

Análisis de Fuentes - Nestlé Crisis Audit

ANALISIS COMPLETO de Fuentes — Nestlé Crisis Audit v2

Fecha: 2026-02-16 (UTC)

Proyecto: Nestlé – crisis retirada preventiva por cereulida (fórmulas infantiles)

Project ID: 53a04a4c-db6a-4308-b8a3-c59ad8dd06ed

0) Alcance, runs y metodología

Runs analizados (Radar)

- **GPT-4o-mini:** d0e337d2-64f2-4671-a694-851749cbd740
- **Gemini 2.5 Flash Lite:** ada78f46-455f-453c-9012-279bd86cf8fb

Qué se considera “cita”

En Radar, la “cita” en este informe equivale al recuento de ocurrencias en `response_sources` (fuentes/URLs devueltas como grounding por el motor en cada respuesta). Se reportan: - **Top-200 dominios** por run - **Top-100 URLs** por run - **Fuentes en contexto neutral/negativo** para el target brand **NAN** (receta `sources_neutral_or_negative`)

Exports / evidencias (archivos)

En esta entrega v2 se incluyen los outputs crudos: -
`data/gpt4o_top200_domains.json` - `data/gemini_top200_domains.json` -
`data/gpt4o_top100_urls.json` - `data/gemini_top100_urls.json` -
`data/gpt4o_sources_by_brand.json` - `data/gemini_sources_by_brand.json` -
`data/gpt4o_sources_neutral_or_negative_nan.csv` -
`data/gemini_sources_neutral_or_negative_nan.csv` -
`data/project_entities.json`

1) Inventario de fuentes (dominios) — “todas las fuentes” (Top 200 por engine)

Nota: en práctica operativa, “inventario completo” para planificación GEO suele trabajar con **Top-N por citación** (long tail muy grande, muy baja contribución). Para cubrir el requerimiento, aquí se exportan **Top 200 dominios** por engine (400 filas en total, con `citations` y `unique_responses`).

1.1 Top 20 dominios (resumen)

GPT-4o-mini (Top 20 dominios) 1. www.fda.gov (Regulador / autoridad) 2. elpais.com (Prensa) 3. www.elconfidencialdigital.com (Prensa) 4. www.atida.com (E-commerce / afiliación) 5. www.enfamil.com (Competidor) 6. cadenaser.com (Prensa) 7. mibebeyyo.elmundo.es (Editorial) 8. www.huffingtonpost.es (Prensa) 9. www.nestlebebe.es (Oficial - Nestlé) 10. www.gov.br (Regulador) 11. pt.wikipedia.org (Enciclopedia) 12. www.eleconomista.es (Prensa) 13. www.nestlebebe.pt (Oficial - Nestlé) 14. www.enfamil.es (Competidor) 15. www.elindependiente.com (Prensa) 16. formula-leche.com (Info) 17. www.nestlefamilynes.com.mx (Oficial - Nestlé LATAM) 18.

Gemini 2.5 Flash Lite (Top 20 dominios) 1.

vertexaisearch.cloud.google.com (Google interno) 2. www.primor.eu (E-commerce) 3. www.youtube.com (UGC) 4. www.nestlebebé.es (Oficial – Nestlé) 5. www.healthychildren.org (Autoridad – AAP) 6. www.nestlefamilynes.com.mx (Oficial – Nestlé LATAM) 7. www.elconfidencialdigital.com (Prensa) 8. www.atida.com (E-commerce) 9. www.enfamil.com (Competidor) 10. www.promofarma.com (E-commerce) 11. www.fda.gov (Regulador) 12. elpais.com (Prensa) 13. www.elconfidencial.com (Prensa) 14. www.aesan.gob.es (Regulador España) 15. scielo.isciii.es (Académico) 16. blog.marvilmundo.com (Blog) 17. www.nestlenutritionmedicallatam.com (Oficial – Nestlé LATAM) 18. nocomasmasmentiras.org (Crítico) 19. www.enfamil.es (Competidor) 20. www.summerhealth.com (Info)

2) Investigación de fuentes clave (Top 20) — qué son, qué dicen, implicación GEO

Aquí se analizan las fuentes más citadas y/o críticas. Para varias fuentes con protecciones anti-bot (ej. Cloudflare) se usó un proxy de lectura (“jina.ai”) cuando fue necesario.

2.1 familynescam.com (alto volumen en contexto negativo en GPT-4o)

Qué es: un portal de contenido y catálogo de nutrición infantil con branding Nestlé (herramientas, recetas, buscador de productos).

Hallazgo importante: el dominio NO parece “hostil” por contenido; el nombre es confuso, pero encaja con “**FamilyNes CAM** (Centroamérica).

Evidencia (web_fetch): - Home: <https://www.familynescam.com/> - Categoría: <https://www.familynescam.com/formulas-infantiles>

Qué dice / tono: contenido de parenting + disclaimers típicos (OMS/lactancia, “Nestlé apoya...”). No hay narrativa anti-Nestlé en el texto capturado.

Por qué aparece en negativo en Radar: el “contexto negativo” aquí no significa que el site ataque a Nestlé; significa que **en respuestas donde la entidad target (NAN)** aparece con sentimiento neutral/negativo, esta URL fue citada como fuente. Es decir: puede estar siendo citada en conversaciones de crisis/seguridad sin que el contenido sea en sí negativo.

Riesgo GEO: - **Riesgo reputacional/brand safety por naming:** en equipos no técnicos se interpreta como “scam”. - **Riesgo de clasificación interna:** puede estar quedando fuera del set “oficial” por reglas de matching (ver sección 3).

Oportunidad GEO (recomendado): - Alinear “officialness” del dominio en los datasets/knowledge: añadir asociación explícita (schema Organization, sameAs, enlaces cruzados desde dominios canónicos Nestlé) para que motores lo interpreten como oficial. - Si es un dominio no estratégico para Iberia, reducir su posibilidad de aparecer como fuente “de crisis” (p.ej., evitar que rankee para queries de retirada en ES/PT mediante canonical/robots/noindex selectivo si procede y si es controlado por Nestlé).

2.2 nocomasmasmentiras.org (fuente crítica / alta citación en Gemini)

Qué es: sitio de “radiografías” de productos, con enfoque crítico en ultraprocesados.

Evidencia (web_fetch via jina): -
<http://nocomasmasmentiras.org/radiografia/formulas-infantiles-comerciales-fic-etapa-1-0-6-meses/>

Qué dice (resumen del artículo): - Clasifica las fórmulas infantiles comerciales como “**productos ultraprocesados**”. - Incluye listado explícito de marcas analizadas (ej. **Enfamil, Similac, NAN Opti Pro 1, Nestógeno 1**, etc.). - Reitera que **no igualan** la leche humana y desaconseja su sustitución cuando no sea necesario. - Desglosa ingredientes en tablas (lactosa, aceites, maltodextrina, AA/DHA, etc.) y enmarca el tema con discurso de salud pública.

Sentimiento para Nestlé: predominantemente **negativo/crítico** (aunque el foco es “la categoría”).

Implicación GEO: - Es una fuente “opinativa” pero con estructura que los modelos citan (tablas, listas, lenguaje de recomendación). - Si Gemini la cita, es porque “resuelve” preguntas de padres sobre *qué fórmula elegir* con una narrativa crítica.

Oportunidad GEO: - Crear un “contrapeso” citables: piezas oficiales tipo **explicador científico** (qué es AA/DHA, por qué se usan, regulación UE, cómo se testean contaminantes, qué significa una retirada preventiva) con lenguaje neutro y formato de tablas/FAQ.

2.3 [www.nestlebebe.es \(oficial — página de retirada\)](http://www.nestlebebe.es)

Evidencia: <https://www.nestlebebe.es/retirada-preventiva>

Qué dice: - Mensaje directo: “Nuestros productos son seguros...”, “controles extra...”, “más de 1200 controles...”, y acceso a **buscador de lote**.

Implicación GEO: - Es el **asset más importante** para “grounding” en crisis. Ya está bien posicionado (Top 10 en ambos engines). - El texto actual es relativamente corto; la citabilidad aumenta con **estructura**: FAQ, “qué pasó / qué no pasó”, definiciones, cronología, y referencias a reguladores.

2.4 **Reguladores / autoridades (máxima prioridad de citación)**

[www.aesan.gob.es \(España\)](http://www.aesan.gob.es)

Evidencia (alerta):

https://www.aesan.gob.es/AECOSAN/web/seguridad_alimentaria/alertas_alimentarias/2026_04.htm

Evidencia (Q&A):

https://www.aesan.gob.es/AECOSAN/web/noticias_y_actualizaciones/noticias/2026/QA_cereulida.htm

Evidencia (EFSA risk):

https://www.aesan.gob.es/AECOSAN/web/noticias_y_actualizaciones/noticias/2026/cereulida_lactantes.htm

Qué dicen (puntos clave): - Explican **qué es cereulida**, origen vía **RASFF**, y que la causa puede estar en un ingrediente (AA) de proveedor. - Recomiendan comprobar lotes y no consumir los afectados. - Recogen el análisis EFSA (ARfD y umbrales orientativos) y recomendaciones sanitarias.

Implicación GEO: - Para preguntas de crisis, el modelo se apoya en regulador. Nestlé debe **co-citarse** con AESAN/EFSA, no competir.

[www.fda.gov \(EE.UU.\)](http://www.fda.gov)

Evidencia (via jina): “Manipulación segura...” (2024)

<http://www.fda.gov/food/buy-store-serve-safe-food/manipulacion-segura-de-la-leche-de-formula-infantil-lo-que-necesita-saber>

Qué dice: - Normativa de supervisión, nutrientes mínimos, y foco en **seguridad de preparación** (higiene, agua, riesgos tipo *Cronobacter*).

Implicación GEO: - Aunque no es España/Portugal, es **extremadamente citada** (especialmente GPT-4o). Es un “template” de respuestas.

2.5 E-commerce / afiliación (drivers de recomendación)

www.primor.eu

Evidencia: <https://www.primor.eu/blog/mejores-leches-para-bebe/>

Qué dice: - Lista tipo “Top leches”, segmentada por edad, y con enlaces de compra. - Incluye marcas Nestlé (NAN, Nidina) y competidores.

Implicación GEO: - En queries “mejor leche de fórmula...”, los motores citan listicles de e-commerce porque son concretos. - Riesgo: el framing “según OMS” (aparece en el artículo) puede inducir a atribuciones imprecisas.

www.atida.com

Evidencia (via jina): <http://www.atida.com/es-es/blog/cuales-son-las-mejores-leches-de-formula-para-bebes-en-2025>

Qué es: farmacia online con contenido editorial/SEO (listicles) + transaccional.

2.6 Competidor — www.enfamil.com

Evidencia: <https://www.enfamil.com/es/articulos/las-mejores-formulas-para-las-necesidades-de-bebe/>

Qué dice: - Página con “best formula for X need” (reflujo, gases, estreñimiento, cólicos, prematuros), muy estructurada.

Implicación GEO: - Es un ejemplo de **contenido diseñado para ser citado**: subtítulos claros, claims, y cluster interno. - GEO takeaway: Nestlé necesita páginas equivalentes (por necesidad/condición) para NAN/Nidina, con disclaimers y evidencia.

3) Gap analysis — fuentes oficiales vs third-party (qué falta)

3.1 Gap #1: “Oficial” mal clasificado / inconsistencias

En el pack previo, nestlebebe.es y nestlebebe.pt aparecían como top sources pero no siempre como “oficiales” (según receta de official domains). En v2 confirmamos que: - www.nestlebebe.es y www.nestlebebe.pt están en top-domains por citación. - La receta `sources_official_domains` depende de reglas de “target match” (patrones) que pueden no incluir todos los subdominios/propiedades.

Acción: auditar el set de dominios oficiales y su matching (incluyendo `nestlebebe.*`, `medical.*`, `*.nestle*`, portales regionales como “familynes”).

3.2 Gap #2: Falta de “explainers” oficiales citables para contrapesar críticos/listicles

Los motores están usando: - Reguladores (AESAN/FDA) - E-commerce listicles (Primor/Atida/Promofarma) - Sitios críticos (NoComaMásMentiras)

Falta: contenido oficial con el mismo “shape” de citación: - FAQ con preguntas específicas (síntomas, qué hacer, cómo identificar lote, qué significa retirada preventiva) - Tablas/cronología - Definiciones (cereulida, *Bacillus cereus*, AA) - “Qué controles se hacen” + enlaces a reguladores

3.3 Gap #3: “Crisis pack” para HCP y padres (dos niveles)

- Padres: lenguaje claro, acciones, seguridad, lotes.
 - HCP: documento técnico, referencias, trazabilidad, protocolos.
-

4) Estrategia GEO basada en fuentes (plan accionable)

4.1 Objetivo

Aumentar la proporción de citación oficial y desplazar dependencia de listicles/críticos, sin perder el anclaje en reguladores.

4.2 Estrategia por “tipo de fuente”

A) Reguladores (AESAN/EFSA/FDA) — estrategia de “co-citación”

- En nestlebebe.es y nestlebebe.pt:
 - Añadir sección “Lo que dicen las autoridades” con enlaces directos a AESAN Q&A, EFSA risk assessment, etc.
 - Citar textualmente (con comillas y referencias) definiciones clave (qué es cereulida, qué medidas recomienda el regulador).
 - Implementar **schema.org** (FAQPage, MedicalWebPage cuando aplique, Organization, BreadcrumbList).

B) Prensa — estrategia de “corrección y actualización”

- Crear un **press hub** oficial (comunicados versionados + timeline).
- Facilitar a periodistas assets “copy-paste” citables (datos de lotes, fechas, Q&A, contacto).

C) E-commerce listicles — estrategia de “product facts + comparables”

- Publicar páginas oficiales orientadas a *necesidad* (reflujo, prematuros, alergias, etc.) con estructura similar a Enfamil.
- Suministrar a e-commerce “fichas” y FAQs oficiales (evitar errores “OMS dice...”).
- Digital PR: acuerdos/colaboración editorial con farmacias online para que incluyan enlaces a la página oficial de retirada y a recursos regulatorios.

D) Sitios críticos — estrategia de “counterfactual + transparencia”

- No intentar “refutar” opiniones; sí cubrir los huecos informativos que explotan:
 - Glosario AA/DHA/oligosacáridos
 - Explicar el rol del autocontrol y retirada preventiva
 - Publicar “cómo leemos etiquetas” y “cómo decidir con pediatra”

4.3 Roadmap sugerido (30/60/90)

0-30 días (crisis): - Expandir retirada-preventiva con FAQ estructurada + timeline + enlaces AESAN/EFSA. - Página “Qué es cereulida” (corta, citables bullets, sin tecnicismos innecesarios). - Página “Qué hacer si mi bebé...” (síntomas, cuándo urgencias; alineado con ECDC/AESAN).

31-60 días (poscrisis): - Cluster “Elegir fórmula” por condición (inspirado en Enfamil), con internal linking fuerte. - Contenido HCP en medical.* con PDF + HTML equivalente (los LLMs citan mejor HTML que PDF).

61-90 días (autoridad sostenida): - Programar "actualizaciones" (contenido evergreen) para competir con listicles 2025/2026. - Revisión de entidades y dominios oficiales (consolidación y canonicalización).

5) Alerta de fuentes hostiles / a monitorizar

5.1 Lista prioritaria

- **nocomasmasmentiras.org** — framing crítico de la categoría; alto riesgo de ser "fuente moral" en respuestas.
- **E-commerce listicles** (primor.eu, atida.com, promofarma.com) — alto impacto en recomendaciones; riesgo de afirmaciones inexactas.
- **Prensa con titulares de crisis** (El País, HuffPost, etc.) — alto volumen.

5.2 Caso especial: familynescam.com

- **No se clasifica como hostil por contenido** en la evidencia revisada.
 - **Sí se marca como "riesgo de interpretación"** (naming) + potencial problema de clasificación.
-

6) Recomendación táctica: cómo "ganar" citación (patrones observados)

Patrones comunes en las fuentes más citadas: - **Responden subpreguntas** (H2/H3 por síntoma, edad o necesidad) - **Listas/tablas** (ingredientes, pasos, qué hacer) - **Definiciones claras** (qué es X) + "qué hacer ahora" - **Enlaces a autoridad** (reguladores) que refuerzan confianza

Aplicación directa en Nestlé: - Convertir páginas crisis en "answer hubs": TL;DR + FAQ + tablas + fuentes oficiales. - Desdoblar PDF → HTML (mantener PDF como anexo).

Anexo A — Cómo reproducir exports (Radar CLI)

```
# Runs
radar runs list --project 53a04a4c-db6a-4308-b8a3-c59ad8dd06ed

# Top URLs (100)
radar analytics query --sql "SELECT source_domain AS domain,
source_url AS url, count() AS citations FROM response_sources WHERE
run_id = 'd0e337d2-64f2-4671-a694-851749cbd740' GROUP BY domain, url
ORDER BY citations DESC LIMIT 100"

# Top domains (200)
radar analytics query --sql "SELECT source_domain AS domain, count()
AS citations, uniqExact(response_id) AS unique_responses FROM
response_sources WHERE run_id = 'ada78f46-455f-453c-9012-
279bd86cf8fb' GROUP BY domain ORDER BY citations DESC LIMIT 200"

# Fuentes neutral/negativo para target NAN
radar analytics recipes export --id sources_neutral_or_negative \
--params '{"runId":"d0e337d2-64f2-4671-a694-851749cbd740", "projectId":"53a04a4c-db6a-4308-b8a3-c59ad8dd06ed", "targetBrand":"nan"}' \
--output gpt4o_sources_neutral_or_negative_nan.csv
```