalización

#	MARCA Y WEB	CUOTA DE VOZ	TOP 1	POS. MEDIA	ENLACES	MOTORES	SENTIM.
#4	CUN cun.es	14% 108 / 803	6%	#2,7	9%	8/8	+4
#5	HLA grupohla.com	12% 92 / 803	5%	#2,9	1%	8/8	+5
#6	Ribera riberasalud.com	9% 70 / 803	5%	#2,1	3%	8/8	+6
#7	Hospiten hospiten.com	8% 64 / 803	5%	#2	9%	8/8	+7
#8	Imed imedhospitales.com	8% 62 / 803	0%	#1,9	8%	8/8	+6
#9	Recoletas gruporecoletas.com	7% 58 / 803	4%	#1,7	2%	8/8	+7
#10	Viamed viamedsalud.com	7%	0%	#1,6	5%	8/8	+5

DESLIZA PARA VER EL RESTO

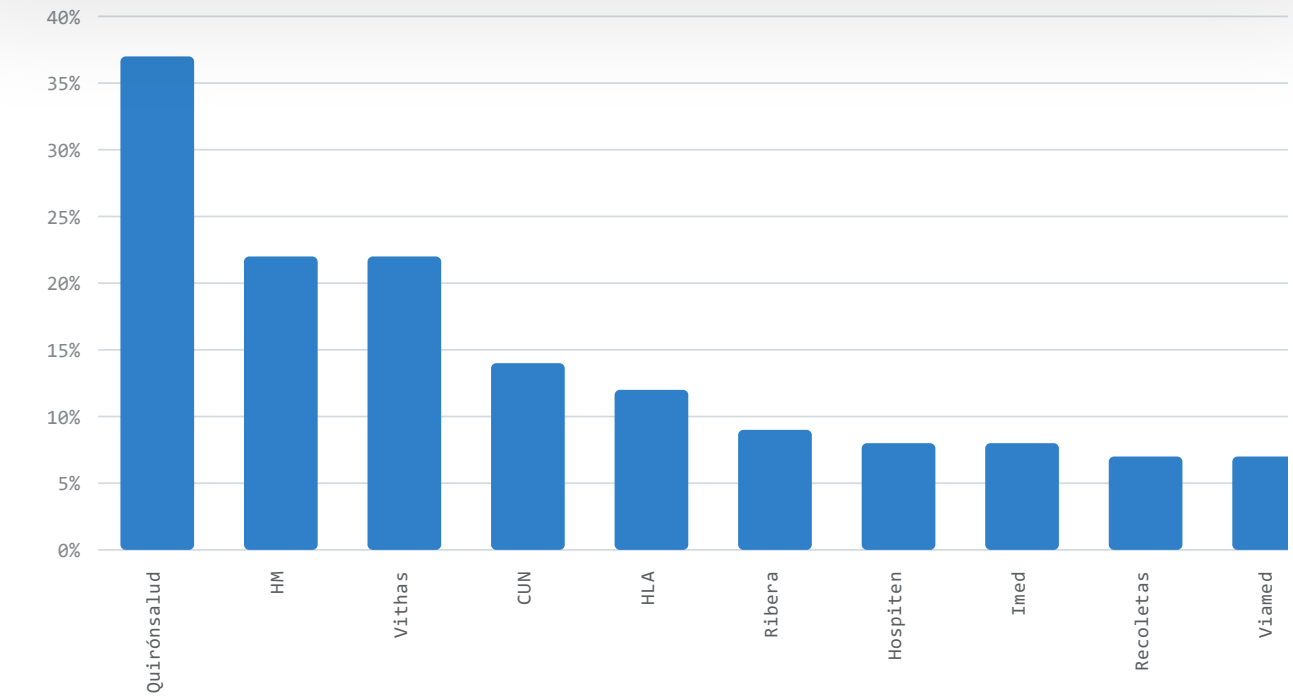
Tu privacidad importa

Usamos cookies propias y de terceros. Más información en nuestra política de cookies.

Técnicas
Siempre activas

Analíticas
Google Analytics

Marketing
Personalización



Fuente: LexunIA by Netbulb

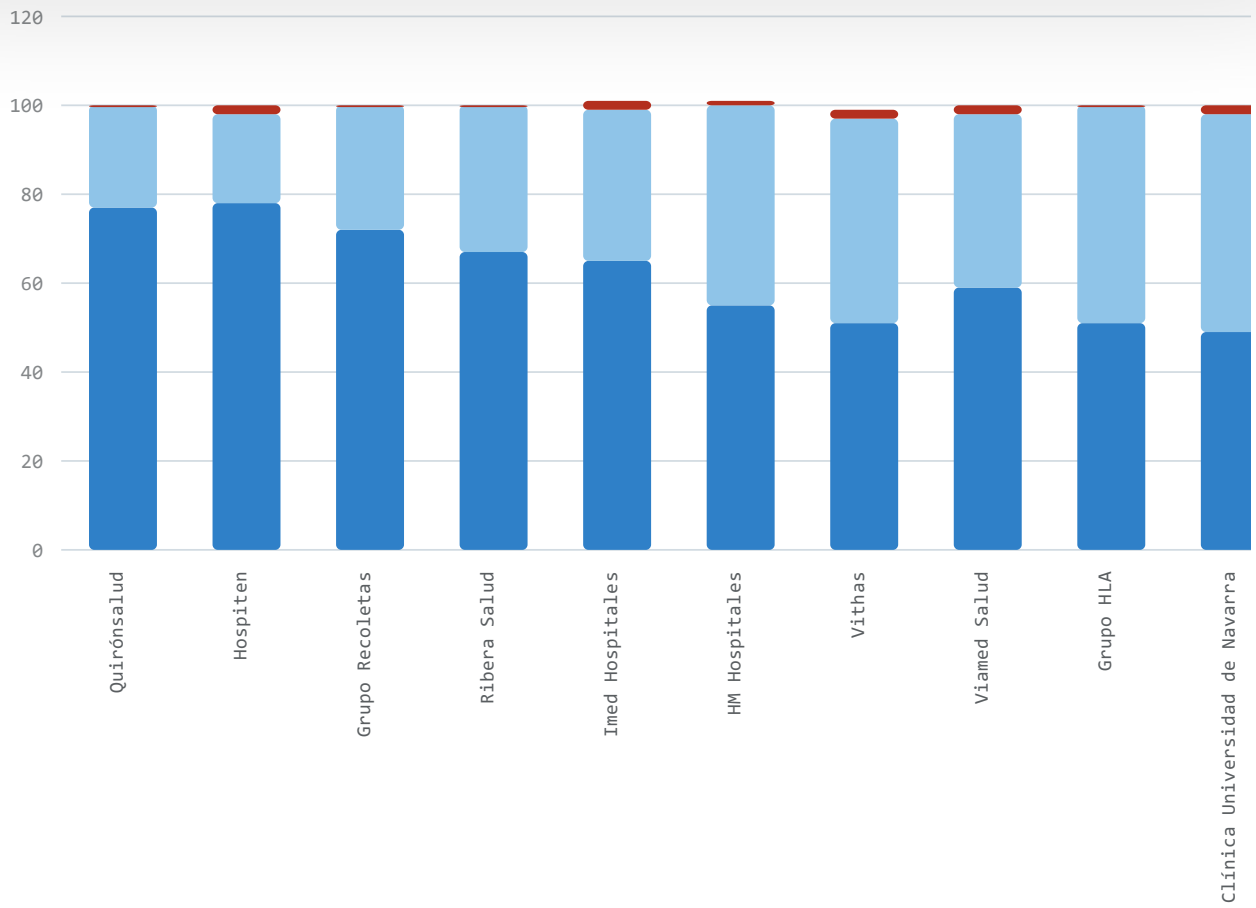
Tu privacidad importa

Usamos cookies propias y de terceros. Más información en nuestra política de cookies.

Técnicas
Siempre activas

Analíticas
Google Analytics

Marketing
Personalización



Tu privacidad importa

Usamos cookies propias y de terceros. Más información en nuestra política de cookies.

Técnicas
Siempre activas

Analíticas
Google Analytics

Marketing
Personalización

ENTIDAD	PUNTUACIÓN	POSITIVO	NEUTRO	NEGATIVO	TONO
HM entidad hospitalaria	+0,31	55	45	1	Favorable
Vithas entidad hospitalaria	+0,31	51	46	2	Favorable
Viamed entidad hospitalaria	+0,3	59	39	2	Favorable
HLA entidad hospitalaria	+0,27	51	49	0	Favorable
CUN entidad hospitalaria	+0,2	49	49	2	Neutro

Fuente: LexunIA by Netbulb

GEO ponderado por valor de embudo

Cada victoria se pondera según su cercanía a la conversión, Decisión x3, Consideración x2, Postcompra x1,5 y Descubrimiento x1

10 MARCAS

Tu privacidad importa

Usamos cookies propias y de terceros. Más información en nuestra política de cookies.

Técnicas
Siempre activas

Analíticas
Google Analytics

Marketing
Personalización

Matriz de co-ocurrencia

Qué marcas aparecen juntas en la misma respuesta y qué cuota de recomendación principal obtiene cada competidor

10 × 10

PORCENTAJE DE CO-MENCIÓN ENTRE MARCAS DEL SECTOR EN LAS 803 CONSULTAS

MARCA × MARCA	QUIRÓNSALUD	HM	VITHAS	CUN	HLA	RIBERA	HOSPITEN	IMED	RECOLET
Quirónsalud	37%	17.6%	15.2%	11.1%	6.6%	2.6%	1.9%	2%	2%
HM	17.6%	22%	11.3%	8.1%	3.9%	2%	1.9%	1.5%	0.9%
Vithas	15.2%	11.3%	22%	4.1%	4.1%	3.5%	1.1%	1.1%	0.5%
CUN	11.1%	8.1%	4.1%	14%	2%	0.1%	1.4%	1.2%	1.6%
HLA	6.6%	3.9%	4.1%	2%	12%	2.5%	0.5%	0.6%	0.4%
Ribera	2.6%	2%	3.5%	0.1%	2.5%	9%	1.2%	0.9%	1.1%
Hospiten	1.9%	1.9%	1.1%	1.4%	0.5%	1.2%	8%	0.2%	0.1%
Imed	2%	1.5%	1.1%	1.2%	0.6%	0.9%	0.2%	8%	0.1%
Recoletas	2%	0.9%	0.5%	1.6%	0.4%	1.1%	0.1%	0.1%	7%
Viamed	1.1%	0.9%	1.4%	0.7%	0.4%	0.2%	1%	1.1%	1.5%

Tu privacidad importa

Usamos cookies propias y de terceros. Más información en nuestra política de cookies.

Técnicas
Siempre activas

Analíticas
Google Analytics

Marketing
Personalización

estructurado, las tablas y los enlaces. Con eso construye el mapa topológico, la elasticidad real del índice de cita y la distribución de Monte Carlo del riesgo de exclusión. El servidor de rastreo limita cada dominio a 25.000 URLs aunque se pida el rastreo ilimitado, así que los dominios más grandes cierran en ese techo y sus cifras son un mínimo, no un máximo.

PREPARACIÓN TÉCNICA MEDIA **76/100** Media de las 10 webs con lectura completa	URLS ACCESIBLES **112.040** Descargas HTTPS reales con su HTML · 130.322 nodos en el grafo
ZONAS CALIENTES **88.121** Nodos con fricción GEO · 67.6 % del grafo	SALTO MEDIO DESDE PORTADA **4,72** Media de las 10 webs con grafo medible

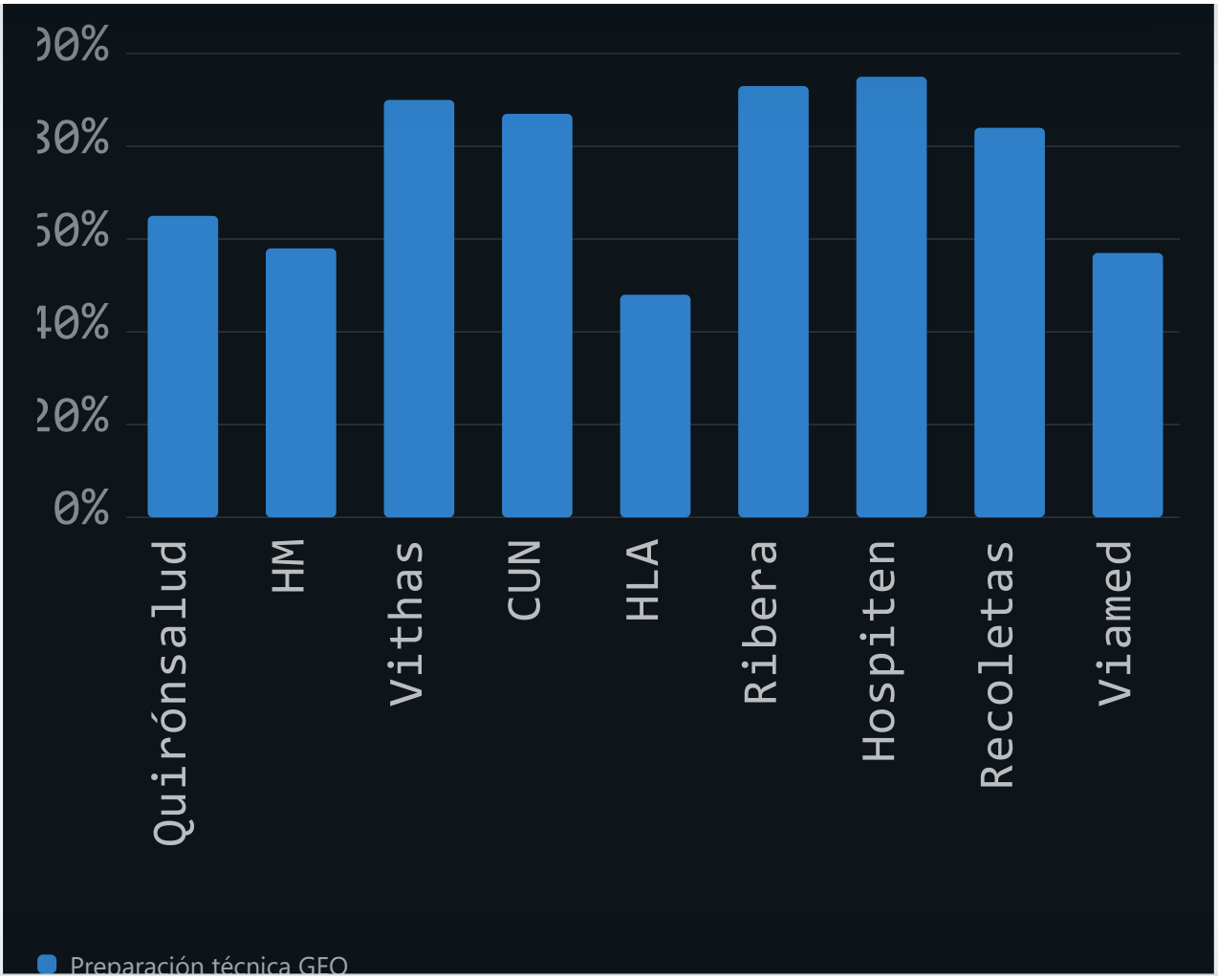
Tu privacidad importa

Usamos cookies propias y de terceros. Más información en nuestra política de cookies.

Técnicas
Siempre activas

Analíticas
Google Analytics

Marketing
Personalización



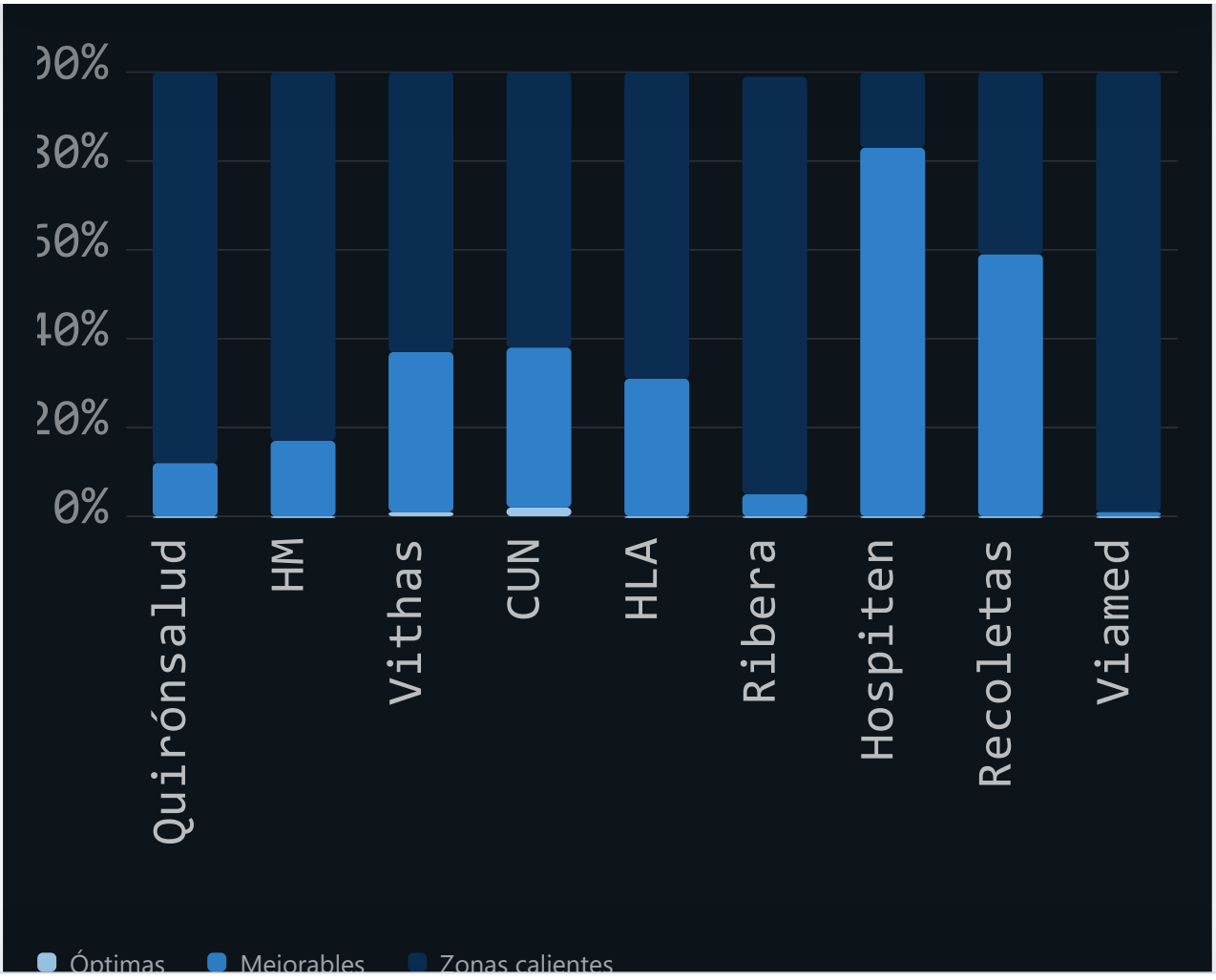
Tu privacidad importa

Usamos cookies propias y de terceros. Más información en nuestra política de cookies.

Técnicas
Siempre activas

Analíticas
Google Analytics

Marketing
Personalización



Tu privacidad importa

Usamos cookies propias y de terceros. Más información en nuestra política de cookies.

Técnicas
Siempre activas

Analíticas
Google Analytics

Marketing
Personalización

EJE TÉCNICO	QUIRÓNSALUD	HM	VITHAS	CUN	HLA	RIBERA
VELOCIDAD DE RESPUESTA HTTP	86	53	43	98	81	85
PREPARACIÓN TOTAL	65	58	90	87	48	93

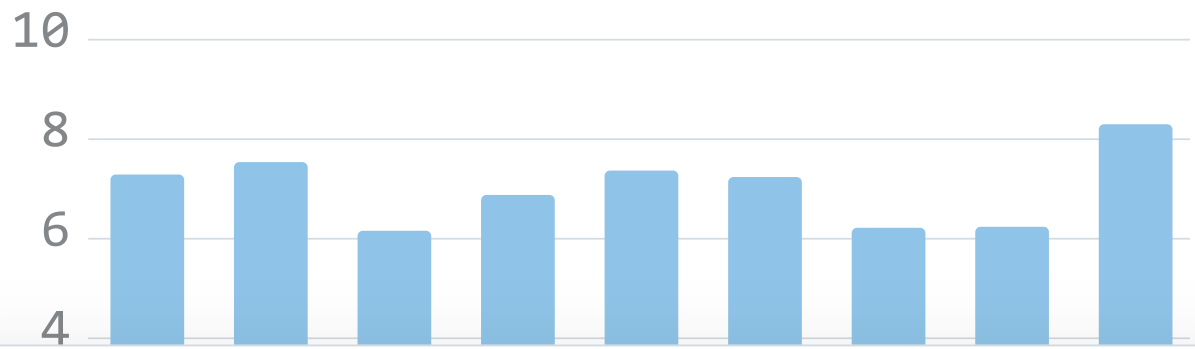
DESLIZA PARA VER EL RESTO

Fuente: crawler HTTPS de Netbulb. Cada valor procede de datos observados en el rastreo, sin estimaciones

Volatilidad GEO por Monte Carlo

MONTE CARLO

5.000 simulaciones sobre la distribución real de citas. Escala 1-10



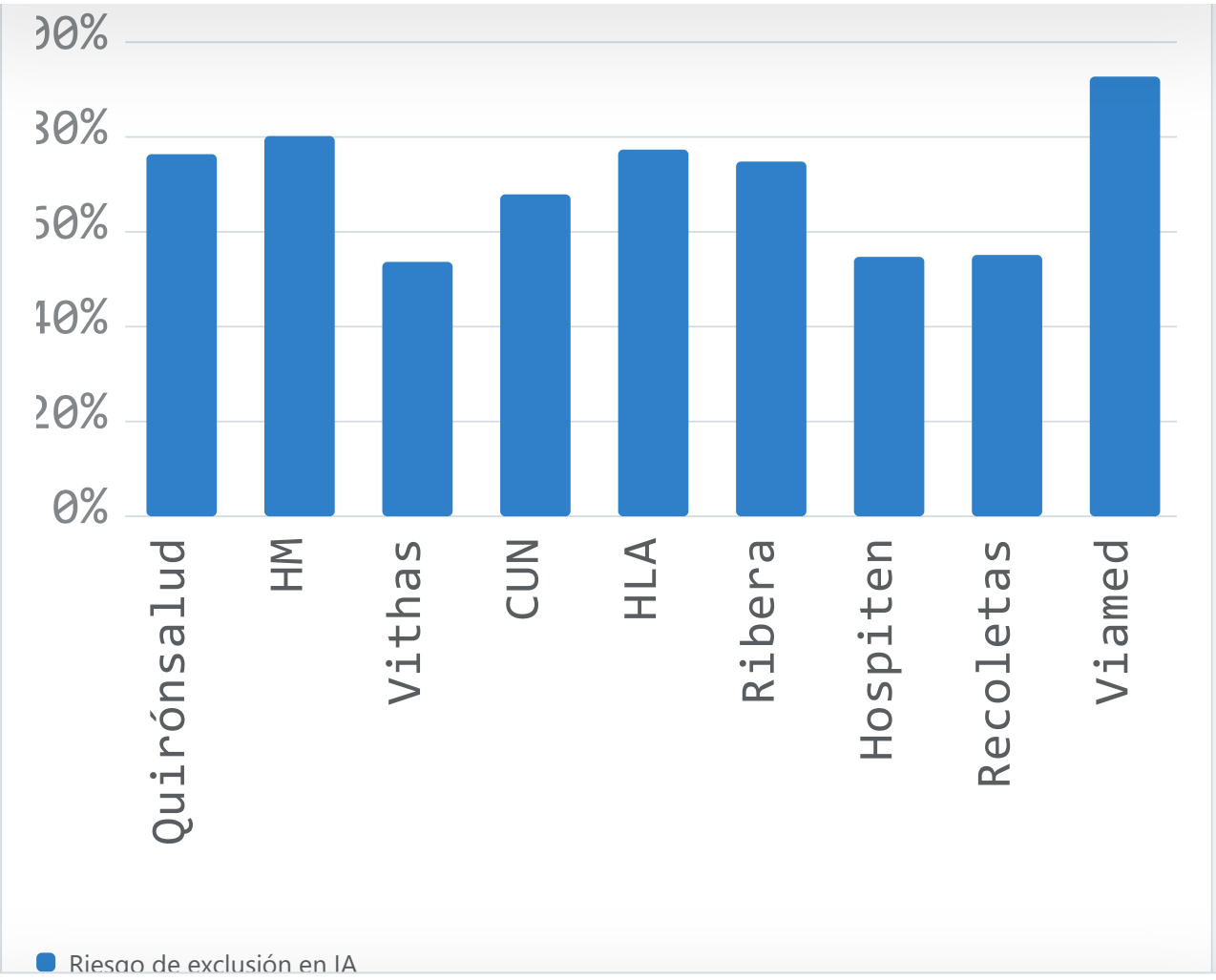
Tu privacidad importa

Usamos cookies propias y de terceros. Más información en nuestra política de cookies.

Técnicas
Siempre activas

Analíticas
Google Analytics

Marketing
Personalización



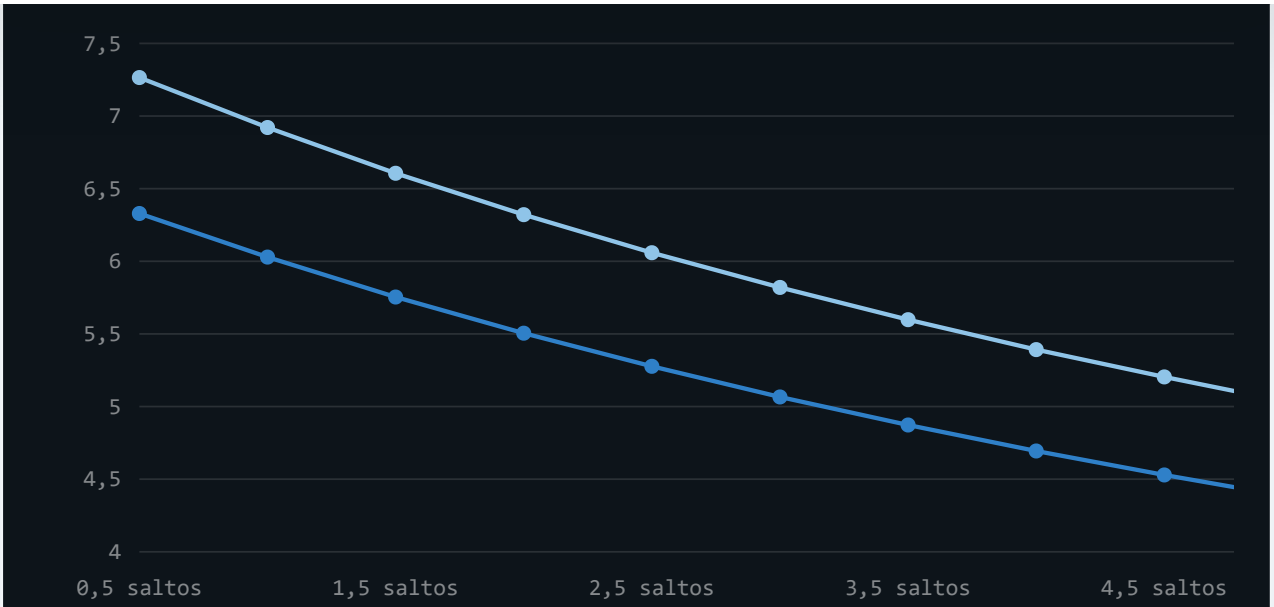
Tu privacidad importa

Usamos cookies propias y de terceros. Más información en nuestra política de cookies.

Técnicas
Siempre activas

Analíticas
Google Analytics

Marketing
Personalización



TGS = Topical Geometric Strength. Media de las 10 webs con lectura completa.
Fuente: crawler HTTPS de Netbulb

TGS MEDIO MEDIDO	TECHO ESTRUCTURAL MEDIO	GANANCIA HASTA EL TECHO
4.36	6.34	+46%

Tu privacidad importa

Usamos cookies propias y de terceros. Más información en nuestra política de cookies.

Técnicas
Siempre activas

Analíticas
Google Analytics

Marketing
Personalización

EMPRESA	PREP.	NODOS	ARISTAS	SALTO MEDIO	HUÉRFANAS	CALIENTES	VOLA
Recoletas gruporecoletas.com	84%	6.615	2.600	2.36	39	41,4%	
Viamed viamedsalud.com	57%	25.771	2.600	8.98	22.207	99,1%	
Imed imedhospitales.com	83%	11.166	2.600	4.88	183	83,5%	

DESLIZA PARA VER EL RESTO

Fuente: crawler HTTPS de Netbulb. Monte Carlo con 5.000 iteraciones sobre el remuestreo real de cada dominio

Mapa topológico de rastreo

Cada punto es una URL. El color indica su fricción con la extracción por IA y el tamaño, su peso en el enlazado interno. Cambia de empresa para ver su grafo real.

El rastreo se detiene en 25.000 URLs por dominio, el máximo del servidor, así que en las webs más extensas el grafo es un recorte y no un inventario completo.

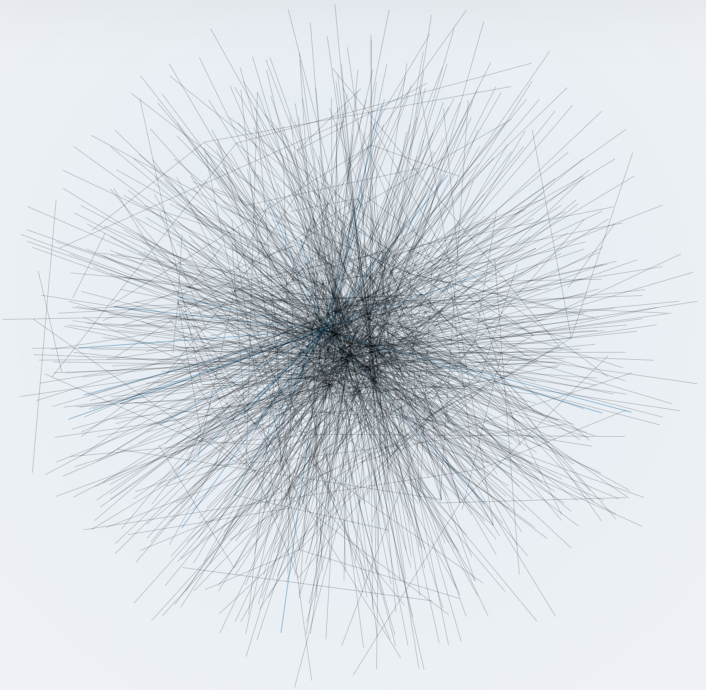
Tu privacidad importa

Usamos cookies propias y de terceros. Más información en nuestra política de cookies.

Técnicas
Siempre activas

Analíticas
Google Analytics

Marketing
Personalización



Selecciona un nodo para inspeccionar su ficha.

Tu privacidad importa

Usamos cookies propias y de terceros. Más información en nuestra política de cookies.

Técnicas
Siempre activas

Analíticas
Google Analytics

Marketing
Personalización

Hospiten y Ribera son las dos entidades mejor preparadas del sector, con un 95 y un 93 sobre 100, mientras HLA se queda en 48. La media del sector es de 76 puntos, y lo que decide la citabilidad no es el diseño, sino la profundidad a la que queda la página.

El salto medio de las webs con grafo medible resta fuerza al documento en cada salto. El TGS medio cae de 6,03 a un clic de la portada a 4,38 a cinco clics. Con el techo de marcado estructurado al máximo, la misma página llega a 6,92. El catalizador no crea arquitectura, solo la hace legible.

Dentro del rastreo hay URLs que responden con error y quedan invisibles para un modelo sin navegador, 16.122 en total. El hueco real del sector está en los 88.121 nodos del grafo que arrastran fricción con la extracción, el 67,6 % del total, y en las páginas que ni el crawler ni la IA consiguen leer.

Trayectoria de la presencia generativa a 2027

Un escenario en el que la visibilidad generativa acompaña a la demanda de marca, con una elasticidad 1:1

Tu privacidad importa

Usamos cookies propias y de terceros. Más información en nuestra política de cookies.

Técnicas
Siempre activas

Analíticas
Google Analytics

Marketing
Personalización

Tu privacidad importa

Usamos cookies propias y de terceros. Más información en nuestra política de cookies.

Técnicas
Siempre activas

Analíticas
Google Analytics

Marketing
Personalización

06 · EL PUENTE

Dónde se encuentran el SEO y el GEO en **sanidad privada.**

El SEO te coloca en la lista y el GEO decide si te leen. En sanidad privada hay un paso intermedio que casi nadie mide, y es la cita.



Tu privacidad importa

Usamos cookies propias y de terceros. Más información en nuestra política de cookies.

Técnicas
Siempre activas

Analíticas
Google Analytics

Marketing
Personalización

especialidad, encuentra una respuesta y la contrasta con dos fuentes más. Si el centro aparece con datos propios verificables, pide cita.

El dato que lo ordena todo es que el 77,4 % de las posiciones del sector son de intención informacional. El mercado ya está en fase de comparación y de dudas. Y con el 65,2 % de las SERP ya respondiendo con IA, cada consulta es una oportunidad de ser la fuente y no solo el enlace.

El puente tiene un número y una contradicción. La correlación entre las posiciones en el número 1 de cada entidad y su cuota de voz generativa es de 0,71, y la de la prescripción de 0,65. La IA sigue de cerca a quien domina el buscador, pero el orden de arriba no es el mismo. En Google CUN tiene el 21,8 % de las posiciones en el número 1 del sector y solo el 14 % de las respuestas de la IA, mientras Vithas, con el 9 % de las posiciones en el 1, llega al 22 % de cuota de voz. Y el punto de apoyo para un centro que entra son las 45.966 búsquedas huérfanas de Google y las 174 consultas de la auditoría de IA que no nombran a ninguna entidad. Son las mismas preguntas que el paciente escribe a un asistente, y ahí la respuesta se construye con lo que hay publicado, no con lo que está posicionado.

Hay un segundo puente, más fino, y va del embudo. En la auditoría, 296 de las consultas son de consideración, 224 de decisión y 120 de postcompra. En esas tres etapas el

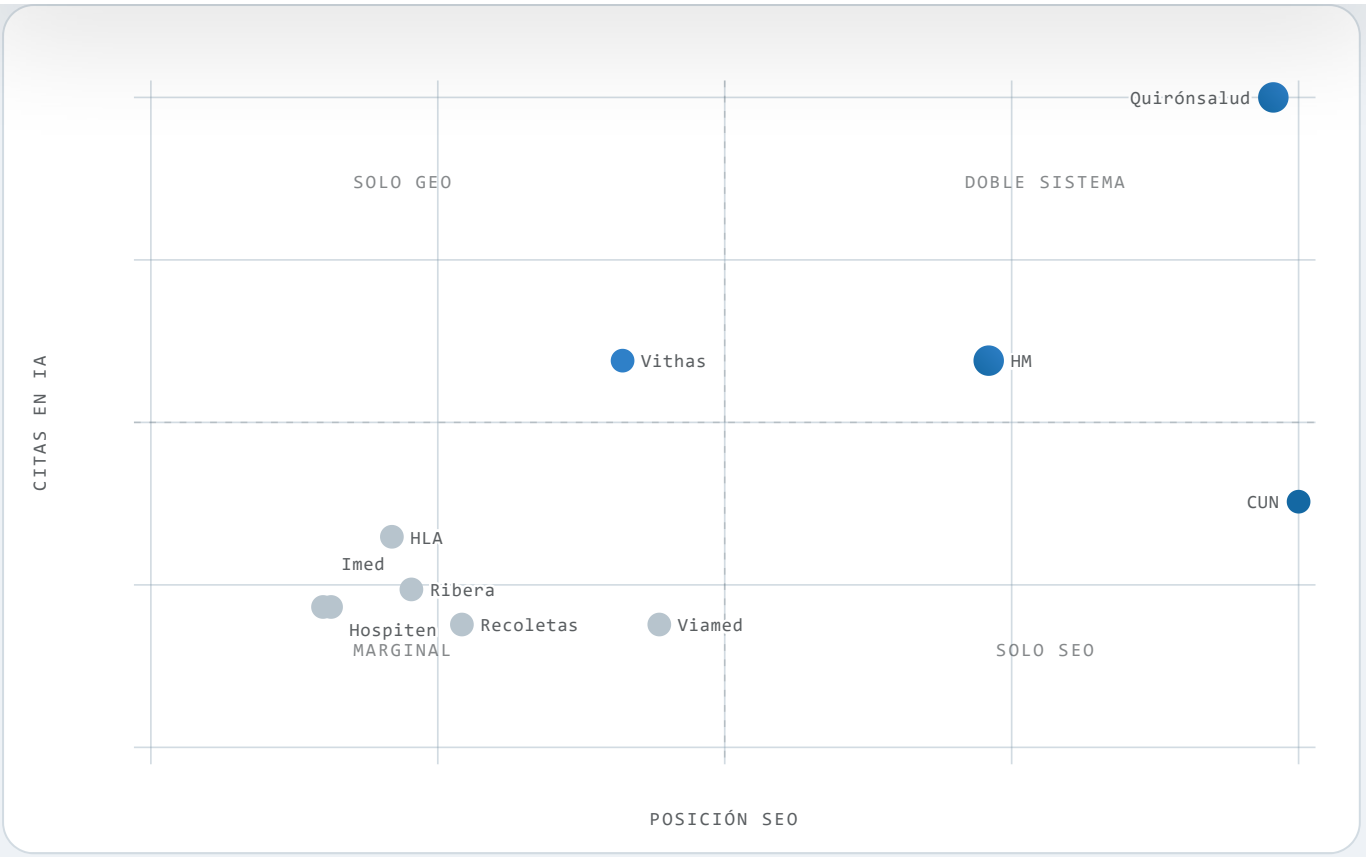
Tu privacidad importa

Usamos cookies propias y de terceros. Más información en nuestra política de cookies.

Técnicas
Siempre activas

Analíticas
Google Analytics

Marketing
Personalización



Quién gana en Google y quién es citado por la IA

Tu privacidad importa

Usamos cookies propias y de terceros. Más información en nuestra política de cookies.

Técnicas
Siempre activas

Analíticas
Google Analytics

Marketing
Personalización

```
Pearson r = 0.710 entre posición orgánica y cuota de voz generativa, y r = 0.649 entre
posición orgánica y prescripción Top 1. La IA amplifica a quien ya domina el buscador,
pero no hereda su recomendación. Fuente: SE Ranking y LexunIA by Netbulb
```

Una entidad sanitaria no compite por un clic, sino por la cita que el paciente se lleva a casa. El recorrido real es largo. El paciente busca una duda de especialidad, encuentra una respuesta y la contrasta con dos fuentes más. Si el centro aparece con datos propios verificables, pide cita.

El dato que lo ordena todo es que el 77,4 % de las posiciones del sector son de intención informacional. El mercado ya está en fase de comparación y de dudas. Y con el 65,2 % de las SERP ya respondiendo con IA, cada consulta es una oportunidad de ser la fuente y no solo el enlace.

El puente tiene un número y una contradicción. La correlación entre las posiciones en el número 1 de cada entidad y su cuota de voz generativa es de 0,71, y la de la prescripción de 0,65. La IA sigue de cerca a quien domina el buscador, pero el orden de arriba no es el mismo. En Google CUN tiene el 21,8 % de las posiciones en el número 1 del sector y solo el 14 % de las respuestas de la IA, mientras Vithas, con el 9 % de las posiciones en el 1, llega al 22 % de cuota de voz. Y el punto de apoyo para un centro que entra son las 45.966 búsquedas huérfanas de Google y las 174 consultas de la auditoría de IA que no nombran a ninguna entidad. Son las mismas

Tu privacidad importa

Usamos cookies propias y de terceros. Más información en nuestra política de cookies.

Técnicas
Siempre activas

Analíticas
Google Analytics

Marketing
Personalización

Ninguna entidad del sector llega a la zona alta en citas de IA sin una base sólida en búsqueda clásica, porque lo que la IA cita se apoya siempre en lo que ya posiciona.

CUADRANTE 03 · ABAJO A LA IZQUIERDA

Marginal

Las entidades que quedan en la esquina de la malla están en el sector, pero no tienen peso en ninguno de los dos sistemas, y ese es el hueco de mercado que dejan abiertas las consultas huérfanas.

CUADRANTE 04 · ABAJO A LA DERECHA

Solo SEO

No hay ninguna entidad del sector en esa posición, que es el cuadrante del espacio vacío, donde un competidor nuevo puede entrar sin disputarle la visibilidad a las diez.

La lectura del sector. No hay un problema de posicionamiento, sino un problema

Tu privacidad importa

Usamos cookies propias y de terceros. Más información en nuestra política de cookies.

Técnicas
Siempre activas

Analíticas
Google Analytics

Marketing
Personalización

06.B · BALANCE SEO, GEO Y VALOR DE VISIBILIDAD

El precio del tráfico que el sector **ya tiene** y su traducción a la IA.

El valor equivalente de visibilidad convierte los clics orgánicos de las diez entidades en euros, con el precio que tendría ese mismo tráfico comprado en publicidad. Sobre esa base se mide cuánto depende el sector de su marca, cuánto de ese valor queda expuesto a una vista creada por IA y qué parte de la autoridad en el buscador se convierte de verdad en cuota de voz generativa.

Tu privacidad importa

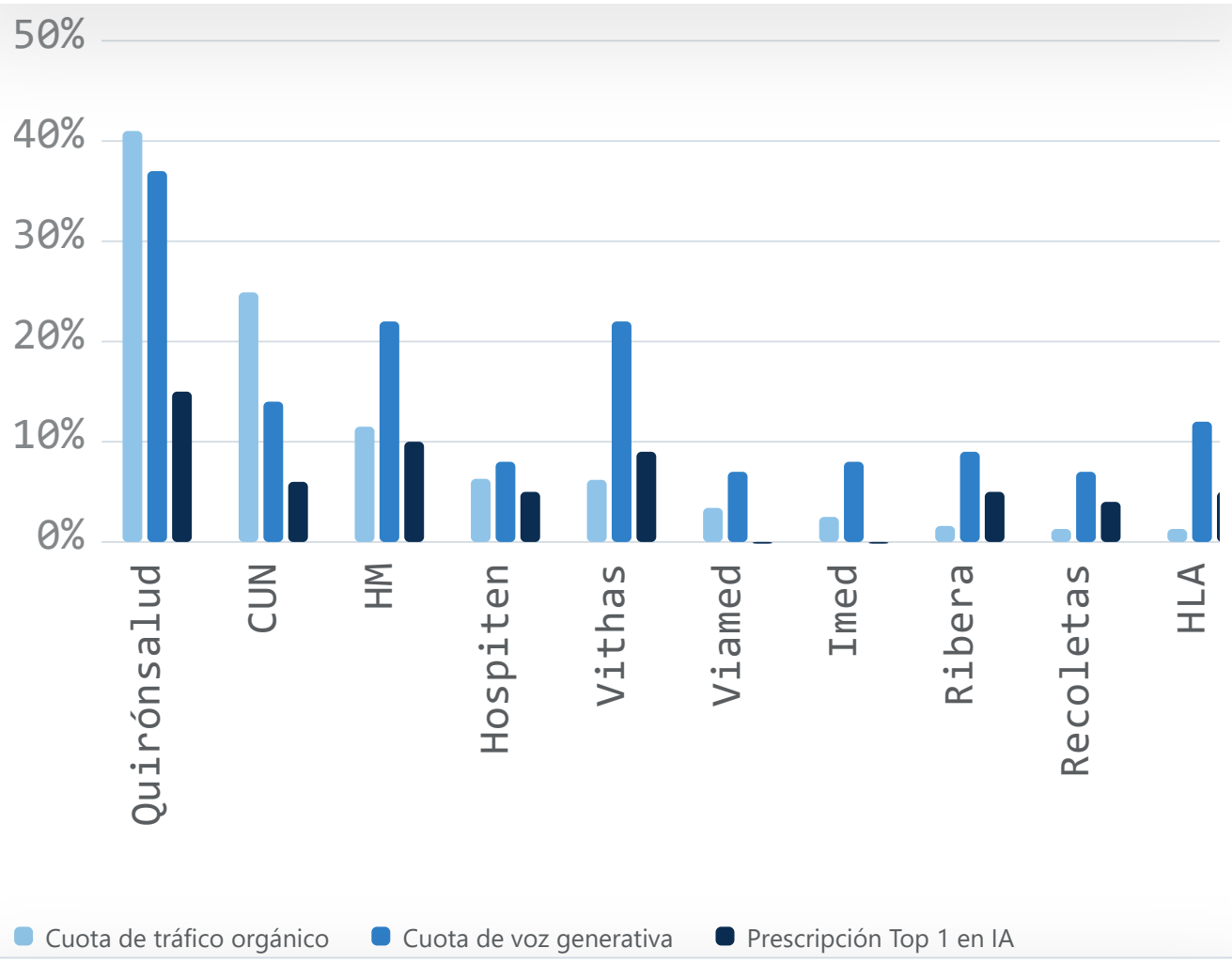
Usamos cookies propias y de terceros. Más información en nuestra política de cookies.

Técnicas
Siempre activas

Analíticas
Google Analytics

Marketing
Personalización

SEO CONTRA GEO



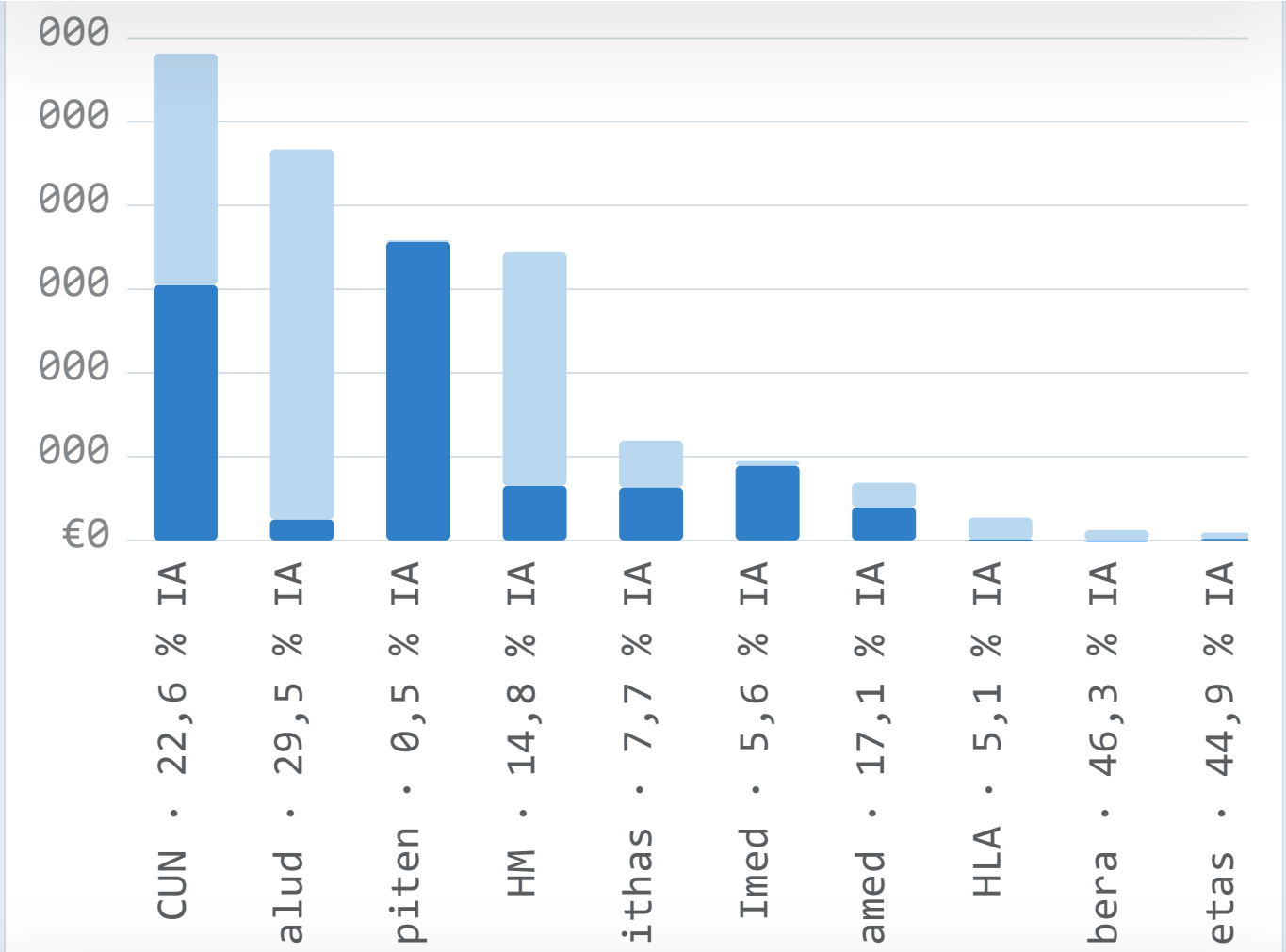
Tu privacidad importa

Usamos cookies propias y de terceros. Más información en nuestra política de cookies.

Técnicas
Siempre activas

Analíticas
Google Analytics

Marketing
Personalización



Tu privacidad importa

Usamos cookies propias y de terceros. Más información en nuestra política de cookies.

Técnicas
Siempre activas

Analíticas
Google Analytics

Marketing
Personalización

ENTIDAD	TRÁFICO SEO	CUOTA SEO	VALOR EQUIVALENTE	VALOR SIN MARCA	VALOR EN VISTA DE IA	CUOTA DE VOZ GEO	PRESCRIPCIÓN TOP 1
HM hmhospitales.com	210.598	11,5 %	68.820 €	55.738 €	14,8 %	22,0 %	10,0 %
Vithas vithas.es	114.142	6,2 %	23.860 €	11.178 €	7,7 %	22,0 %	9,0 %
Imed imedhospitales.com	44.819	2,5 %	18.950 €	1.086 €	5,6 %	8,0 %	—
Viamed viamedsalud.com	62.613	3,4 %	13.794 €	5.891 €	17,1 %	7,0 %	—
HLA grupohla.com	22.850	1,3 %	5.465 €	5.168 €	5,1 %	12,0 %	5,0 %
Ribera riberasalud.com	28.450	1,6 %	2.489 €	2.447 €	46,3 %	9,0 %	5,0 %
Recoletas gruporecoletas.com	24.216	1,3 %	1.872 €	1.478 €	44,9 %	7,0 %	4,0 %

DESLIZA PARA VER EL RESTO

Fuente: SE Ranking y LexunIA by Netbulb · el ratio de traslación son las veces que la

Tu privacidad importa

Usamos cookies propias y de terceros. Más información en nuestra política de cookies.

Técnicas
Siempre activas

Analíticas
Google Analytics

Marketing
Personalización

entre las tres. Captar demanda nueva vale más que defender el nombre, porque el nombre ya se tiene.

La tercera lectura es la exposición. El 17,3 % del valor orgánico del sector está en consultas cuya SERP ya muestra una vista creada por IA, unos 71.927 € al mes, con el 48,5 % del tráfico del sector. Pero la exposición no equivale a valor. Ribera y Recoletas tienen la mayor proporción de valor bajo vista de IA, con el 46,3 % y el 44,9 %, y a la vez el 2.489 € y el 1.872 € de valor total. Estar en la respuesta de la IA vale mucho menos que tener valor.

Falta una cifra que no se puede publicar todavía, el valor de subasta del territorio huérfano. El Keyword Planner trae pujas para 316 términos de

fortaleza de ese modelo es que nadie le arrebata el término y la debilidad es que todo el valor está sobre una sola variable.

Y la cuarta es la que descoloca a quien trabaja el buscador. Posicionar en Google no garantiza la prescripción en la IA. Con la auditoría real, CUN tiene la segunda cuota de tráfico orgánico del sector, el 25,0 %, y una cuota de voz generativa del 14 %, con un ratio de traslación de 0,6 veces. Vithas, con el 6,2 % de tráfico orgánico, llega al 22 % de cuota de voz, un ratio de 3,5 veces. Los competidores con menos peso en el buscador están convirtiendo su autoridad en citas mucho mejor que las entidades que dominan la búsqueda.

Tu privacidad importa

Usamos cookies propias y de terceros. Más información en nuestra política de cookies.

Técnicas
Siempre activas

Analíticas
Google Analytics

Marketing
Personalización

07 · RECOMENDACIONES

¿Qué plan de acción SEO y GEO necesita un hospital privado en 2026?

Doce acciones concretas, ordenadas por impacto y por dificultad. Las tres primeras salen del rastreo real de las diez webs del sector y se pueden ejecutar este trimestre.

01

Construye el mapa de demanda de marca antes de tocar nada

La demanda de marca del sector ha crecido un 47,3 % en cuatro años, pero no lo ha hecho igual para todos. Hospiten sube un 82 % interanual y HLA cae un 19 %. Si tu centro vive del nombre de marca, mide los 48 meses de tu término y separa marca de genérica antes de decidir el presupuesto.

Tu privacidad importa

Usamos cookies propias y de terceros. Más información en nuestra política de cookies.

Técnicas
Siempre activas

Analíticas
Google Analytics

Marketing
Personalización

04

Defiende tu categoría en monopolio

157 categorías del sector tienen a un solo centro entre las diez entidades. Quirónsalud monopoliza psicología, oftalmología y electrocardiograma. Vithas y Viamed son los dueños de la urgencia. Si tienes esa categoría, sácala a la cola con contenido de especialidad.

05

Reduce la dependencia de marca

Hospiten saca el 94,6 % de su tráfico de marca. Imed saca el 67,5 %. Ribera apenas llega al 0,3 %. El primer caso es una fortaleza en tiempos de bonanza y una debilidad si el término cae. Trabajo de fondo en especialidad y ciudad.

06

Optimiza para la vista de IA

El 65,2 % de las SERP del sector ya la muestran. Datos estructurados, cifras en tablas, fuentes citadas y un autor identificable son la diferencia entre ser resumido y ser citado.

Tu privacidad importa

Usamos cookies propias y de terceros. Más información en nuestra política de cookies.

Técnicas
Siempre activas

Analíticas
Google Analytics

Marketing
Personalización

Un grupo con cuarenta servicios publicados en la portada no aparece para la especialidad que el paciente busca. Cada especialidad que consume presupuesto necesita su propia página, su propio bloque de datos y su propia ficha.

10

Convierte los centros en contenido local

El paciente de la sanidad privada decide por cercanía. La ficha de centro con ubicación, cobertura, servicios y vías de contacto estructuradas es lo que hace aparecerte en el mapa local, y las 1.423 búsquedas locales y navegacionales sin centro en el top 3 son el hueco más barato del sector.

11

Convierte el portal del paciente en activo citable

El portal del paciente y la información de pacientes visitantes están entre las URLs que más tráfico atraen del sector, por detrás de las portadas y de las fichas de hospital. Están en las manos de la IA, y sin marcado estructurado se quedan en el punto de vista más cercano a la portada.

Tu privacidad importa

Usamos cookies propias y de terceros. Más información en nuestra política de cookies.

Técnicas
Siempre activas

Analíticas
Google Analytics

Marketing
Personalización

08 · CONCLUSIONES

Lo que hay que **retener.**

Seis conclusiones que resumen todo el trabajo con los datos delante.

01 El tráfico de la sanidad digital en España está oligopólico. Tres entidades se reparten el 77,5 % del tráfico y 45.966 consultas sanitarias con volumen siguen huérfanas. La oportunidad no está en competir con Quirónsalud, está en publicar lo que nadie publica.

02 La demanda de marca del sector crece con fuerza y no reparte. Sube un 47,3 % en cuatro años, con Hospiten al 82 % interanual y HLA cayendo un 19 %. Quien confíe en la marca está firmando una apuesta sobre un solo término.

03 La IA no cita webs de centro. De las 593 citas que el modelo construye para hablar del sector, el 61,7 % lo firma la prensa, el 17 % las webs de los competidores y solo el 3,2 %, 19 citas, la web de un hospital. De las 632 respuestas que nombran a una

Tu privacidad importa

Usamos cookies propias y de terceros. Más información en nuestra política de cookies.

Técnicas
Siempre activas

Analíticas
Google Analytics

Marketing
Personalización

OPINIÓN DE JORGE SÁNCHEZ MOSQUETE, EXPERTO EN SEO & GEO Y AUTOR DEL INFORME

Lo que más me ha llamado la atención en este informe no es el volumen, sino la concentración del interés. El 77,4 % de las posiciones del sector son informacionales. El mercado de la sanidad privada en España ya está en fase de comparación. Y en fase de comparación gana quien tiene la respuesta mejor escrita, no el centro más conocido.

La segunda sorpresa viene del lado de la IA. El monopolio de categorías es un asunto de Google y las citas son otro asunto. 157 categorías tienen a un único centro entre las diez entidades, pero el 61,7 % de las citas que firma el modelo lo firman medios y solo 19 de las 593 citas llegan a una web de hospital. El modelo no hereda el puesto que la marca tiene en el buscador. Se lo vuelve a repartir, y esta vez los medios se llevan la mayor parte.

Y la tercera es que la recomendación y la visibilidad van por separado. Con la auditoría real, HM y Vithas prescriben 79 y 75 respuestas, casi las mismas que Quirónsalud con 122, con una cuota de voz del 22 % frente al 37 % de Quirónsalud. CUN, con 46 prescripciones, es la que peor traduce su prestigio. En el mercado de la IA la marca que se recomienda no es la más conocida, es la que tiene el dato verificable a mano.

Tu privacidad importa

Usamos cookies propias y de terceros. Más información en nuestra política de cookies.

Técnicas
Siempre activas

Analíticas
Google Analytics

Marketing
Personalización

demanda de marca de las diez entidades, extraídos del informe *Keyword Stats* de noviembre de 2026. La demanda agregada del sector se mide sobre el conjunto de palabras clave de marca, y la serie va de noviembre de 2022 a octubre de 2026.

Criterio de relevancia sanitaria

El export de dominio por palabra clave arrastra la cola interna de las webs hospitalarias, con las páginas de cafetería, de empleo o de parking, y también tokens sin sentido. Para que el mapa de oportunidad signifique algo, el universo se filtra con un léxico explícito de servicios, especialidades, pruebas, precios y consultas de acceso, que deja 81.059 palabras clave de demanda sanitaria sobre 289.075 monitorizadas.

Coste del tráfico, pujas y vista de IA

El valor equivalente de visibilidad es la suma de la columna «Coste del tráfico» del export de SE Ranking, que es el precio que costaría comprar cada clic

dominio, el tráfico y el perfil de enlaces de cada una de las diez entidades del sector. La tabla de autoridad usa la estimación de SE Ranking a nivel de dominio, 4.284.800 clics al mes en el sector, mientras que el análisis de tráfico del informe trabaja con los 1.832.145 clics de las posiciones exportadas, un mínimo porque ocho de los diez dominios llegan al techo de 50.000 filas del export.

LexunIA by Netbulb

Herramienta propia de Jorge Sánchez Mosquete. Consultas reales del sector procesadas en los motores de IA, con presencia, cuota de voz, sentimiento, prescripción Top 1 y las citas en los dominios que la IA lee.

Crawler HTTPS ilimitado

Descarga de todas las URLs públicas de cada web del sector para construir el mapa topológico, con sus saltos desde la portada y sus zonas calientes.

Tu privacidad importa

Usamos cookies propias y de terceros. Más información en nuestra política de cookies.

Técnicas
Siempre activas

Analíticas
Google Analytics

Marketing
Personalización

Cada afirmación del informe está calculada sobre la muestra completa y es reproducible. La metodología completa y las consultas evaluadas están a nuestra disposición para las empresas que quieran aplicar este diagnóstico a su propia web, a través de hola@agenciaseonetbulb.com.

Tu privacidad importa

Usamos cookies propias y de terceros. Más información en nuestra política de cookies.

Técnicas
Siempre activas

Analíticas
Google Analytics

Marketing
Personalización

09 · PREGUNTAS FRECUENTES

Lo que suelen preguntar.

¿Qué entidades se han analizado en el informe? ×

Las diez entidades de referencia de la sanidad hospitalaria privada española en búsqueda son Quirónsalud, Vithas, HM, HLA, Ribera, Hospiten, CUN, Recoletas, Viamed e Imed. El trabajo se ha realizado sobre el dominio principal de cada una, con el histórico de posiciones de palabra clave, el tráfico y el perfil de enlaces.

¿Qué diferencia a este informe de un análisis de palabras clave? +

¿Qué se entiende por una búsqueda huérfana en este informe? +

¿Por qué los datos de ocho dominios están truncados? +

Tu privacidad importa

Usamos cookies propias y de terceros. Más información en nuestra política de cookies.

Técnicas
Siempre activas

Analíticas
Google Analytics

Marketing
Personalización

¿Vamos a trabajar los datos de tu centro?

Aplicamos esta misma metodología a tu entidad, con el mapa de demanda de marca, el mapa completo de posiciones, el análisis de la SERP y la auditoría de citabilidad en IA. Con entregables trimestrales y metodología abierta.

Ver el sector →

Tu privacidad importa

Usamos cookies propias y de terceros. Más información en nuestra política de cookies.

Técnicas
Siempre activas

Analíticas
Google Analytics

Marketing
Personalización