



PLAN DE COMUNICACIÓN DIGITAL

www.rankia.mx

Amparo Sisternes Llerandi
Máster en Comunicación y Branding Digital
2012 - 2013



CEU
Escuela de Negocios
Valencia



Memoria de proyecto: **Plan de comunicación digital Rankia México**

Tutores de proyecto: **Adrián Máñez y Sandra Femenía**

La abajo firmante, **Amparo Sisternes Llerandi**, matriculada en el Máster en Comunicación y Branding Digital impartido por la Escuela de Negocios CEU, autoriza a la Universidad Cardenal Herrera (CEU) a difundir y utilizar este material con fines académicos, no comerciales y mencionando expresamente a su autor el presente Trabajo Fin de Máster: “**Plan de comunicación digital para Rankia México**”, realizado durante el curso académico 2012-2013 bajo la dirección de Adrián Máñez y Sandra Femenía, con el objeto de incrementar la difusión, uso e impacto del trabajo en Internet y garantizar su preservación y acceso a largo plazo.

15 de Julio de 2013





¿Qué banco mexicano
cobra menores comisiones?



¿Por qué el peso mexicano
se está devaluando?





¿Dónde invertir el
monto ahorrado?



“ Queremos aportar una mayor transparencia y mejorar la toma de decisiones de nuestros **usuarios** en el ámbito financiero.





Índice

Proyecto	13
1. ¿Quién somos?	15
Qué es una comunidad virtual	
Qué es Rankia	
Rankia en cifras	
2. Por qué internacionalizarnos	29
Objetivo de la internacionalización	
Análisis de los usuarios registrados en Rankia	
Análisis del tráfico web de Rankia	
Análisis del sector online en México	
Análisis de la competencia en México	
Análisis de la situación	
Análisis del público objetivo	
Análisis del posicionamiento	
Análisis DAFO	
3. Desarrollo web y usabilidad	67
Proyecto 3.0	
La web	
Arquitectura de la información	
Usabilidad	
Mapa Web	
Wireframes	
Diseño web	
Soportes sociales	
Diseño redes sociales	



4. Estrategia de comunicación digital	95
Objetivos	
Estilo de comunicación	
Estrategia posicionamiento en buscadores. SEO	
Estrategia posicionamiento patrocinado. SEM	
Estrategia Social Media	
Estrategia Email Marketing	
Estrategia Member get Member	
Estrategia eventos offline	
Analítica web	
5. Inversión digital y ROI	138
Inversión inicial estrategia internacionalización	
Beneficios de la estrategia de internacionalización	
6. Timing	145
Valoración y conclusión	148
Bibliografía	151
Libros y artículos	
BiblioWeb	
Anexos	153



Índice de figuras

- Figura 1: Desarrollo empresas Emergia
- Figura 2: Evolución y crecimiento de Rankia
- Figura 3: Usuarios registrados en Rankia
- Figura 4: Datos tráfico web Mayo 2011 – Mayo 2012
- Figura 5: Incremento visitas Mayo 2011 – Mayo 2012 por países
- Figura 6: Censo poblacional México, 2012
- Figuras 7 y 8: Patrón de navegación en México y en España
- Figura 9: Tendencias de búsqueda en México
- Figura 10: Usuarios y clientes en Rankia México
- Figura 11: Posicionamiento de Rankia México
- Figura 12: Modelo abierto
- Figura 13: Arquitectura de la información Rankia México
- Figuras 14, 15, 16 y 17: Wireframes Rankia México
- Figura 18: Tecnologías diseño web Rankia México
- Figura 19: Cuenta corporativa en Twitter
- Figura 20: Fan page en Facebook
- Figura 21: Perfil en Google +
- Figura 22: Canal en Youtube
- Figura 23: Perfil en LinkedIn
- Figura 24: Posicionamiento web portada temática
- Figura 25: Posicionamiento web contenido
- Figura 26: Difusión de un contenido en redes sociales
- Figura 27: Cobertura campaña Google Adwords
- Figura 28 y 29: Anuncios campaña Google Adwords
- Figura 30: Timeline Twitter Rankia México
- Figura 31: Anuncio Facebook Ads Rankia México
- Figura 32: Público objetivo anuncio LinkedInAds
- Figuras 33 y 34: Anuncios LinkedInAds Rankia México
- Figuras 35 y 36: Ejemplos newsletter Rankia México
- Figura 37: Landing page registro Rankia México
- Figura 38: Análisis redes sociales Rankia México
- Figura 39: Page Rank Rankia México
- Figura 40, 41 y 42: Campañas publicidad red de afiliación



Índice de gráficos

Gráfico 1: Usuarios registrados en Rankia en Mayo 2012

Gráfico 2: Inversión publicitaria online en México 2012

Gráfica 3: evolución del tráfico web Rankia México

Índice de tablas

Tabla 1: Diferencias comunidad real – comunidad virtual

Tabla 2: Ranking webs financieras más visitas en España

Tabla 3: Visitas Rankia Mayo 2012

Tabla 4: Comparativa competidores Rankia México

Tabla 5: Elementos diseño web home

Tabla 6: Elementos diseño web sección foros

Tabla 7: Elementos diseño web sección blogs

Tabla 8: Elementos diseño web portada temática

Tabla 9: keywords más buscadas en México

Tabla 10: keywords competencia Rankia México

Tabla 11: keywords a posicionar con Rankia México

Tabla 12: Objetivos analítica web

Tabla 13: Datos tráfico web Rankia México

Tabla 14: Presupuesto campaña online Rankia México

Tabla 15: Estudio CTR medios para banners en México

Tabla 16: Timing plan de comunicación digital Rankia México





Proyecto

Internet y las redes sociales han revolucionado el proceso de toma de decisiones de los usuarios; es el medio que ha permitido que **el usuario** pase a ser **el centro de todo negocio** y donde se ofrece la posibilidad de opinar y compartir. Internet está creando un nuevo contexto de **relación** que es **digital, invisible y ubicuo**.

En el año 2003 Rankia quiso aprovechar esta oportunidad y se lanzó a la red creando la primera **comunidad financiera** en España donde el centro del negocio eran los usuarios. Usuarios que podían **opinar, compartir e informarse** sobre productos financieros, entidades bancarias, inversiones en mercados financieros o simplemente seguir la actualidad económica y financiera.

En el presente proyecto se desarrolla el plan de comunicación digital para **Rankia México** con el objeto de dar a conocer la comunidad financiera en el nuevo país donde se internacionaliza.

El proyecto está formado por tres grandes bloques:

- Estrategia de internacionalización.
- Creación de los soportes digitales.
- Diseño e implementación del plan de comunicación digital.

El lanzamiento de una comunidad en un nuevo mercado como lo es México supone una primera fase de **análisis del sector y valoración del mercado** en base a los objetivos del proyecto. En nuestro caso, el **mercado digital de México** es lo suficientemente grande como para acoger una comunidad financiera y se daban todas las características necesarias para lanzar **Rankia México**, por lo que el pasado **7 de noviembre de 2012** empezamos nuestra aventura en Latinoamérica.





Quién somos

Los usuarios son el elemento diferenciador.



¿Qué es una comunidad virtual?

Para poder explicar qué entendemos por **comunidad virtual** en este trabajo, se va a concretar la explicación desde lo más general a lo particular. Para ello, hemos acudido a las aportaciones que arroja la Real Academia Española (1), donde el término **comunidad** tiene varias acepciones, de las que extraemos los aspectos comunes y nos permite afirmar qué es una comunidad.

Una **comunidad** es un grupo de **individuos** que interactúan entre sí, que se comunican y se asocian porque tienen unos intereses y un objetivo común. Las comunidades presenciales surgen por las grandes posibilidades que ofrecen a los individuos de sociabilizar e intercambiar opiniones.

Es importante destacar, que para que exista comunidad es necesario que se den aspectos clave como que exista una **identidad común y compartida**, que los individuos tengan intención de interactuar para satisfacer un fin y que todos los individuos o miembros de la comunidad tengan un grado de compromiso con éstas.

La identidad común comparte el objetivo de la comunidad e implica un **grado de compromiso** por parte de cada uno de los integrantes de la comunidad, estableciéndose así una relación particular entre ellos y una jerarquía específica dentro de la comunidad. (2)

(1) Véase: <http://lema.rae.es/drae/?val=comunidad>

(2) Para poder explicar el término comunidad se puede hacer referencia al sentido originario del término que filósofos como Tönnies (1986, en Moreno A.; Suárez, C. (2010), se encargó de estudiar y reflejar como una interacción social basada en la identificación afectiva de sus miembros. Éstos compartían significados y una visión colectiva, fruto de las experiencias que les llevaba a crear una jerga propia. Este enfoque difiere del actual, especialmente porque su visión sociológica se interpretaba en un contexto que nada o poco tiene que ver con el actual, aunque tienen en común con las actuales comunidades virtuales aspectos como la comunicación y la socialización.



En nuestro afán por acotar el objeto de este trabajo, concretamos que se entiende por **comunidad virtual**, resultado de los procesos de globalización e informacionalización, los cuales han transformado nuestra sociedad, incluyendo la dimensión espacial. En dicho proceso apreciamos como **la introducción de las tecnologías de la información nos han conducido a un sistema interactivo**, al cual deben adaptarse constantemente tanto las empresas, como los ciudadanos (Castells, 1997: 2). Howard Rheingold, quien acuñó por primera vez el término: “**Comunidad virtual**” en su libro: *The Virtual Community*, lo define como:

“ Agregaciones sociales que emergen de la red cuando un número suficiente de personas entablan discusiones públicas durante un tiempo lo suficientemente largo, con suficiente sentimiento humano, para formar redes de relaciones personales en el ciberespacio

(Rheingold, 1993: 5)





Una **comunidad virtual** cumple las características anteriormente comentadas y añade el distintivo de estar localizada en un **soporte digital**, un site, y por tanto ofrece inmediatez en la comunicación de los individuos o usuarios que la forman. Este tipo de comunidades tiene la particularidad de **unir a dos personas distantes en tiempo y en espacio** para que puedan realizar una actividad común y afín, intercambiar información, opiniones, experiencias y entablar relaciones de un modo similar a las comunidades presenciales, pero no son iguales.

Si tratamos de plasmar las principales diferencias existentes entre la comunidad tradicional y la comunidad virtual, según Iparraguirre (1998) observamos:

Comunidad Real tradicional	Comunidad Virtual online
Espacio físico y temporal	El espacio físico y atemporal
Sociedad Real	Sociedad Virtual: ciberespacio
Es el soporte material de la Comunidad Virtual.	Aparece cuando una Comunidad Real utiliza la telemática para mantener y ampliar la comunicación.

Tabla 1: Diferencias comunidad real – comunidad virtual

Fuente: elaboración propia a partir de Iparraguirre, 1998.

De esta clasificación extraemos **que las comunidades virtuales son un nuevo formato de relación social** donde acuden sus usuarios para cubrir ciertas necesidades o satisfacer expectativas, aportar y/o sentirse parte de un todo. En estos espacios virtuales, el anonimato es habitual, pero a pesar de ello, los internautas acuden a ellas y dotan de credibilidad al mensaje o información que en ellas se comparte.



Según AERCO (Asociación Española de Responsables de Comunidades y Profesionales Social Media) en el libro “Gestión de comunidades virtuales” (2012), los miembros de una comunidad virtual pueden adoptar distintos roles, según los cuales, nombrarán a los individuos de distinto modo: **moderadores, creators, critics, collectors, contributors** y **spectators**.

- **Moderadores:** son los gestores de la comunidad online y responsables de hacer cumplir la política de moderación de la comunidad a los usuarios.
- **Creators o líderes:** generadores de contenido en la comunidad; publican en los blogs y foros información interesante y de calidad.
- **Critics o críticos:** usuarios de la comunidad que reaccionan ante el contenido publicado por terceros dejando comentarios.
- **Collectors o coleccionistas:** usuarios que no participan activamente en la comunidad, sino que recomiendan y guardan contenido.
- **Contributors o conversadores:** comparten el contenido de la comunidad en las redes sociales como Twitter o Facebook.
- **Spectators o espectadores:** miran y escuchan las participaciones de los usuarios en la comunidad.

AERCO – Gestión de comunidades virtuales (2012)

¿Cuántas tipologías de comunidades virtuales existen?

Existen diferentes tipos de comunidades online entre las que destacan las comunidades **centradas en personas, centradas en temas y centradas en acontecimientos**.

Normalmente todas ellas son **comunidades online verticales**, es decir, de la temática principal derivan un conjunto de subtemáticas que permiten la especialización de la comunidad.



¿Por qué elegir una comunidad virtual como modelo de negocio?

Del libro publicado por EBSCO “Movimientos sociales, comunidades virtuales y desarrollo” (2012) extraemos cuáles son las razones por las que una comunidad online es un buen modelo de negocio. Las razones son las siguientes

- Está jerarquizada.
- Cuenta con líderes y moderadores.
- Comparte un objetivo concreto.
- Está centrada en compartir información.

Una comunidad virtual agrupa en un mismo soporte digital a una **gran masa de usuarios especializados en una temática** que intercambian información, experiencias, ideas y opiniones. Si la comunidad gestiona bien el soporte y a la masa crítica de usuarios se puede generar una fuente de ingresos procedentes de las cuotas de suscripción, publicidad o uso de determinados servicios.

EBSCO – Movimientos sociales, comunidades virtuales y desarrollo (2012)

CECARM – Negocio electrónico en la región de Murcia



¿Qué es Rankia?

Rankia es la principal **comunidad virtual financiera independiente** que existe en España, se trata de una comunidad vertical centrada en temas económicos y financieros.

Una de las principales premisas de Rankia es la de aportar una mayor transparencia y mejorar la toma de decisiones del conjunto de usuarios en el ámbito financiero.



- ➔ **Misión:** ¿Qué es Rankia? Rankia es una comunidad financiera que tiene por objetivo hacer más transparentes las cuestiones financieras mediante la comunicación entre los usuarios a través de los foros, blogs, valoraciones de entidades y productos, etc. así como mejorar la toma de decisiones en el ámbito financiero.
- ➔ **Visión:** ¿Qué quiere ser Rankia? Rankia quiere ser la comunidad líder resolviendo problemas y formando sobre finanzas personales; ser uno de los mayores portales online especializados en las finanzas.

Como hemos comentado, Rankia tiene por objetivo **aportar una mayor transparencia y mejorar la toma de decisiones de sus usuarios en el ámbito financiero**, ¿cómo alcanzar este objetivo? Mediante la **participación de los usuarios** tanto en blogs como en foros compartiendo experiencias y opiniones, la comunidad ayuda al resto de usuarios a aprender a invertir mejor, formarse económica y financieramente y dar consejos desde la comunidad.



Los usuarios registrados en Rankia tienen la posibilidad **de interactuar con la comunidad** participando en los diferentes foros de debate, valorando productos y entidades financieras, formándose con los artículos de las distintas Guías Básicas y el Diccionarios financiero o leyendo y comentando las últimas noticias económicas y financieras. Además de estas acciones, los usuarios registrados tienen la posibilidad de confeccionar su propia cartera de inversión gracias a la herramienta Mi Cartera y pueden participar en el Juego de Bolsa que se realiza anualmente.

Con todas estas acciones, ofrecemos a los usuarios la **experiencia de mejorar sus conocimientos** financieros y económicos de forma gratuita y comprometiéndolos dentro de la comunidad. La clave que diferencia a Rankia del resto de comunidades financieras que existen en España es la **profesionalización del equipo y la diferenciación de la comunidad** gracias a los **usuarios**.



¿Quién está detrás de Rankia?

Rankia forma parte del grupo **Emergia**, una empresa creada en enero del año 2000 como la primera consultora española dedicada a la realización de análisis de usabilidad online

La visión empresarial de Emergia es ser el grupo español líder en el **desarrollo y explotación comercial de comunidades online verticales**. Se opta por el desarrollo de comunidades online verticales orientadas a la organización y a un tema específico que permita el crecimiento y la especialización de la comunidad mediante el desarrollo de subtemáticas.

EMERGIA – www.emergia.net

Por ello, en noviembre del año 2000 Emergia se inició en su actividad con el lanzamiento de la primera de sus comunidades online verticales **Verema**, dedicada al mundo del vino y de la gastronomía. En febrero de 2003 nació **Rankia**, una comunidad financiera online. Posteriormente se lanzaron **Mimándote** y **Aguapasión**.



Figura 1: Desarrollo empresas Emergia



¿Cómo se crea Rankia?

En el año 2003 Rankia quiso aprovechar la oportunidad de negocio que ofrecía Internet y se lanzó a la red creando la primera **comunidad financiera** en España donde el centro del negocio son los usuarios.

La comunidad financiera **Rankia** fue diseñada por Emergia y lanzada al mercado el **20 de Febrero del año 2003** como una **comunidad vertical** donde los usuarios pueden interactuar en el site sobre productos financieros, entidades bancarias, inversiones en mercados... para comunicarse, aprender y compartir información, estableciendo redes de confianza o de intereses afines.

Como podemos ver a continuación, esta era la imagen que tenía el site en sus primeros días:

The screenshot shows the Rankia website interface. At the top, there's a navigation menu with 'Valoraciones', 'Foro', and 'Artículos'. Below it is a search bar. The main content is organized into several columns. On the left, there's a 'Valoraciones' section with sub-sections for 'Banca online (16)', 'Brokers online (13)', and 'Cuentas (15)'. In the center, there's a 'Mejor valorados por los usuarios' section listing top banks and brokers. To the right, there's a 'Foro de debate' section with 'Nuevos mensajes introducidos' and 'Última valoración introducida'. The footer contains navigation links, contact information, and a copyright notice for 2003.

Con el paso del tiempo, Rankia ha ido adaptando su diseño, funcionalidades y contenido a las necesidades de los usuarios; actualmente cuenta con más de 100.000 usuarios registrados, supera los dos millones de visitas mensuales y 10 millones de páginas vistas al mes.



Figura 2: Evolución y crecimiento de Rankia



En poco más de 10 años, la comunidad ha conseguido hacerse un hueco en el difícil mundo de Internet, sobresaliendo como **una de las más importantes comunidades financieras online de habla hispana** que existen y presentándose como alternativa a los portales financieros de mayor repercusión nacional como El economista, Expansión, CincoDias, etc. además destaca por ser **la única comunidad financiera independiente** de cualquier compañía o grupo editorial perteneciente al sector financiero lo que le permite aportar una mayor transparencia a sus usuarios.

Rankia está posicionada como el **quinto portal financiero más visitado en España**, y el número 211 respecto a todos los sitios web de España. Por tanto, se trata de uno de los portales financieros independientes más visitados de España.

Ranking webs financieras más visitadas en España

Nº	Web	Empresa propietaria	Puesto
1.	Eleconomista.es	Ecoprensa S.A.	38
2.	Expansion.com	Unidad Editorial Internet S.L.	54
3.	CincoDias.com	Grupo PRISA	128
4.	Invertia.com	Telefónica de España S.A.U	157
5.	Rankia.com	Rankia S.L	211
6.	Cotizalia.com	Titania Cia. Editorial S.L.	215
7.	Intereconomia.com	Intereconomía Corp., S.A.	253
8.	Finanzas.com	Vocento	460
9.	Bankimia.com	Cablere Negocios S.L.	557
10.	El Blog Salmon	Weblogs, S.L.	550

Fuente: Rankia.com, a partir de datos de Alexa.com, 3 de julio de 2012.

Tabla 2: Ranking webs financieras más visitas en España



Rankia en cifras

Usuarios en Rankia:

100.000 usuarios registrados.
11.000 usuarios utilizando Mi Cartera.
48.000 suscriptores de la newsletter.

Tráfico web de Rankia en 2012:

92.000.000 páginas vistas.
20.9000.000 visitas.
11.500.000 usuarios únicos.

Contenido en Rankia:

Guía de compras con más de 3.500 opiniones.
1.500.000 mensajes en foros.
300 blogs con más de 30.000 artículos.

(Datos Google Analytics)

Período: Año 2012





¿Quién somos?

Rankia es la principal **comunidad financiera online independiente** que existe en España.

Es el **quinto portal financiero más visitado en España** en 2012.

Es la **única comunidad financiera independiente** de cualquier compañía o grupo editorial.

Los usuarios son el elemento diferenciador de Rankia.

Más de 100.000 usuarios.

Más de 10 millones de páginas vistas al mes.

Más de 1.500.000 mensajes en foros.

Más de 300 blogs en activo.



Por qué internacionalizarnos

No hay reto que no podamos alcanzar.



A mediados del año 2012, **Rankia** detectó una **oportunidad de internacionalización en Latinoamérica** debido principalmente al elevado número de usuarios que accedían al portal español Rankia.com desde países latinoamericanos. Estos datos nos revelaban el interés que suscitaba nuestra comunidad en países como México o Argentina ya que Rankia se trata de una comunidad financiera española enfocada en mayor parte a información económica y financiera de España y de la Unión Europea.

Concretamente, durante el pasado mes de Mayo de 2012, **el 5% de las visitas procedían de direcciones IP de Latinoamérica**, englobando países como Argentina, Venezuela, Chile, Colombia, México y Perú.



Tabla 3: Visitas Rankia Mayo 2012

(Datos Google Analytics)

Período: 01/05/2012 – 31/05/2012



Objetivo de la internacionalización

La internacionalización en un país latinoamericano ofrece a **Rankia** la posibilidad de **diversificar el negocio** y **expandir el mercado** hacia nuevos países donde la presencia de comunidades online está en crecimiento, además de aprovechar los altos beneficios empresariales que ofrece este modelo de negocio.

Nuestro **principal objetivo** es **desarrollar la primera comunidad financiera online en México** orientada a informar, resolver problemas económicos y formar sobre finanzas personales a los usuarios. Crear un espacio online interactivo donde nuestro público objetivo pueda compartir experiencias y poner en común información.

Por ello, tras detectar la oportunidad de internacionalización en Latinoamérica, el equipo de Rankia realizó un exhaustivo **benchmarking** para evaluar si esta oportunidad podía ser rentable para la empresa y qué escenarios alternativos se nos presentaban. Se realizaron los siguientes análisis, tanto a nivel interno como externo, durante el periodo de tiempo entre Mayo y Agosto del pasado año 2012 y que pasamos a explicar tras citarlos:

- Análisis de los usuarios registrados en Rankia
- Análisis del tráfico web de Rankia
- Análisis del sector online en México
- Análisis de la competencia en México
- Análisis de la situación
- Análisis del público objetivo
- Análisis del posicionamiento
- Análisis DAFO



Análisis de los usuarios registrados en Rankia

El primer punto del que partimos fue el número de usuarios registrados ya que el elemento diferenciador de **Rankia** son los usuarios, y la mayor parte del tráfico del site nos llega por parte de **usuarios registrados**.

Analizamos el **número de usuarios registrados en Rankia.com** durante el mes de Mayo de 2012 y la procedencia geográfica de cada uno de ellos.

En Mayo de 2012, **Rankia** contaba con 90.420 usuarios registrados repartidos del siguiente modo:

- **España:** 84.965 usuarios registrados
- Argentina: 1.323 usuarios
- Colombia: 1.273 usuarios
- Perú: 1.202 usuarios
- México: 866 usuarios
- Chile: 421 usuarios
- Estados Unidos: 370 usuarios



Figura 3: Usuarios registrados en Rankia



Usuarios registrados en Rankia.com

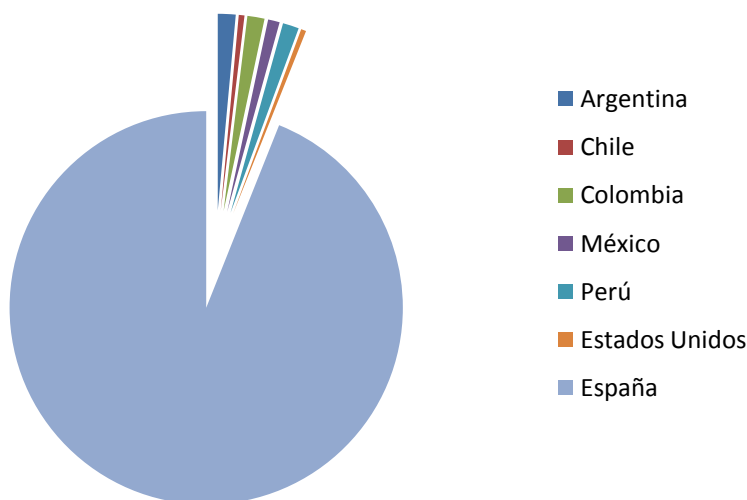


Gráfico 1: Usuarios registrados en Rankia en Mayo 2012

Período: 01/05/2012 – 31/05/2012

De este análisis concluimos que del total de usuarios registrados en Mayo de 2012, 5.085 eran de nacionalidad latinoamericana, es decir, **el 5,62% de los usuarios registrados en Rankia.com eran latinoamericanos** y tan sólo 370 usuarios eran de nacionalidad norteamericana, es decir, **el 0,41% de los usuarios registrados eran norteamericanos**.

Estos datos nos revelaban la posibilidad de internacionalización en Latinoamérica, creando diferentes sites para los países latinoamericanos con mayor potencial donde se trataran temas económicos y financieros de cada país en cuestión. Como decimos, se deberán hacer diferentes sites para cada país ya que se deben de tener en cuenta las preferencias idiomáticas y culturales de cada país.



Análisis del tráfico web en Rankia

Tras realizar el análisis de los usuarios registrados en Rankia, el equipo pasó a elaborar un exhaustivo análisis de los datos que nos mostraba Google Analytics referente al **tráfico web procedente de Latinoamérica en Rankia**.

Para ello, creamos con la herramienta Google Analytics una comparativa con los datos del tráfico web (**páginas vistas, visitas y usuarios únicos**) analizando la evolución entre los datos de Mayo del 2011 (**línea naranja**) y Mayo del 2012 (**línea azul**):



Figura 4: Datos tráfico web Mayo 2011 – Mayo 2012

(Datos Google Analytics)

Período: 01/05/2012 – 31/05/2012

Como podemos ver, el tráfico web de Rankia había crecido entre ambos años, pero lo verdaderamente importante era ver el incremento de tráfico en cada uno de los países desde los que recibíamos visitas:



- Las [visitas a Rankia desde España](#) aumentaron en un 91,38% en el período de Mayo de 2011 y Mayo de 2012. Durante el mes de Mayo del 2012, Rankia tenía más de 2.200.000 de visitas desde dirección IP española.
- Las [visitas a Rankia desde México](#) incrementaron en un 21,95% en el mismo periodo. Durante el mes de Mayo del 2011 se registraron 27.200 visitas procedentes de México, y en el mismo mes del 2012 el número de visitas había incrementado hasta las 33.000 visitas.
- Las [visitas desde Colombia](#) aumentaron un 13,62% en el período de Mayo de 2011 y Mayo de 2012. En el mes de Mayo de 2012, la comunidad Rankia.com tenía 26.000 visitas procedentes de Colombia; 4.000 visitas más que el mismo mes del año anterior.
- Las [visitas a Rankia desde Argentina](#) incrementaron un 24,60% en el período Mayo 2011 – Mayo 2012; durante el mes de Mayo del 2012 se registraron más de 22.000 visitas al site.
- Las [visitas a Rankia desde Perú](#) aumentaron en un 35,37% durante este mismo periodo, con más de 15.400 visitas durante el mes de Mayo del 2012.
- Las [visitas a Rankia desde Chile](#) incrementaron en un 35,36% durante el período de Mayo 2011 a Mayo 2012. Durante el mes de mayo 2012 la comunidad registraba más de 13.500 visitas mensuales.

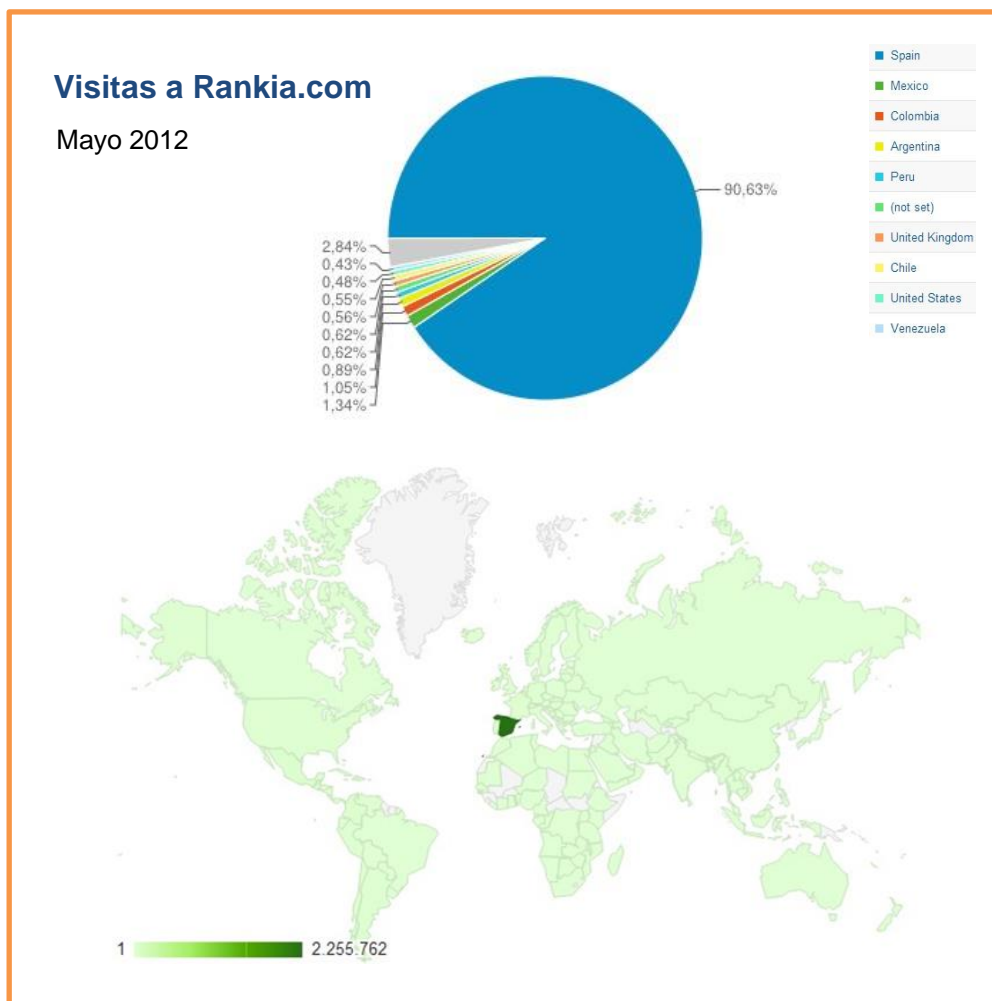


Figura 5: Incremento visitas Mayo 2011 – Mayo 2012 por países
 (Datos GA)

Período: 01/05/2011 – 31/05/2011
 01/05/2012 – 31/05/2012

Del análisis del tráfico web a Rankia en Mayo del 2012, observamos que la gran parte del tráfico web proviene de España, como es lógico, pero también detectamos que según la métrica web **visitas** era más atractivo internacionalizarse en países como **México** o **Colombia** ya que estos son los que registraban una mayor entrada de visitas al site Rankia.com, concretamente el 1,34% y 1,05% respectivamente del total de visitas.



En cambio, si analizamos el potencial de crecimiento respecto al **incremento de visitas** al site Rankia.com en el periodo de un año, elegiríamos como países óptimos para internacionalizarnos a **Perú, Chile y Argentina** ya que en el periodo de tiempo Mayo 2011 - Mayo 2012 las visitas procedentes de estos países han incrementado un 35,37%, 35,36% y un 24,60% respectivamente.

Los datos recogidos nos revelaban el **potencial de crecimiento del tráfico web en los 5 países**, por lo que la internacionalización era viable en todos ellos por igual, creando diferentes sites para los países latinoamericanos con mayor potencial donde se trataran temas económicos y financieros de cada país en cuestión. Es importante remarcar **que la internacionalización conlleva la creación de un site diferente** para cada país ya que se debe de tener en cuenta las preferencias idiomáticas y culturales de cada país.

Finalmente, decidimos que la **estrategia de internacionalización** en Latinoamérica iba a ser **gradual**, es decir, en un primer momento entraríamos en un solo país para ver la evolución de éste y poder desarrollar, a posteriori, la estrategia en el resto de países analizados. Por tanto, y dados los datos analizados creíamos que era **conveniente iniciar la estrategia de internacionalización en México** lanzando un nuevo site porque se trataba del país latinoamericano del cual recibíamos más visitas en www.rankia.com y el que parecía tener un mayor potencial de crecimiento aun teniendo en cuenta que no destacaba por su número de usuarios registrados ya que a fecha de Mayo del 2012 sólo contábamos con 866 usuarios de nacionalidad mexicana.



Análisis del sector online en México

Tras realizar los dos análisis referentes a factores internos al site (número de usuarios registrados y tráfico web desde Latinoamérica), decidimos abordar factores externos al site y por ello, el primer paso a realizar fue **analizar el sector online en México**, para así ver cuál es el nivel de penetración de Internet entre la población mexicana, cuáles son sus patrones de navegación y las tendencias de búsquedas.

Nivel de penetración de Internet:

La población de México es de 116.900.000 habitantes de los cuáles más de 52.300.000 son internautas. Es decir, **el nivel de penetración de Internet en México es de 46%**, un porcentaje elevado si lo comparamos con el resto de países latinoamericanos como Chile o Perú que cuentan con un nivel de penetración por debajo del 40%.

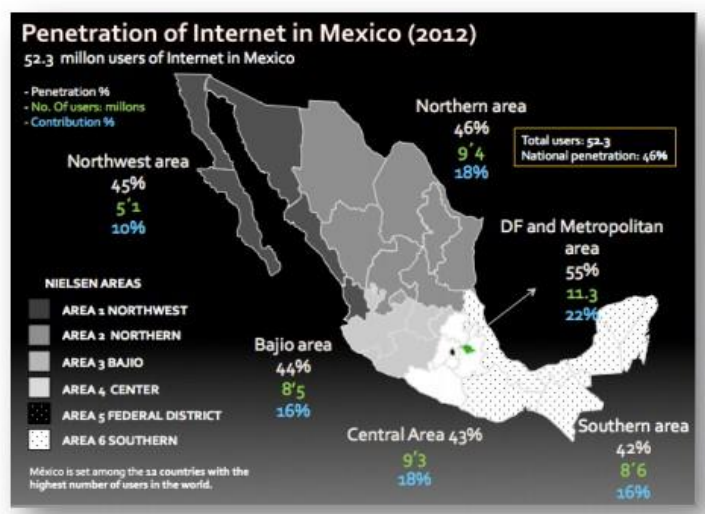


Figura 6: Censo poblacional México, 2012

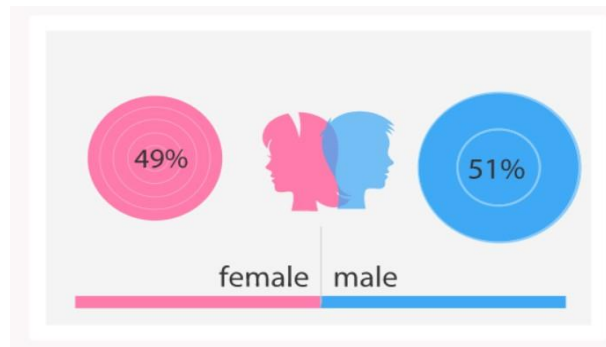
Según el estudio **Hábitos y Percepciones de los Mexicanos sobre Internet y Diversas Tecnologías Asociadas** realizado por el Tecnológico de Monterrey y el World Internet Project en 2012,

“ México ocupa el número 12 a nivel mundial de los países con mayor penetración a Internet.



La **distribución de los internautas mexicanos por género** es de un 51% para el sexo masculino y un 49% para el femenino, con lo que tendríamos:

- ➔ 26.673.000 internautas hombres.
- ➔ 25.627.000 internautas mujeres.



La **distribución de los internautas mexicanos por edad** nos revela que un 1% de los internautas son menores de 4 años, un 14% tienen una edad comprendida entre los 4 y 11 años, un 25% tienen una edad entre los 12 y 18 años, el 21% tienen entre 19 y 25 años, un 14% son internautas con edades entre 26 y 32 años, el 9% de los internautas tiene entre 33 y 39 años, un 8% tiene una edad entre 40 y 46 años, el 5% de los internautas tienen una edad comprendida entre los 47 y 52 años, un 4% tienen entre 53 y 70 años, y solo un 1% de los internautas tiene más de 70 años:

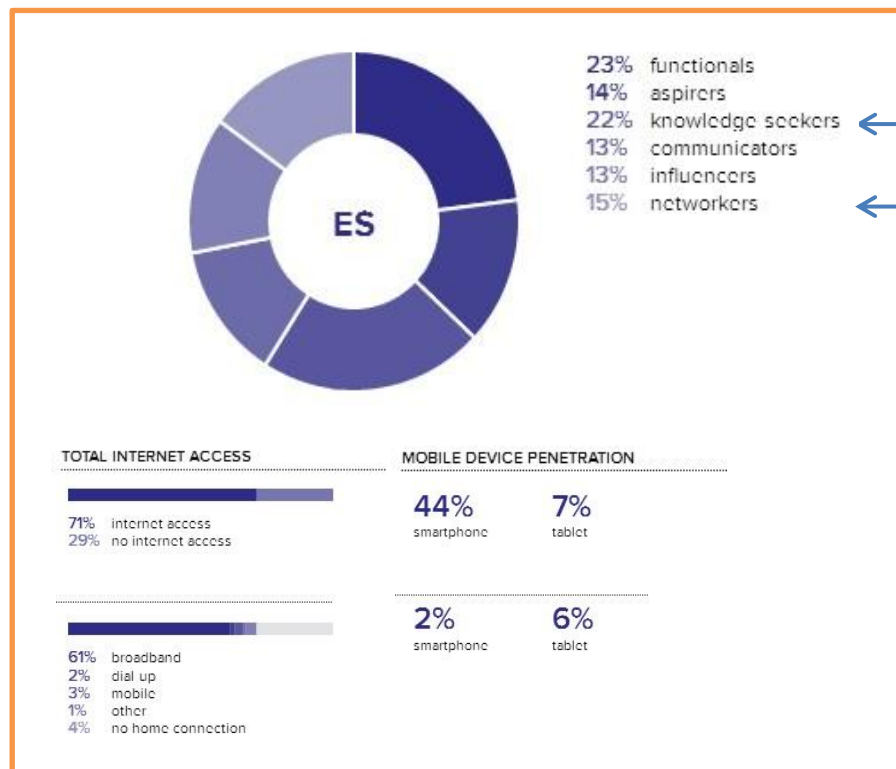
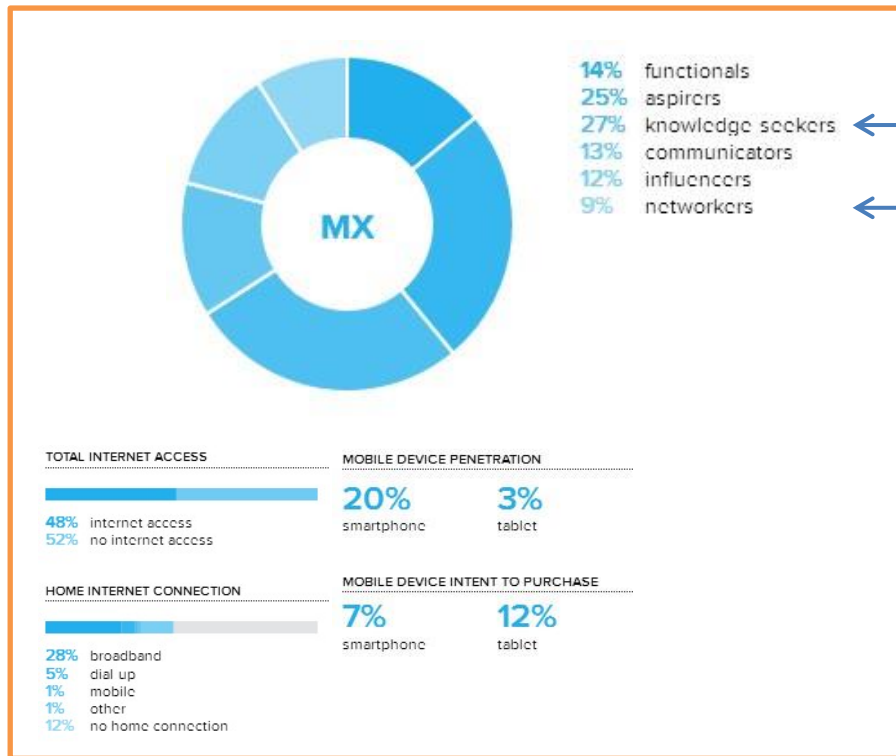
- ➔ 523.000 internautas menores de 4 años.
- ➔ 7.322.000 internautas entre 4 y 11 años.
- ➔ 13.075.000 internautas entre 12 y 18 años.
- ➔ 10.983.000 internautas entre 19 y 25 años.
- ➔ 7.322.000 internautas entre 26 y 32 años.
- ➔ 4.707.000 internautas entre 33 y 39 años.
- ➔ 4.184.000 internautas entre 40 y 46 años.
- ➔ 2.615.000 internautas entre 47 y 52 años.
- ➔ 2.092.000 internautas entre 53 y 70 años.
- ➔ 523.000 internautas mayores de 70 años.

(Datos AMIPCI: estudio “**Hábitos de los usuarios en Internet 2012**” y WIP: estudio “**Hábitos y Percepciones de los Mexicanos sobre Internet y Diversas Tecnologías Asociadas**”)



Patrones de navegación en Internet:

A continuación comparamos los **patrones de navegación de los internautas mexicanos y los españoles**, para determinar si existen similitudes y por tanto es viable la internacionalización de Rankia en México.





Más del 70% de la población española tiene acceso a Internet y de este porcentaje, cerca del 61% cuenta con una conexión de banda ancha en su casa. Estos datos son superiores a los que podemos ver en México, donde **el 48% de la población mexicana tiene acceso a Internet**, y tan sólo un 28% tiene conexión de banda ancha en su casa.

El dato más relevante para **Rankia** del análisis de los patrones de navegación es el tipo de usuarios que se conecta a Internet.

El target para la comunidad son **los usuarios que navegan en busca de información** (users knowledge seekers) junto con los **usuarios que buscan formación** y un espacio online donde **compartir, recomendar y opinar** sobre los temas que más les interesan (networkers); en este aspecto vemos una gran oportunidad en México ya que **el 27% de los usuarios son de la tipología users knowledge seekers**, frente al 22% que encontramos en España. Respecto a **la tipología networkers** observamos que sólo el 9% de los usuarios mexicanos responden a este patrón, frente al 15% que encontramos en España.

Otro aspecto interesante a destacar de los internautas mexicanos es el **uso de dispositivos móviles para conectarse a Internet**, ya que durante el 2012 el uso de smartphones se había duplicado respecto al año anterior, alcanzando una penetración del 20%, aunque en España esta cifra es superior, llegando al 44%.

(Datos www.consumerbarometer.com)



Tendencias de búsquedas:

Otro aspecto fundamental a analizar antes de empezar con la estrategia de internacionalización en México era conocer cuáles eran **los términos o conceptos más buscados** en el país para conocer un poco más cuáles son las **tendencias de búsquedas** en México.

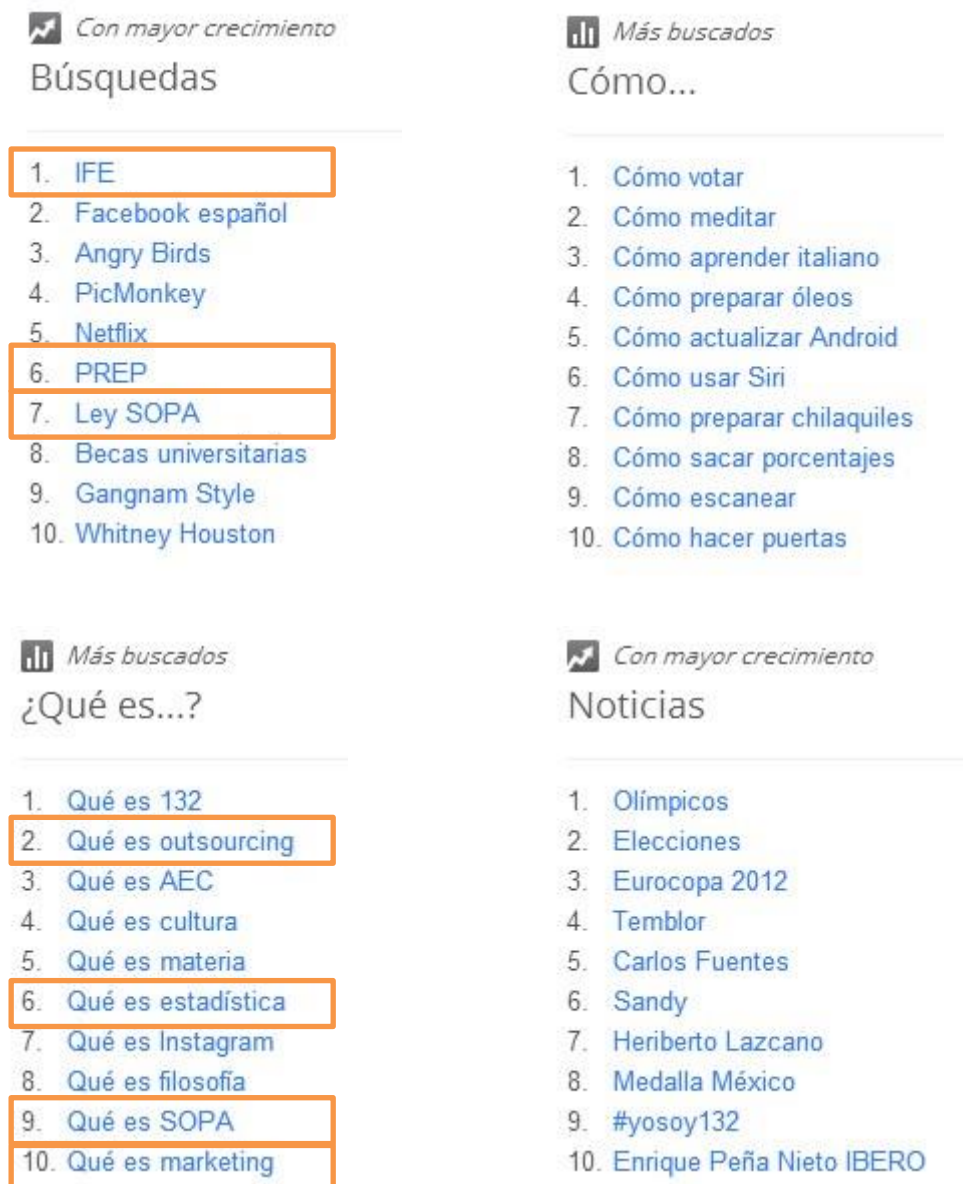


Figura 9: Tendencias de búsqueda en México
(Datos Google Zeitgeist)

Período: año 2012



Análisis de la competencia en México

Uno de los análisis fundamentales en la decisión de internacionalizarse y lanzar el nuevo site de **Rankia** en México fue el **análisis de la competencia**.

Rankia es una comunidad financiera online que basa su modelo de negocio en la actividad en **foros y blogs**, además focaliza su actividad en un nicho de mercado muy específico, las **finanzas**, y por ello, era de vital importancia conocer a que competencia nos enfrentamos y en qué posición entraríamos al mercado mexicano digital.

Antes de abarcar el análisis de la competencia, debemos de diferenciar claramente que la competencia de Rankia puede ser **directa**, si hablamos de comunidades financieras online formadas por una red de blogs y un conjunto de foros donde los usuarios pueden interactuar y compartir información; y **competencia indirecta** en la que englobaremos a la gran mayoría de medios de comunicación online siempre que traten temas económicos y financieros en su site o en alguna subsección del site y a los comparadores financieros.

Competencia directa en México:

- ➔ Observamos que **no existe ningún competidor directo** dentro del mercado mexicano digital, ya que no hay ningún portal en México que se englobe en la categoría de comunidad financiera y que incluya en el site una red de blogs y de foros.

Competencia indirecta en México:

De entre todos los sites que tratan temas económicos y financieros en el ámbito de México, creemos que por la forma de comunicar y compartir la información los once siguientes que se nombran son la competencia indirecta de Rankia en México ya que tienen siempre algún aspecto en común a la comunidad.



- ➔ www.eleconomista.com.mx periódico financiero: noticias y artículos sobre finanzas y empresas.
- ➔ www.financialred.com.mx red de blogs: noticias y artículos sobre finanzas, economía, impuestos...
- ➔ www.elfinanciero.com.mx medio de comunicación online generalista: trata noticias sobre finanzas, economía, negocios...
- ➔ www.info-finanzas.com medio de comunicación online generalista: trata noticias sobre finanzas y cuenta con una sección de utilitarios (convertor de divisas, calculadora de inflación, glosario, simulador de crédito hipotecario...).
- ➔ www.cuentasdeahorro.com.mx comparador de cuentas: información sobre cuentas con la opción de solicitar más información que te lleva a una ficha del producto. Comparador de cuentas.
- ➔ www.comparativadebancos.com.mx blog: artículos con información sobre bancos, CEDES (depósitos) y tarjetas bancarias.
- ➔ www.elpagare.com.mx comparador de productos financieros de renta fija: información sobre productos de renta fija y pagares.
- ➔ www.mejorestarjetas.com.mx comparador de cuentas: información sobre cuentas y tarjetas.
- ➔ www.fundsamericas.com medio de comunicación online financiero: información sobre noticias y fondos de inversión de México en una subsección.
- ➔ www.elsiglodetorreon.com.mx medio de comunicación online generalista: información nacional e internacional; subsección de finanzas.
- ➔ <http://www.eleconomistaamerica.mx/> periódico financiero: noticias y artículos sobre finanzas y empresas.



Benchmark de la competencia:

A continuación decidimos analizar en profundidad cada uno de los websites de la competencia teniendo en cuenta el **diseño web**, el **rendimiento del website**, el **share of audience**, la **posición en el ranking de tráfico web** elaborado por Alexa y el **posicionamiento en las redes sociales**.

www.eleconomista.com.mx

Periódico financiero:
noticias y artículos sobre finanzas y empresas.

Rendimiento del site (Woorank)

71,1 / 100

Audiencia México (Google Adplanner)

* Tráfico no relevante

Ranking de tráfico web (Alexa)

Traffic Rank in MX: 192	Alexa Traffic Rank: 7.716
-------------------------	---------------------------

Posicionamiento en RRSS

Me gusta de Facebook 215	Compartido en Facebook 1042
Comentarios de Facebook 169	Backlinks de Twitter 10849
Marcadores Delicious 95	StumbleUpon 54
Google™ + 65874	



www.financialred.com.mx

Red de blogs: noticias y artículos sobre finanzas, economía, impuestos...



RED DE BLOGS ESPECIALIZADOS EN ECONOMÍA. BOLSA Y FINANZAS

ACTUALIDAD TU DINERO IMPUESTOS VIVIENDA EMPLEO FINANCIACION FIRMAS INVITADAS

Rendimiento del site (Woorank)

58,5 / 100

Audiencia México (Google Adplanner)

* Tráfico no relevante

Ranking de tráfico web (Alexa)

Traffic Rank in MX: No	Alexa Traffic Rank: 1.087.932
------------------------	-------------------------------

Posicionamiento en RRSS

Me gusta de Facebook 0	Compartido en Facebook 3
Comentarios de Facebook 0	Backlinks de Twitter 7
Google™ + 2	



www.elfinanciero.com.mx/

Medio de comunicación online generalista: trata noticias sobre finanzas, economía, negocios...



Rendimiento del site (Woorank)

81,7 / 100

Audiencia México (Google Adplanner)

20.000 usuarios únicos

Ranking de tráfico web (Alexa)

Traffic Rank in MX: 488

Alexa Traffic Rank: 26.704

Posicionamiento en RRSS

Me gusta de Facebook 2320	Compartido en Facebook 2229
Comentarios de Facebook 1232	Backlinks de Twitter 5786
Marcadores Delicious 26	StumbleUpon 2
Google™ + 65717	



www.info-finanzas.com

Medio de comunicación online generalista: trata noticias sobre finanzas y cuenta con una sección de utilitarios.



Rendimiento del site (Woorank)

45,6 / 100

Audiencia México (Google Adplanner)

* Tráfico no relevante

Ranking de tráfico web (Alexa)

Traffic Rank in MX: No

Alexa Traffic Rank: 4.892.408

Posicionamiento en RRSS

Me gusta de Facebook 0

Compartido en Facebook 2

Comentarios de Facebook 0

Google™ + 0



www.cuentasdeahorro.com.mx

Comparador de cuentas: información sobre cuentas con la opción de solicitar más información que te lleva a una ficha del producto.



Rendimiento del site (Woorank)

64,3 / 100

Audiencia México (Google Adplanner)

20.000 usuarios únicos

Ranking de tráfico web (Alexa)

Traffic Rank in MX: 25.346	Alexa Traffic Rank: 977.843
----------------------------	-----------------------------

Posicionamiento en RRSS

<p> Facebook Likes 0</p> <p> Facebook Comments 0</p> <p> Google™ + 1</p>	<p> Facebook Shares 1</p> <p> Twitter Backlinks 1</p>
--	---



www.comparativadebancos.com.mx

Blog: artículos con información sobre bancos, CEDES y tarjetas bancarias.

Comparativa de Bancos de México

¡Buscamos los mejores productos financieros por ti!

COLABORA CONTACTO FORO

Rendimiento del site (Woorank)

55,3 / 100

Audiencia México (Google Adplanner)

* Tráfico no relevante

Ranking de tráfico web (Alexa)

Traffic Rank in MX: No	Alexa Traffic Rank: 5.107.273
------------------------	-------------------------------

Posicionamiento en RRSS

<p> Me gusta de Facebook 1</p> <p> Comentarios de Facebook 0</p> <p> Google™ + 1</p>	<p> Compartido en Facebook 5</p> <p> Backlinks de Twitter 1</p>
---	---



www.elpagare.com.mx

Comparador de productos financieros de renta fija: información sobre productos de renta fija y pagares.

PAGARÉ BANCOS
INVERSIÓN A PLAZO
VENCIMIENTO

Rendimiento del site (Woorank)

52 / 100

Audiencia México (Google Adplanner)

4.900 usuarios únicos

Ranking de tráfico web (Alexa)

Traffic Rank in MX: No	Alexa Traffic Rank: 1.742.675
------------------------	-------------------------------

Posicionamiento en RRSS

Me gusta de Facebook 0	Compartido en Facebook 0
Comentarios de Facebook 0	Marcadores Delicious 1
Google™ + 1	



www.mejorestarjetas.com.mx

Comparador de cuentas: información sobre cuentas y tarjetas.

MEJORES PRODUCTOS FINANCIEROS

Comparar Cuentas

Comparar Depósitos

Comparar Préstamos

Comparar Tarjetas

Comparar Hipotecas

Productos Destacados

Rendimiento del site (Woorank)

57,6 / 100

Audiencia México (Google Adplanner)

8.600 usuarios únicos

Ranking de tráfico web (Alexa)

Traffic Rank in MX: 25.208	Alexa Traffic Rank: 1.007.699
----------------------------	-------------------------------

Posicionamiento en RRSS

Me gusta de Facebook 0	Compartido en Facebook 1
Comentarios de Facebook 0	Backlinks de Twitter 1
Google™ + 0	



www.fundsamericas.com

Medio de comunicación online financiero: información sobre noticias y fondos de inversión de México en una subsección.



Rendimiento del site (Woorank)

61,4 / 100

Audiencia México (Google Adplanner)

* Tráfico no relevante

Ranking de tráfico web (Alexa)

Traffic Rank in MX: No

Alexa Traffic Rank: 1.704.147

Posicionamiento en RRSS

Me gusta de Facebook 4	Compartido en Facebook 7
Comentarios de Facebook 2	Backlinks de Twitter 6
Google™ + 0	



www.elsiglodetorreon.com.mx	
<p>Medio de comunicación online generalista: información nacional e internacional; subsección de finanzas.</p>	
Rendimiento del site (Woorank)	
78,9 / 100	
Audiencia México (Google Adplanner)	
71.000 usuarios únicos	
Ranking de tráfico web (Alexa)	
Traffic Rank in MX: 109	Alexa Traffic Rank: 4.069
Posicionamiento en RRSS	
<ul style="list-style-type: none"> Me gusta de Facebook 239 Comentarios de Facebook 222 Marcadores Delicious 35 	<ul style="list-style-type: none"> Compartido en Facebook 539 Backlinks de Twitter 902 Google™ + 237



<http://www.eleconomistaamerica.mx/>

Periódico financiero:
noticias y artículos sobre finanzas y empresas.



Rendimiento del site (Woorank)

63,3 / 100

Audiencia México (Google Adplanner)

* Tráfico no relevante

Ranking de tráfico web (Alexa)

Traffic Rank in MX: 36.990	Alexa Traffic Rank: 3.687.411
----------------------------	-------------------------------

Posicionamiento en RRSS

Facebook Likes 0	Facebook Shares 0
Facebook Comments 0	Twitter Backlinks 7
Google™ + 0	



A continuación se muestra una tabla comparativa con todos los competidores a los que se enfrentará Rankia México:

	Comunidad financiera	Rendimiento site	Tráfico web	Presencia en redes sociales
www.eleconomista.com.mx		71,1	Bajo	
www.financialred.com.mx		58,5	Bajo	
www.elfinanciero.com.mx		81,7	Alto	
www.info-finanzas.com		45,6	Bajo	
www.cuentasdeahorro.com.mx		64,3	Medio	
www.comparativadebancos.com.mx		55,3	Bajo	
www.elpagare.com.mx		52	Medio	
www.mejorestarjetas.com.mx		57,6	Medio	
www.fundsamericas.com		61,4	Bajo	
www.elsiglodetorreon.com.mx		78,9	Alto	
http://www.eleconomistaamerica.mx/		63,3	Bajo	

Tabla 4: Comparativa competidores Rankia México

De este análisis podemos observar que aunque existen fuertes competidores indirectos como elfinanciero.com o elsiglodetorreon.com (ANEXO 2); **Rankia México** no tendrá una competencia directa en el sector y que por tanto, gozará de una ventaja competitiva frente al resto de portales de información financiera. La mayor parte del tráfico de Rankia proviene de la sección de foros y esto es lo que queremos potenciar en el nuevo site de México, por tanto, **la sección de foros en Rankia México le proporcionará un componente diferenciador** y la ausencia de competencia en este aspecto es una oportunidad en su estrategia empresarial.



Análisis de la situación:

Una vez realizados los análisis expuestos anteriormente y comprobar que la oportunidad de internacionalización en México era viable por factores externos e internos a la empresa, el equipo directivo de **Rankia** se planteó dar un paso más y **analizar la viabilidad económica del proyecto**.

Dado que nuestra comunidad obtiene beneficios a través de la publicidad, tanto en display como en sponsors, creimos conveniente analizar cuál era la inversión en publicidad online y quiénes eran los mayores anunciantes en el sector financiero de México.

Según el estudio “**Inversión Publicitaria Online en México 2012**” realizado por la IAB México, PWC y Terra **la inversión anual en medios digitales fue de 5.590 millones de pesos mexicanos**, lo que equivale a 457,3 millones de dólares; y estas son las previsiones de inversión para los próximos años,

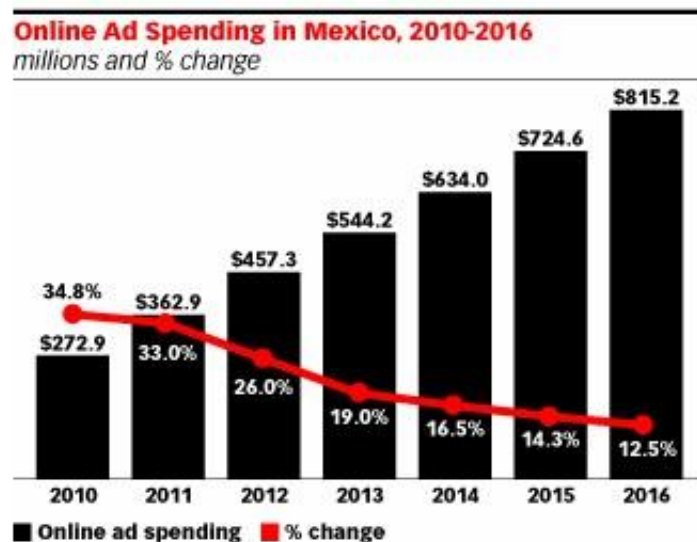


Gráfico 2: Inversión publicitaria online en México 2012

Estos datos confirman que **Internet es el medio publicitario de mayor crecimiento en México**.



Diferenciando en función de la actividad del anunciante, **los servicios financieros son la segunda industria que más invierte en publicidad online**, por detrás del sector automotor.

Y entre los anunciantes que destinan una mayor inversión a este medio diferenciamos el banco mexicano **Banamex** y la empresa **American Express**.



Banamex



Esto se debe a que del total de internautas mexicanos, aproximadamente **5 millones son usuarios de la banca electrónica**, representando aproximadamente el 12% del comercio electrónico de la región.

Otro dato interesante a remarcar es el índice de recuerdo de la publicidad online en México. Según el estudio **“Hábitos de los usuarios de Internet en México 2012”** elaborado por AMIPCI, sólo un 32% de los internautas recuerda las acciones publicitarias online de este sector y las marcas con más notoriedad son Bancomer, Banamex y Santander.

(Datos AMIPCI: estudio “Hábitos de los usuarios en Internet 2012” y IAB México: estudio “Inversión Publicitaria Online en México 2011”)



Análisis del público objetivo

Según los datos que podemos extraer de Google AdPlanner, el público objetivo de **Rankia.com** en España es el segmento de **hombres y mujeres** con una edad comprendida **entre 33 y 46 años, con estudios, un trabajo estable**; y por supuesto, interesados en temas económicos y financieros.

Si establecemos una comparativa España – México en referencia a esta información y viendo que el perfil de internautas es similar, podemos concluir que el perfil de usuarios que visitará de forma regular el site de **Rankia México** es un perfil similar y calculamos con estos datos cuál será el **TAM** (total addressable market) al que nos vamos a dirigir:

Ámbito:
México

Sexo:
Hombres: 51 %
Mujeres: 49 %

Edad:
Entre 33 y 46 años: 13 %

Nivel de vida:
Estudios y trabajo: 30 %

Intereses:
Finanzas y economía: 33 %

(Datos de Google Ad Planner)



TAM público objetivo masculino:



“ El TAM masculino de Rankia México será de 580.937 internautas.

TAM público objetivo femenino:



“ El TAM femenino de Rankia México será de 474.432 internautas.

Total público objetivo:

“ El total de nuestros potenciales usuarios son 1.055.369.



En este punto es interesante remarcar que el público objetivo de **Rankia México** está dividido en dos mercados, por una parte los usuarios y por otra los clientes o anunciantes.



Figura 10: Usuarios y clientes en Rankia México

Como hemos indicado, los **usuarios** son aquellos que le proporcionarán el tráfico web al site Rankia.mx; es decir, el segmento de hombres y mujeres de edad entre 33 y 46 años, con estudios, con un trabajo estable que visitan la comunidad de manera frecuente e interesados en temas económicos y financieros, que participan o que visitan la comunidad.

En cambio, **los clientes** o anunciantes son aquellas empresas que quieren hacer un plan de medios en Rankia México y los que proporcionarán ingresos económicos a la empresa; entre los que podemos diferenciar:



- **Centrales de medios:** Mediacom, Arena medios, Carat, Initiative, Materia Gris, Mediaedge...
- **Bancos:** Bancomer, Banamex, Santander, HSBC, Banco de México, Banorte, Banca Afirme, Bank of America...
- **Brokers:** Regus, Plus500, International Brokers IBworldwide...
- **Asesorías fiscales:** Grupo Martínez Barrón, GVA Consultoría y Capacitación, CEI Consultores...
- **Gestoras de fondos de inversión:** Sura Investment Management, Impulsora de Fondos Banamex, Gestión Santander, Franklin Templeton, Nafinsa...
- **Buffets de abogados:** Saucedo Abogados, Bufete Holguin Abogados, Bufete Alvarez y Asociados...

En un primer momento nos importará dirigirnos a los usuarios para generar masa crítica y tráfico web; por lo que el siguiente plan de comunicación para **Rankia México** está basado en dar a conocer la comunidad al público objetivo mexicano y así conseguir incrementar el número de usuarios registrados y el tráfico web.



Análisis del posicionamiento

El **posicionamiento** es la imagen que perciben los consumidores de **Rankia México** en relación con la competencia. En el proceso de posicionamiento, no solo se tienen en cuenta las acciones que desde la empresa se desarrollen, sino que también depende del tipo de público objetivo, de las percepciones de los usuarios, así como de las acciones desarrolladas por la competencia.

Tal y como vemos en el mapa de posicionamiento, Rankia México se posiciona como **la única comunidad económica y financiera que se puede encontrar en México**.



Figura 11: Posicionamiento de Rankia México



Análisis DAFO

Debilidades:

- Escasa **inversión en publicidad online**.
- Mayor fiabilidad y relación de los usuarios hacia los sites de la competencia.
- El crecimiento en los modelos de negocios como las comunidades es **exponencial**.
- Escasa cultura financiera** en México.
- Tendencia de búsquedas concretas sobre temas económicos baja.
- Dificultad para realizar y cubrir eventos offline que generen engagement con el usuario por la **distancia física**.
- Escasa labor comercial.

Amenazas:

- Distancia geográfica**, no hay sede física en México.
- **Difícil contacto** blogger - usuario - comunidad por la distancia geográfica.
- Introducción de nuevos agentes competidores al despertar un sector online virgen.
- Problemas en la **translación cultural**.
- Posibilidad de un **bloqueo** por parte de los exclusivistas frente a los anunciantes.

Fortalezas:

- Trayectoria de Rankia en el sector online; **modelo de negocio 2.0 comprobado**.
- Crecimiento del **tráfico web** de Rankia procedente de México.
- Alto número de **usuarios registrados** de México.
- Diversificación**.
- Exposición a un **mercado emergente**, con alto potencial de crecimiento y atractivo posicionamiento geográfico.
- Posicionamiento de orientación al usuario.
- Bajos costes fijos**; no se necesita oficina ni trabajadores en México.
- Caja necesaria para realizar inversiones.

Oportunidades:

- No hay competencia directa** y la competencia indirecta es baja.
- Pioneros en el sector** al ofrecer un modelo de comunidad financiera que integra blogs y foros.
- Alto número de **penetración de Internet** en México.
- Atractivo perfil del público objetivo.
- Oportunidades de monetización**.
- Nuevo producto para los anunciantes.



Aunque el nuevo website va a dirigirse a un nicho de mercado muy específico, **Rankia México** cuenta desde un primer momento con el elemento diferenciador y clave para conseguir éxito en el mercado digital: **los usuarios**. Por ello, lo importante en los primeros meses del site será **la relevancia y calidad de las visitas**.

Como conclusión del análisis DAFO, decidimos lanzarnos con la internacionalización de Rankia México ya que se trataba de un **proyecto viable y rentable** en todos los aspectos.



¿Por qué internacionalizarnos?

Rankia decide emplear una estrategia de internacionalización gradual, por lo que el primer país donde se va a lanzar la comunidad es **México**.

Lanzamos Rankia México con una base de datos de **866 usuarios** y más de **30.000 visitas al mes** procedentes del país.

Nos dirigimos a un TAM de más de **1.000.000 de usuarios potenciales**.

No hay reto que no podamos alcanzar.

No existe competencia directa.

Experiencia en el sector y el modelo de negocio.

Potencial de crecimiento.

... ¿Por qué no internacionalizarnos?



Desarrollo web y usabilidad

*A programming language is for
thinking of programs, not for
expressing programs you've already
thought of. Paul Graham*



Proyecto 3.0

Según Tim O'Reilly éste era el concepto de una web 2.0:

“ *Web 2.0 is the network as platform, spanning all connected devices; Web 2.0 applications are those that make the most of the intrinsic advantages of the platform: delivering software as a continually updated service that gets better the more people use it, consuming and remixing data from multiple sources, including individual users, while providing their own data and services in a form that allows remixing by others, creating network effects through and architecture of participation, and going beyond the page metaphor of Web 1.0 to deliver rich user experiences.*

O'Reilly Radar: <http://radar.oreilly.com/>

Actualmente, el concepto acuñado por Tim O'Reilly ha quedado obsoleto, el mercado digital demanda **modelos de negocio abiertos** donde el usuario sea el centro de la empresa y donde se llegue a comprender y satisfacer las necesidades de este usuario mediante un conjunto de herramientas, web y redes sociales, que formen el ecosistema de la empresa.

Hablamos de un **modelo abierto**, un ecosistema donde la web ya no está aislada sino que es **social, dinámica** y **participativa**, permite al usuario compartir y acceder al contenido desde diferentes canales o herramientas y donde todo está interrelacionado.

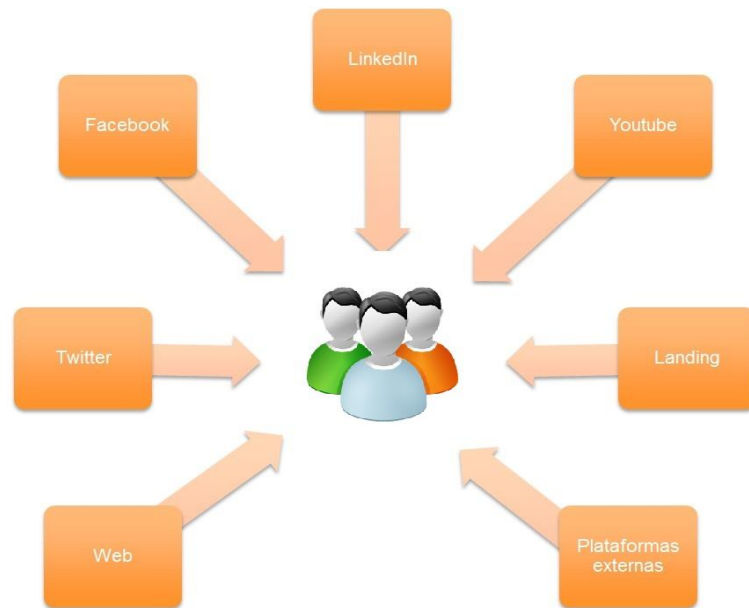


Figura 12: Modelo abierto

Al tratarse de una comunidad, la estrategia de desarrollo del web site de **Rankia México** trataba de transmitir este modelo, dónde el origen del negocio es el **usuario** y dónde se consiga generar un sentimiento de pertenencia a la comunidad.

Por tanto, utilizaremos como apoyo las diferentes **herramientas sociales** que tenemos a nuestro alcance, tales como Twitter, Facebook o LinkedIn entre otras.



La web

Rankia México se define como una comunidad financiera, por lo que su principal objetivo es **ofrecer a los usuarios información económica y financiera**. Son unos objetivos concretos y definidos, y el web site que se diseñe deberá cumplir estos objetivos.

Durante los meses de Septiembre y Octubre del pasado año 2012, el equipo web developers de **Emergia** (**Fernando Calatayud**, webmaster y desarrollador en Ruby on Rails de Rankia y **Juan Francisco Pérez**, desarrollador de software en Rankia) se puso en marcha con el desarrollo web del nuevo site.

Arquitectura de la información:

Nuestra comunidad tiene una clara **orientación hacia el usuario** y por tanto, la arquitectura de la web debe de estar enfocada a permitir una navegación cómoda y sencilla a nuestro usuario.

Para el diseño y desarrollo de **Rankia México** se decidió replicar el site de Rankia España adaptando ciertas funcionalidades y contenidos que no tenían lugar en el nuevo site por razones lingüísticas o de contenido. Las características específicas de ambos websites eran prácticamente las mismas, se trata de una **comunidad financiera tematizada por secciones económicas como banca, bolsa, fiscalidad o derivados**. Por tanto, para el desarrollo del site de Rankia México se ha seguido un **esquema de estructura de organización jerárquica**.

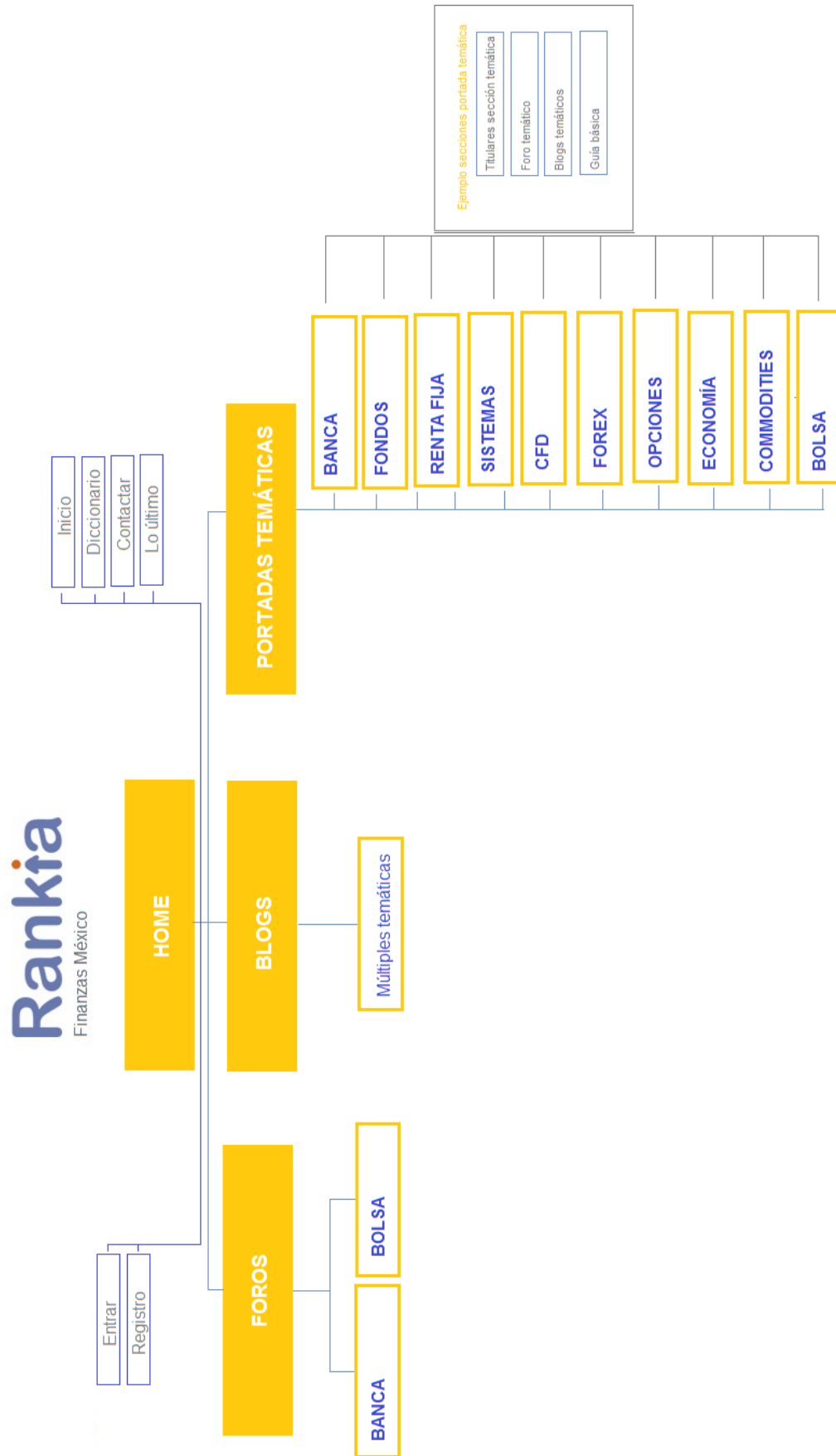
El menú de navegación está formado por 13 secciones, que a la vez crecen individualmente y se focalizan en una temática económica diferente.



Al tratarse de una comunidad, consideramos oportuno tener un **acceso restringido a los usuarios registrados** y emplearemos un **modelo de comunidad premium**. Es decir, tanto los blogs como los foros estarán abiertos a la lectura de todos los visitantes a la web, pero para participar en el intercambio de opiniones será necesario que el usuario se registre de forma gratuita en Rankia México con un nickname o alias. Decidimos que el registro sea mediante un nickname ya que proporciona una mayor comodidad al usuario a la hora de participar garantizando el anonimato.

En la imagen que podemos ver a continuación, se desarrolla el **esquema de la arquitectura de la información para Rankia México**; en él se diferencian las secciones focus para la comunidad (foros, blogs y portadas temáticas) así como las subsecciones en las que se especializa cada área.

Figura 13: Arquitectura de la información Rankia México





Mapa web:

Teniendo en cuenta la estructura de conexiones que se ha seguido para realizar la arquitectura de la información del site, se elaboró el mapa web del sitio www.rankia.mx.

En el caso del site de **Rankia México** era relativamente sencillo desarrollar el sitio web ya que se partía de la base del site de Rankia España, y por tanto, solo se tenían que adaptar ciertas funcionalidad y contenidos que no tenían cabida en el site de México.

A la hora de definir el mapa web para Rankia México, se partió de la base de Rankia España, en el que **el menú de navegación está clasificado por taxonomías**, es decir, por agrupaciones de contenidos referentes a una temática económica, y además están clasificadas en función del potencial de tráfico. Por tanto, como podemos ver en la siguiente imagen, el menú de navegación del nuevo site está dividido en **13 secciones**, dos de ellas estratégicas (**foros y blogs**) y las 11 restantes son portadas temáticas que a la vez crecen individualmente y se focalizan en una temática económica diferente.

Rankia Finanzas México	Sitemap
<u>Páginas</u>	<u>Categorías</u>
Foros	Banca
Blogs	Fondos
Portadas temáticas	Renta fija
Diccionario financiero	Sistemas
	CFDs
	Forex
	Opciones
	Economía
	Commodities
	Bolsa



Usabilidad:

En todo momento se ha tenido en cuenta que el nuevo site para **Rankia México** debía seguir la misma imagen que el site de Rankia en España, cuidando la usabilidad y la experiencia del usuario en el site www.rankia.mx ya que **los usuarios son el valor añadido de Rankia**. Por ello, se decidió que la **interfaz** del site sea **limpia y cómoda** para el usuario para permitirle navegar sin distracciones.

El **logo** de la nueva comunidad sigue el mismo estilo que el logo de Rankia.com, solo que en el tagline del logo se hace referencia al país de internacionalización en este caso México:



En todo el site se hará uso del **texto en positivo**, es decir, el color de fuente negro sobre fondo blanco permite al usuario poder descansar la vista y ayuda a tener una legibilidad mayor permitiendo que las imágenes destaquen entre el texto. Además se ha hecho uso de **vínculos visibles** que ayuden al usuario a navegar por el site, y se ha intentado concentrar la mayor parte del contenido en la zona central, de modo que se recogen los temas de importancia en una sola página, en nuestro caso la home.

Además, dado que Emergia es la empresa encargada de desarrollar el nuevo site y es una empresa especializada en la realización de análisis de usabilidad online; la web se ha sometido a **diferentes tests de usabilidad** para analizar la estructura del web site y determinar que la experiencia de navegación se adapta al target del site, que es un usuario avanzado y con experiencia en la navegación.



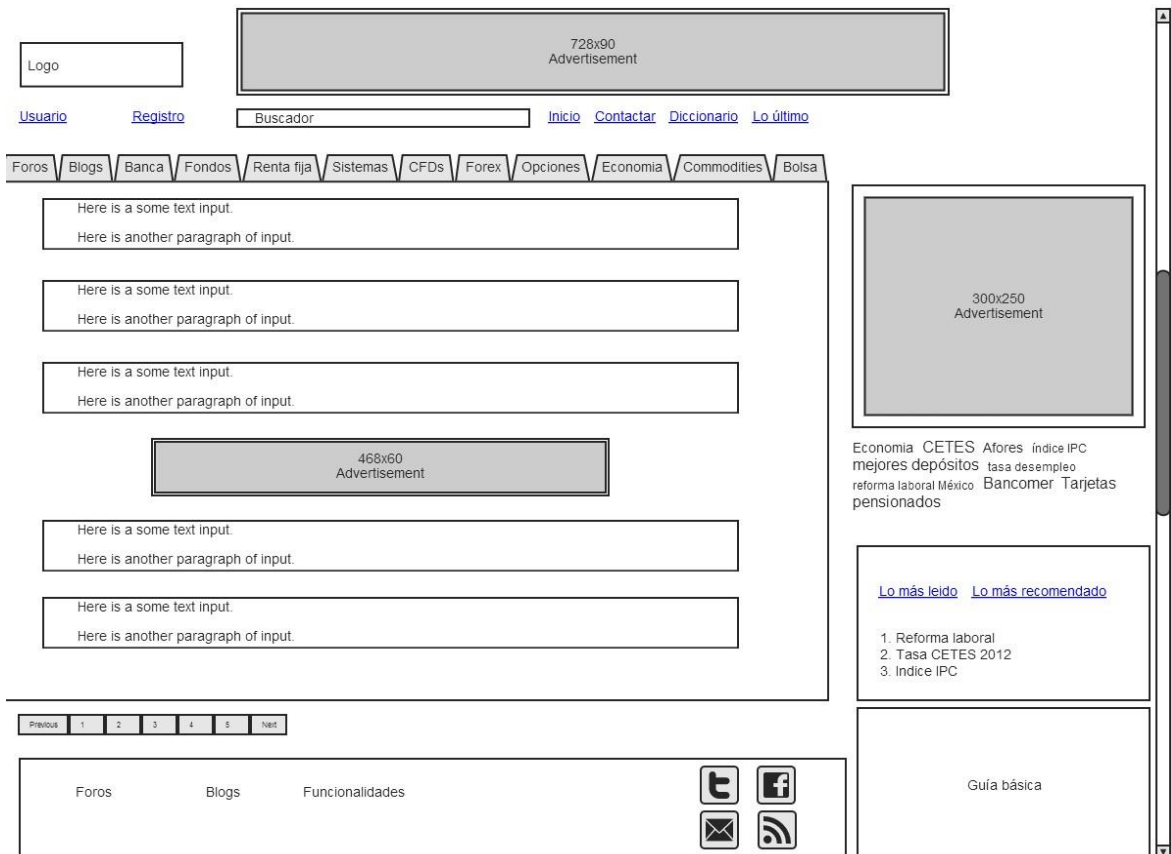
Wireframes:

En la fase de diseño y desarrollo web, el equipo web developers de Emergia bocetó previamente los diferentes wireframes del site **Rankia México**.

Un **wireframe** es una representación de una página web sin elementos gráficos que muestren el contenido de esta y por tanto ofrece una perspectiva basada en la arquitectura del site, obviando el diseño y evitando elementos secundarios como imágenes o textos.

A continuación se muestran los wireframes de las diferentes secciones focus para la comunidad.

Wireframe Home





Wireframe Sección Foros

Logo

728x90 Advertisement

[Usuario](#) [Registro](#) [Inicio](#) [Contactar](#) [Diccionario](#) [Lo último](#)

Foros | Blogs | Banca | Fondos | Renta fija | Sistemas | CFDs | Forex | Opciones | Economía | Commodities | Bolsa

Bancos | Bolsa | Juego de Bolsa

Foro Bancos

Foro Bolsa

Foro Juego de Bolsa

300x250 Advertisement

Foros temáticos

Some Text

Some Text

Some Text

Some Text

Foros Blogs Funcionalidades

Wireframe Sección Blogs

Logo

728x90 Advertisement

[Usuario](#) [Registro](#) [Inicio](#) [Contactar](#) [Diccionario](#) [Lo último](#)

Foros | Blogs | Banca | Fondos | Renta fija | Sistemas | CFDs | Forex | Opciones | Economía | Commodities | Bolsa

Últimas entradas | Índice de blogs | Ránking de blogs

300x250 Advertisement

Top 5 blogs

1. One
2. Two
3. Three
4. Four
5. Five

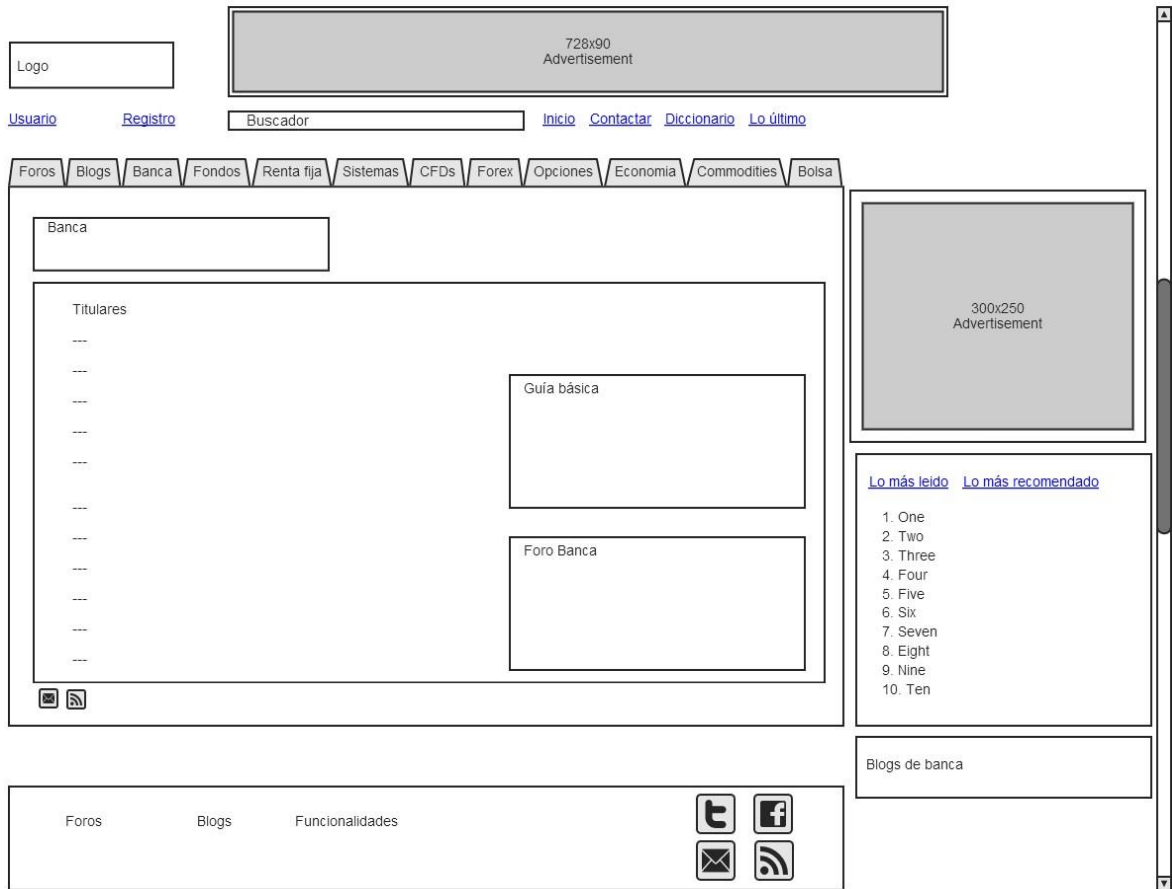
Buscador en blogs

etiquetas tag blogs entradas post etiqueta tag post entrada autor blog México

Foros Blogs Funcionalidades



Wireframe Portada Temática (ejemplo Banca)



Figuras 14, 15, 16 y 17: Wireframes Rankia México



Diseño Web:

El nuevo site es independiente del site de Rankia en España y cuenta con un nuevo **dominio** www.rankia.mx (comprado el 31/08/12 en www.nameaction.com y con licencia de uso hasta el 31/08/13) pero ambos están interrelacionados puesto que comparten contenido de carácter internacional o puramente formativo del site Rankia.com en ciertas secciones que tienen contexto internacional como la sección temática de Forex o la de Sistemas de Trading y en secciones que son estratégicas para el site como Diccionario Financiero. El diseño gráfico se realizó siguiendo el ejemplo del site Rankia ya que se quiere transmitir una imagen de coherencia y grupo empresarial.

Para el desarrollo web se ha utilizado la **herramienta de desarrollo Ruby On Rails** y se ha desarrollado una base de datos específica para el nuevo site de Rankia México que a la vez estará integrada en la total de Rankia. El site está alojado en un **servidor dedicado** en la empresa OVH, concretamente el Backup FS-10T.

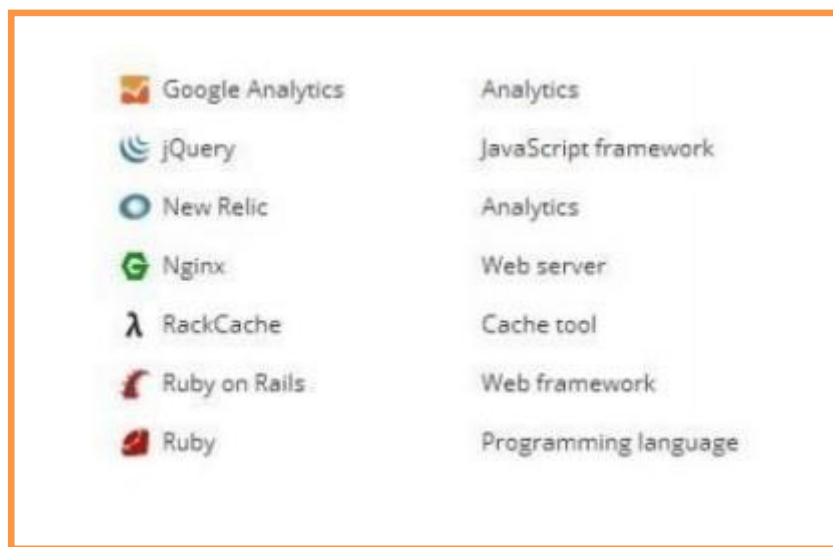


Figura 18: Tecnologías diseño web Rankia México



Con el fin de conseguir un site optimizado para el posicionamiento en buscadores (SEO), se ha programado el title **Rankia México** y la siguiente descripción: “**Foros y blogs sobre banca (depósitos, hipotecas, inversión), bolsa (brokers, análisis), seguros, economía y fiscalidad**” que cómo podemos ver contiene las keywords que más se adaptan a nuestro sector (ANEXO 1).

Dentro de cada sección temática, también encontramos un title y una descripción diferente, como es el ejemplo de la portada temática de banca:

- Title portada temática banca: **Banca - Rankia México**
- Descripción portada temática banca: **Novedades sobre bancos, préstamos, créditos, tarjetas y ratings de solvencia.**

Por último, remarcar que se pretende seguir con el mismo **modelo de comunidad premium** que en España, es decir, no es necesario registrarse para poder acceder a cualquier contenido pero sólo podrán comentar y compartir información los usuarios registrados en la comunidad.

El site de **Rankia México** fue lanzado con el dominio www.rankia.mx el pasado **7 de Noviembre de 2012**, y esta era la imagen que tenía unos días después de su lanzamiento:





Diseño Home



Finanzas México

Inicio | Diccionario | Contactar | Lo último

Foros Blogs Banca Fondos Renta fija Sistemas CFD Forex Opciones Economía Commodities Bolsa Juego Bolsa

Estacionalidad: Vende en Mayo!!!

Siempre hacer. La estacionalidad no es más que un ciclo que se suele repetir año tras año. Esta estacionalidad se produce por, como no, alteraciones de la oferta y la demanda. En el trading con materias primas agrícolas es muy evidente el efecto que tiene la meteorología en el ciclo de plantación, crecimiento y cosecha.

Cuando el Riesgo Potencial se Incrementa y el Margen de Garantías deja la Cuenta en Números Rojos

Miguelín. Buenas tardes a todos. Sigo haciendo seguimiento de mi cuenta real con opciones iBetz similar a Rankia. Desde el pasado 22 de Abril, tengo la cuenta en números rojos por la ampliación de garantías de iBetz que pasaron de 96.14 euros a 4763.32 euros en cinco días. Como el iBetz siguió reduciendo, a pesar de continuar comprando call en distintos strikes y vencimientos, este margen ha...

¿Qué ETFs replican el IPC?

Rankia. Los ETF son las siglas en inglés de Exchange Traded Funds. Son fondos de inversión que cotizan en bolsa, sus participaciones pueden ser negociadas en los mercados bursátiles de la misma forma que las acciones. Aquí les presentamos los principales ETFs que replican el IPC de México (Bienes IBC, México Capelo (Inestable Market Index Fund) y Shares IFO (Largecap Total Return).

Certificados de la Tesorería (CETES)

Rankia. ¿Qué son los CETES? CETES es el acrónimo en México de Certificados de la Tesorería de la Federación que no son más que un instrumento de inversión ofrecido por el gobierno federal de México a través de la Secretaría de Hacienda y Crédito Público (SHCP) y del Banco de México (Banxico).

Crisis actual y el imperialismo moderno

Comisar. Cuando se habla de la crisis actual, se habla de la historia de corto plazo. Nadie parece saber lo que pasó antes de 1929, o cómo los acontecimientos del siglo XIX siguen teniendo eco en el presente.

Cartera 2013 - Segundo trimestre

Enrique Rojas. Iniciamos la cartera para el segundo trimestre. El objetivo de la misma es obtener una adecuada rentabilidad invirtiendo en aquellos mercados que consideramos y donde podemos obtener información a través de fondos al alcance de todos y con una trayectoria contrastada. Se que no estaré en sectores o países que se revaloricen más que otros pero lo que he aprendido durante estos años es que no...

La Innovación tecnológica sigue siendo un factor decisivo

Rankia. En un sector empresarial que compete en todo el mundo, las diferencias tecnológicas son cada vez más importantes como elementos de diferenciación entre las empresas.

¿Invertir en oro en lingotes físicos o por ETF?

A. Casassalanza. Puedes invertir en oro a través de OFDs, en el mercado de divisas, con futuros, opciones, a través de empresas extractoras o en lingotes. Por comodidad yo creo que lo mejor es que inviertas en ETF de oro. El ETF de oro SPDR Gold Shares está respaldado por oro físico.

Afore Inbursa

Rankia. La Afore Inbursa es una Administradora de Fondos para el Retiro del Grupo Financiero Inbursa. Este Afore fue constituido a finales de 1995 bajo la autorización de la Secretaría de Hacienda y Crédito Público. Su objetivo principal es administrar de forma prudente los recursos de las cuentas individuales de los trabajadores registrados en ella.

Ranking de mejores empresas emergentes

Benjamín. El Global Challengers 2013 es un informe que elabora la Boston Consulting Group (BCG) que expone a las 100 empresas de países emergentes con mejor desempeño. Este informe, realizado cada dos años, muestra cómo México se sitúa como el cuarto país en número de empresas de las 100 elegidas por BCG.

Comisar publica las comisiones de las AFOREs para 2013

enfores. Para este año que viene 2013 la Comisar ha publicado los siguientes datos: las comisiones promedio y ponderadas bajarán en el 2013, pasando de 1.33% y 1.33% a 1.29% y 1.23% respectivamente. PensionesBENEFIT Banamex y Bancomer serán las Afores con comisiones más bajas para el año 2013 con un 0.99% y 1.16% respectivamente. Pero todas van a bajar sus comisiones.

Grupo Modelo (GMODELOC)

Rankia. El Grupo Modelo, fue fundado en 1925, y ahora es líder en la elaboración, distribución y venta de cerveza en México. Cuenta con una capacidad instalada de 71.5 millones de hectolitros anuales de cerveza. En la actualidad tiene cuatro marcas, entre las que destacan Corona Extra, la cerveza mexicana de mayor venta en el mundo, Modelo Especial, Victoria, Pacífico y Negra Modelo.

Identificar a los ganadores a largo plazo en un mundo globalizado

Carla Quinto. A la vista del entorno de volatilidad en los mercados, es más importante que nunca que los inversores se fijen en el largo plazo. Creemos que enfocar el análisis con una perspectiva fundamental y ascendente nos da ventaja a la hora de identificar a los ganadores a largo plazo.

Banamex: Mejor Banco de México en 2013

Rankia. Banamex, segunda institución financiera más grande México en cuanto a nivel de activos, ha sido elegida como el Mejor Banco de México en 2013 por Global Finance. La encuesta anual de la revista Global Finance, conocida a esta selección a analistas de la industria, ejecutivos de alto nivel y consultores bancarios quienes votan en cuenta varios criterios para elegir el mejor banco en cada uno de lo...

Los diamantes atraen el interés del inversor en materias primas

Amparo Sarmiento. Hace unos meses salió al mercado el ETF PureFunds iSE Diamond/Gemstone (GBIIS), uno de los fondos con más glamour en el mercado de las materias primas y que ha desatado el interés entre los inversores. Este fondo invierte en diferentes empresas dedicadas a la producción y venta tanto diamantes como piedras preciosas.

Foros temáticos

- AFORE
- Cetes
- Inforavit
- SIEFORES
- Índice Mexicano IPC
- Bienes Mexicanos (BEIEM)
- Mexchem (MEXCHEM)

[Ver todos](#)

Foros de Acciones

- Berkshire Hathaway (BRK-A)
- Apple (AAPL)
- Citigroup (CI)
- Facebook (FB)
- Google (GOOG)
- Coca cola (KO)
- McDonalds (MCD)

Blogs

Últimas incorporaciones

- CETES: Certificados de la Tesorería
- Punto de equilibrio
- Actitud financiera
- Mejores Afores
- Mejores certificados de depósito
- Análisis del IPC
- Economías
- Opciones Binarias
- Análisis de mercados y divisas para trading de corto plazo
- Global Trader

Actualidad Rankia

- ➔ Cuenta de renta fija. Promoción de GVC Gaseco para usuarios de Rankia
- ➔ Foro de fondos de inversión. ETFs, planes de pensiones, Bestinvest, Camignac, Roboco, Vanguard...
- ➔ Nueva sección de Forex. Manual de Forex, noticias de Forex e indicadores

Suscríbete a los titulares por RSS

Suscríbete a los titulares por e-mail

Foros

- Bancos
- Bolsa
- Foros temáticos

Foros

- **FORO BANCOS**
- Seguro educativo y de vida para hijos
- Calendario laboral México 2013
- Mejoran las relaciones entre México y Estados Unidos
- Reforma sector financiero México
- BBVA Bancomer firma con Franklin Templeton una alianza para la gestión del fondo BBVABMG

Lo más leído | **Lo más recomendado**

Hoy | Esta semana

1. Cuando el Riesgo Potencial se Incrementa y el Margen de Garantías deja la Cuenta en Números Rojos
2. Estacionalidad: Vende en Mayo!!!
3. Urgente: El comer de Bankia en tiempo real
4. La violencia es la herramienta de los ricos
5. Crisis actual y el imperialismo moderno
6. ¿En qué valores invierten los mejores fondos de renta variable española?
7. La innovación tecnológica sigue siendo un factor decisivo
8. Diseño de Sistemas Automáticos con Opciones
9. Identificar a los ganadores a largo plazo en un mundo globalizado
10. Grabación Seminario Rankia: Cómo Proteger el Capital con Opciones

Guía básica

- Cómo invertir en la Bolsa Mexicana de Valores
- ¿Qué es el IPC?
- ¿Qué son los CEBES?
- Cetes: ¿Tasa fija o tasa variable?
- TIIIE: tasa de interés interbancaria de equilibrio
- ¿Qué son las Afores?
- Las subcuentas de una Afore
- Cómo empezar a operar en bolsa
- Cómo elegir un fondo de inversión
- Cómo empezar a operar en Forex
- ¿Qué son los futuros

« Anterior | 1 2 3 4 5 6 7 | Siguiente »

<p>Foros</p> <ul style="list-style-type: none"> Bancos Bolsa Foros temáticos 	<p>Blogs</p> <ul style="list-style-type: none"> Rankia Lituras Nuevas reglas Fernan2 Substancas Bd1333 Comisar Scheyarr1 Opciones 	<p>Funcionalidades</p> <ul style="list-style-type: none"> Juego de Bolsa Titulares Artículos Bloques Diccionario financiero 	<p>Síguenos en</p> <p> </p> <p>Suscríbete por</p> <p></p>
--	---	---	---

80



Elementos home	
Cabecera (elementos comunes en toda la navegación del site)	
Logo	Situado en la parte superior izquierda. Punto de máxima visibilidad.
Log in / Registro	Acceso a la comunidad.
Buscador	Buscador para tener acceso directo a información.
Diccionario	Blog diccionario financiero.
Contacto	Información de contacto con el equipo de Rankia México.
Menú de navegación (elemento común en toda la navegación del site)	
Principales secciones	Foros, blogs y portadas temáticas
Titulares (sección ubicada en la zona central)	
Contenidos	Contenidos de actualidad de los que se muestra título y descripción.
Funcionalidades (zona lateral derecho)	
Foros temáticos	Foros temáticos más visitados y de mayor interés.
Blogs	Últimas incorporaciones a blogs.
Lo +	Contenidos más leídos y más recomendados.
Guía básica	Contenidos con información financiera y económica básica.
Footer o pie de página (elementos comunes en toda la navegación del site)	
Secciones Rankia	Foros, blogs y funcionalidades.
Botones sociales	Twitter, Facebook, suscripción por mail y RSS.
Información	Más información sobre el grupo Emergia.

Tabla 5: Elementos diseño web home



Diseño Sección Foros

Rankia

Finanzas México

[Entrar](#)
[Registro](#)

[Inicio](#)
[Diccionario](#)
[Contactar](#)
[Lo último](#)

[Foros](#)
[Blogs](#)
[Banca](#)
[Fondos](#)
[Renta fija](#)
[Sistemas](#)
[CFD](#)
[Forex](#)
[Opciones](#)
[Economía](#)
[Commodities](#)
[Bolsa](#)
[Juego Bolsa](#)

[Bancos](#)
[Bolsa](#)
[Juego Bolsa](#)

Foros de inversión y finanzas en Rankia México

➔ Foro bancos (banca, fondos de inversión, tarjetas) (365 mensajes)

[Reforma sector financiero México](#) carlos hernan
[BBVA Bancomer firma con Franklin Templeton una alianza para la gestión del fondo BBVAEMG](#) Guadalupe25

[SURA compra la mexicana Primero Seguros Vida México va a privatizar varios sectores económicos](#) Gabyh.
[¿Cuál es el mejor banco de México?](#) Carles Boscà Ramón
[Randomanc](#)

➔ Foro bolsa (252 mensajes)

[Un terremoto de magnitud 5.8 sacude México ¿Afectará a las cotizaciones del IPC?](#) Braulio.inversor

[La declaración sobre la Renta para personas físicas 2013 en México](#) Agustina20
[Bitcoin, ¿es la nueva moneda virtual otra burbuja especulativa?](#) Jose San Andrés
[Caída del precio del Oro](#) enflores
[La constructora Homex, con problemas de liquidez](#) carlos hernan

➔ Foro del Juego de Bolsa (Desafío Rankia) (8,787 mensajes)

[¿Desafío 2013?](#) tueresalex
[Acciones con tasaciones previstos](#) juar
[Truco de los grandes gurús hindúes para conseguir buenos resultados en el trading.](#) Suafer
[Mejores cursos trading](#) Ximo12
[Smoothsubscripción a boletines y nueva cuenta](#) Yossua

Total de mensajes publicados en los foros: 9,404

Foros temáticos (139 foros)
[Ver directorio](#)
Búsqueda alfabética
 ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
[Oro](#)
[Forex](#)
[CFD](#)
[Plata](#)
[Robeco](#)
[Opciones](#)
[Bolsa internacional](#)
[Bestinvest](#)
[Berkshire Hathaway \(BRK-A\)](#)
[Carmignac](#)
[Materias primas](#)
[Tressis](#)
[Apple \(AAPL\)](#)
[Warren Buffett](#)
[Futuros](#)
Búsqueda global

Clasificación foros temáticos
[▶ Bancos](#)
[▶ Bolsa](#)
[▶ Fondos](#)



Elementos sección foros	
Cabecera (elementos comunes en toda la navegación del site)	
Logo	Situado en la parte superior izquierda. Punto de máxima visibilidad.
Log in / Registro	Acceso a la comunidad.
Buscador	Buscador para tener acceso directo a información.
Diccionario	Blog diccionario financiero.
Contacto	Información de contacto con el equipo de Rankia México.
Menú de navegación (elemento común en toda la navegación del site)	
Principales secciones	Foros, blogs y portadas temáticas
Foros estructurales (sección ubicada en la zona central)	
Foro bancos	Contenidos más relevantes del foro de bancos.
Foro bolsa	Contenidos más relevantes del foro de bolsa
Foro juego de bolsa	Contenidos más relevantes del foro juego de bolsa.
Foros temáticos (zona lateral derecho)	
Foros temáticos	Foros temáticos más visitados y de mayor interés.
Footer o pie de página (elementos comunes en toda la navegación del site)	
Secciones Rankia	Foros, blogs y funcionalidades.
Botones sociales	Twitter, Facebook, suscripción por mail y RSS.
Información	Más información sobre el grupo Emergia.

Tabla 6: Elementos diseño web sección foros



Diseño Sección Blogs

Rankia

Finanzas México

Entrar Registro Buscar

Inicio | Diccionario | Contactar | Lo último

Foros Blogs Banca Fondos Renta fija Sistemas CFD Forex Opciones Economía Commodities Bolsa Juego Bolsa
 Rankia Líneares Nuevas reglas Feman2 Suostas Bol333 Comstar Eonevarri Opciones Call&Put ETFs - PM Ferrán IRPF

Blogs en Rankia

ÚLTIMAS ENTRADAS	ÍNDICE DE BLOGS	RÁNKING DE BLOGS	
último post	Autor	Comentarios	Nombre del blog
Monster Stock: CERS	SharkOptions	0	Opciones y Spreads
REE vs Terna y National Grid: 2-0	Encogu	0	Aprendiendo del Oráculo de Omaha
Factores cualitativos en el análisis de empresas	Comstar	0	Cambiando el mundo
No llores por mí Argentina... Protestas en España	Comstar	13	Cambiando el mundo
Renta fija: Más allá de la deuda pública	Carla Quinto	1	Fondos de inversión
Abante. Carta del gestor José Ramón Iturriaga	Carla Quinto	1	Fondos de inversión
La Française. Fondos de China y Asia	Carla Quinto	0	Fondos de inversión
¿Se han enfriado los precios de las materias primas?	Amparo Sistemas	1	Materias Primas
El Bundesbank rechaza en su análisis la compra de bonos del BCE	Lince Trading	0	Lince Trading
Análisis Técnico de Eur/Usd y Eur/Au	Carlos Basal Ramón	0	Divisas y Forex
Por el bien de la empresa: El contador de frijoles y el capitán del buque de guerra	Comstar	14	Cambiando el mundo
This is it...aaar riba!!	Luis Consult	2	Global Trader
Fidelity: La edad de las rentas	Carla Quinto	0	Fondos de inversión
Valencia, 6 de mayo: Gestión activa en un mundo de tipos de interés bajos	Rankia	0	Blog de Rankia
Nueva sección de Seminarios para foreros de Rankia	Rankia	0	Blog de Rankia
Conferencia Morningstar 9 de mayo en Madrid	Rankia	0	Fondos de inversión
Moody's se inquieta por la credibilidad fiscal del gobierno	Lince Trading	0	Lince Trading
Cartera de Natix para el segundo trimestre	Enrique Roca	0	Fondos de inversión
Afore Azteca	Carlos Basal Ramón	0	Mejores Afores
Teorías sobre la determinación de los tipos de cambio	Carlos Basal Ramón	0	Divisas y Forex
Los primeros 6 meses de un sistema de inversión.	Swing trader	0	Opciones y Spreads

¿Qué blog buscas?

Escribe el nombre del E

Comparador de depósitos

1 ¿Cuánto dinero vas a invertir?
 Euros

2 ¿Durante cuánto tiempo?
 de 1 mes hasta 3 meses

Compara con los mejores depósitos:
 Depósito Naranja 2,60%, Cuenta Inteligente de EVO y e-deposito 2,25% a 18 meses

Top 5

LOS BLOGS MÁS LEÍDOS

Blog de Rankia
 Rankia
 Novedades y eventos de la comunidad de Rankia.

Blog de Francisco Líneares Coloma
 Francisco Líneares
 Tendencia Primaria Bajista: Color Rojo

Cambiando el mundo
 Comstar
 Discusión de problemas y soluciones de actualidad económica mundial

Opciones y Spreads
 SharkOptions
 Swing trader
 Trading Ev

Control de riesgo y emociones en el trading

Call y Put
 Optlongreg
 Estrategias con Spreads y Seasonals en los mercados de Futuros y Opciones



Elementos sección blogs	
Cabecera (elementos comunes en toda la navegación del site)	
Logo	Situado en la parte superior izquierda. Punto de máxima visibilidad.
Log in / Registro	Acceso a la comunidad.
Buscador	Buscador para tener acceso directo a información.
Diccionario	Blog diccionario financiero.
Contacto	Información de contacto con el equipo de Rankia México.
Menú de navegación (elemento común en toda la navegación del site)	
Principales secciones	Foros, blogs y portadas temáticas
Blogs (sección ubicada en la zona central)	
Blogs	Últimas entradas / Índice de blogs / Ránking de blogs
Top 5 (zona lateral derecho)	
Blogs	Los 5 blogs más leídos.
Footer o pie de página (elementos comunes en toda la navegación del site)	
Secciones Rankia	Foros, blogs y funcionalidades.
Botones sociales	Twitter, Facebook, suscripción por mail y RSS.
Información	Más información sobre el grupo Emergia.

Tabla 7: Elementos diseño web sección blogs



Diseño Portada Temática (ejemplo Banca)

Rankia

Finanzas México

Entrar Registro Buscar

Inicio | Diccionario | Contactar | Lo último

Foros Blogs Banca Fondos Renta fija Sistemas CFD Forex Opciones Economía Commodities Bolsa Juego Bolsa

Banca

TITULARES

Declaración anual de personas físicas asalariadas ¿sólo para altos ingresos?

Gerardo Yañez 2 comentarios



La obligación de presentar declaración anual del Impuesto sobre la Renta para personas físicas, vence este 30 de abril, para el caso de los asalariados, están obligados a presentar declaración cuando sus ingresos anuales sean mayores a \$400,000.00 pesos, sin embargo pueden llegar a obtener la devolución de impuestos si realizaron erogaciones deducibles durante el ejercicio por concepto de: Honorarios médicos dentales y gastos hospitalarios, gastos funerarios, donativos, aportaciones voluntarias al SAR, primas por seguros de gastos médicos, gastos de transportación escolar obligatoria, depósitos en cuentas personales especiales para el ahorro, pagos de primas de contratos de seguros que tengan como base planes de pensiones, intereses reales [Leer más >>](#)

RELACIONADOS

- ¿Cómo ven a México los especialistas en Economía?
- El ciclo "ahorro - inversión" en las empresas

Por el bien de la empresa: El contador de frijoles y el capitán del buque de guerra

Comstar 14 comentarios

A menudo escuchamos la frase que dice "debes decidir en virtud del mejor interés de la empresa". Y esto nos lleva a pensar ¿qué es la empresa? ¿Es un grupo de personas que se [Leer más >>](#)

La Tasa de Desempleo en México

Carlos Basá Ramón 5 comentarios

Tasa de desocupación por estados federativos*			
Enero 2013		Diciembre 2012	
Estados Federativos	Tasa	Estados Federativos	Tasa
Aguascalientes	7.17	6.12	6.20
Baja California	6.63	5.90	5.54
Baja California Sur	10.86	9.47	8.92
Campeche	2.08	2.14	2.71
Coahuila de Zaragoza	4.26	5.88	4.28
Colima	4.12	4.71	4.54
Chiapas	2.37	2.37	4.28
Chihuahua	4.48	4.10	4.01
Distrito Federal	4.37	4.23	3.86
Guanajuato	5.78	4.48	4.28
Hidalgo	2.88	3.17	3.34
Jalisco	5.27	5.57	5.07
México	6.52	6.38	5.92
Morelos	3.22	3.71	3.87
Nayarit	3.17	4.65	3.89
Querétaro	3.70	3.12	3.12
San Luis Potosí	4.01	3.74	3.74
Sinaloa	3.56	4.99	4.99
Tlaxcala	4.28	4.76	4.76
Veracruz	4.67	4.21	4.21
Yucatán	1.92	2.00	2.00
Zacatecas	2.87	3.22	3.22

La tasa de desempleo entre los jóvenes mexicanos (de 15 a 24 años) fue de 10.2% en enero, mayor al 9.3% en diciembre; mientras entre los adultos fue de 4.0%. A pesar del aumento [Leer más >>](#)

Diferencias entre ahorro e inversión

Rankia 1 comentarios



GUÍA BÁSICA DE BANCA

Todo lo que debes conocer sobre Banca

- Código IBAN
- "Tutorial" seguridad para entrar a la banca electrónica y encriptado de claves. Programas y usos.
- Transferencia bancaria

Ver todo >

FORO DE BANCA

Reforma sector financiero México

carlos hernan 1 comentarios

En la propuesta de reforma del sector financiero, el gobierno federal liberará a la banca de [Leer más >>](#)

BBVA Bancomer firma con Franklín Templeton una alianza para la gestión del fondo BBVAEMG

Guadalupe25 1 comentarios

BBVA Bancomer anunció este martes que ha llegado a un acuerdo con Franklín Templeton por el que la [Leer más >>](#)

SURA compra la mexicana Primero Seguros Vida

Gabyh 1 comentarios

La colombiana SURA ASSET MANAGEMENT ha comprado la mexicana PRIMERO SEGUROS VIDA. Hay que recordar [Leer más >>](#)

Comparador de depósitos

1 ¿Cuánto dinero vas a invertir?

Euros

2 ¿Durante cuánto tiempo?

de 1 mes hasta 3 meses

Buscar

Compara con los mejores depósitos:
Depósito Naranja 2,60%, Cuenta Inteligente de EVO y e-depósito 2,25% a 18 meses

MÁS LEÍDO

MÁS RECOMENDADO

- Curar el cáncer en la economía y en las personas
- España: Enfriar para calentar
- Por el bien de la empresa: El contador de frijoles y el capitán del buque de guerra
- No llores por mi Argentina... Protestas en España
- Valencia, 6 de mayo: Gestión activa en un mundo de tipos de interés bajos
- Nueva sección de Seminarios para foreros de Rankia
- Factores cualitativos en el análisis de empresas
- SURA compra la mexicana Primero Seguros Vida
- México va a privatizar varios sectores económicos
- BBVA Bancomer firma con Franklín Templeton una alianza para la gestión del fondo BBVAEMG

Blogs de Banca

Blog de Rankia
Novedades y eventos de la comunidad de Rankia.

Cambiando el mundo
Discusión de problemas y soluciones de actualidad económica mundial

Etiquetas

bancos comisiones **cuenta** depósito hipoteca



Elementos portada temática	
Cabecera (elementos comunes en toda la navegación del site)	
Logo	Situado en la parte superior izquierda. Punto de máxima visibilidad.
Log in / Registro	Acceso a la comunidad.
Buscador	Buscador para tener acceso directo a información.
Diccionario	Blog diccionario financiero.
Contacto	Información de contacto con el equipo de Rankia México.
Menú de navegación (elemento común en toda la navegación del site)	
Principales secciones	Foros, blogs y portadas temáticas
Titulares (sección ubicada en la zona central)	
Contenidos	Contenidos de actualidad de los que se muestra título y descripción.
Funcionalidades (zona lateral derecho)	
Guía básica	Contenidos con información básica de la sección temática.
Foro temático	Foros temáticos referentes a la sección temática.
Blogs	Blogs referentes a la sección temática
Lo +	Contenidos más leídos y más recomendados.
Footer o pie de página (elementos comunes en toda la navegación del site)	
Secciones Rankia	Foros, blogs y funcionalidades.
Botones sociales	Twitter, Facebook, suscripción por mail y RSS.
Información	Más información sobre el grupo Emergia.

Tabla 8: Elementos diseño web portada temática



Antes de finalizar el apartado diseño web de **Rankia México**, me gustaría remarcar que por el momento **no se trata de una web responsive** adaptada a dispositivos móviles (smartphones y tablets) porque somos conscientes del elevado coste de adaptar un site de las características de Rankia. A continuación se muestra cómo se podría navegar por Rankia México desde dispositivos móviles:



Si en el periodo de tiempo de un año analizamos que el tráfico web de Rankia México desde dispositivos móviles crece considerablemente y se sitúa por encima del 20% del tráfico total, nos plantearemos la opción de **adaptar la web a dispositivos móviles**, tal como ha ocurrido con el site de España.



Soportes Sociales

Desarrollo de las Redes Sociales:

Junto con el lanzamiento del site, se abrieron diferentes perfiles en las redes sociales para **Rankia México**, tanto en Twitter y Facebook, redes sociales generalistas, como en Youtube o LinkedIn, una red social profesional. Con el desarrollo de las redes sociales pretendíamos reforzar nuestro ideal de modelo abierto donde **la web es social**.



Decidimos abrir una cuenta corporativa para Rankia México en **Twitter** porque consideramos que es la red social que más se adecuada a nuestro target ya que el perfil de usuario medio en Twitter se encuentra entre los 33 y 44 años y con estudios superiores, además es la red social que mejor ha funcionado para Rankia España.

Con la estrategia de comunicación en Twitter trataremos de **compartir ideas y promocionar contenidos** de blog o foros de modo que consigamos **atraer tráfico** al site web www.rankia.mx.



Figura 19: Cuenta corporativa en Twitter



México es uno de los países con mayor penetración a esta red social por lo que consideramos interesante abrir un perfil en **Facebook** con la finalidad de dar un soporte más a nuestros usuarios para establecer relaciones y **compartir opiniones** y para **promocionar contenidos** de blog o foros de modo que consigamos atraer tráfico al site web www.rankia.mx.

Facebook nos permitirá **implementar una estrategia B2C** (Business to Customer) para llegar a nuestro usuarios finales y por ello creemos interesante abrir una fan page para nuestra comunidad.



Figura 20: Fan page en Facebook



Abrimos una cuenta en la red social **Google+** para compartir el contenido de Rankia México en función del círculo de usuarios que creamos más afines a cada actualización.

Además de permitirnos segmentar las bases de datos y administrar los mensajes por grupos, creemos que es una red social interesante para el **posicionamiento del contenido** por lo que Rankia México será activa en Google+.



Figura 21: Perfil en Google +



Elegimos **Youtube** como soporte para comunicar el contenido multimedia de la nueva comunidad por lo que creamos un canal personalizado para Rankia México en el que difundiremos entrevistas con economistas, gestores de fondos y otros vídeos que resulten interesantes a nuestro target.

Por ello, crearemos un canal para Rankia México desde el cual publicaremos contenido multimedia.

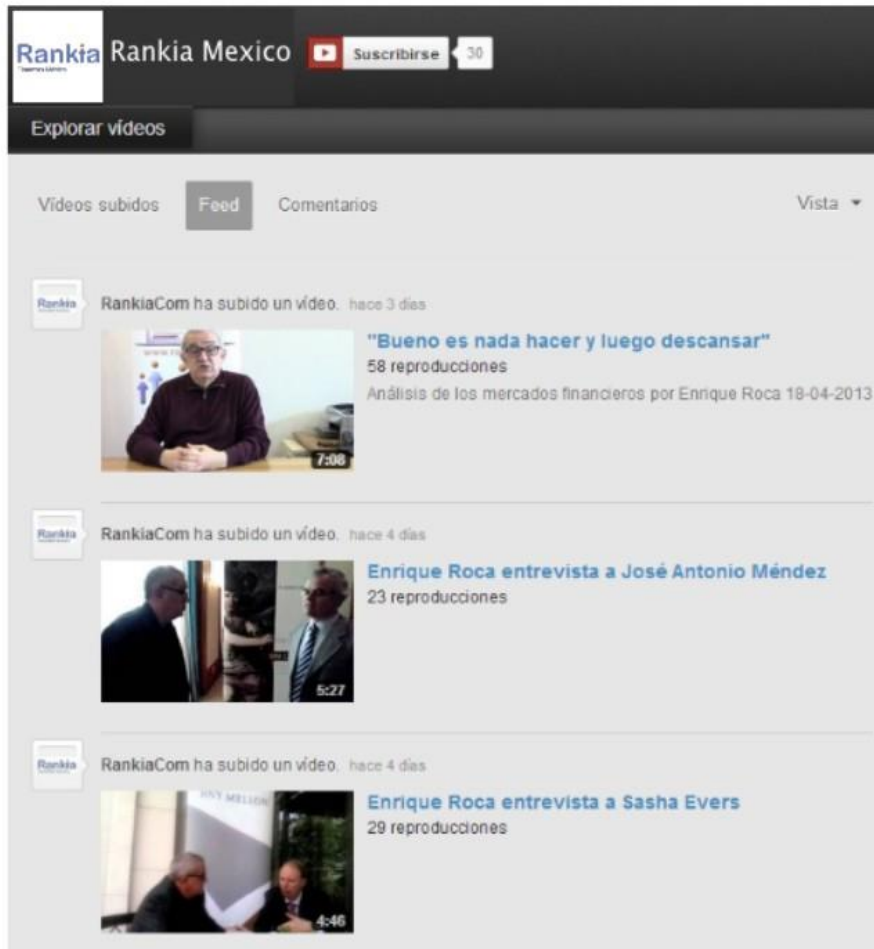


Figura 22: Canal en Youtube

Además de como plataforma de comunicación de contenido multimedia, utilizamos a Youtube como anunciante para monetizar los visionados en nuestro canal. Solicitamos ser partner de YouTube y agregaremos publicidad en nuestros videos con el formato **true view in stream** y **true view in display**.



Por último, creamos un perfil para Rankia México en **LinkedIn** ya que es una red social orientada al mundo profesional y comercialmente al B2B (Business to Business).

Optamos por LinkedIn como vía de contacto entre bloggers y anunciantes más que para comunicarnos con los usuarios finales que accederán a la comunidad a informarse y compartir contenidos.



Figura 23: Perfil en LinkedIn



Desarrollo web y usabilidad

Se opta por crear un **nuevo site para México** con url www.rankia.mx que replique el diseño web de www.rankia.com

Desarrollo web: creación de un nuevo site mediante la tecnología Ruby On Rails.

Desarrollo de las redes sociales: Twitter, Facebook, Google +, Youtube y LinkedIn.

Un site navegable y usable para nuestros usuarios.

Web social, dinámica y participativa.

Base de datos propia.

13 secciones, dos de ellas estratégicas (foros y blogs).

Alta en Google Analytics.



Estrategia de comunicación digital

*Si buscas resultados distintos, no
hagas siempre lo mismo. Albert Einstein.*



Estrategia de comunicación digital

Dado que la **estrategia de internacionalización de Rankia en México** es una estrategia totalmente online, consideramos necesario elaborar y seguir un **plan de comunicación digital** para su puesta en marcha, puesto que sin un plan de comunicación bien definido el modelo de negocio de Rankia en México no tiene viabilidad alguna.



Por ello, tras el lanzamiento del site de **Rankia México** el pasado **7 de Noviembre de 2012**, se diseñó e implementó la estrategia de comunicación digital que detallamos a continuación con el objetivo de dar a conocer Rankia México en el país latinoamericano, conseguir tráfico web e incrementar el número de usuarios registrados. Lo fundamental en los primeros meses de la comunidad es tener una presencia en Internet, especialmente en los buscadores, y ello es lo que vamos a tratar de conseguir con la implementación del plan de comunicación digital.



Objetivos

Los objetivos del plan de comunicación digital de la nueva comunidad **Rankia México** tienen una coherencia absoluta con los objetivos del negocio, y como proyecto online el principal objetivo es **posicionarse en buscadores y aumentar el tráfico web**.

El cumplimiento de este objetivo general se concretará a través de los siguientes objetivos en el plazo de tiempo de 12 meses:

- **OBJETIVO 1:** Construcción de un **branding e identidad digital** coherente, corporativa, consistente y alineada con la filosofía de Rankia.
- **OBJETIVO 2:** Fortalecimiento de la imagen y del **posicionamiento** del site de Rankia México.
- **OBJETIVO 3:** **Incrementar el tráfico web** al site de Rankia México, para conseguir que los usuarios generen contenidos e incremente el valor de nuestra comunidad.
- **OBJETIVO 4:** Captación de **nuevos usuarios** y generación de sentimiento de comunidad.
- **OBJETIVO 5:** Fidelización e incremento de **los usuarios en las distintas redes sociales** de Rankia México.
- **OBJETIVO 6:** Búsqueda de **sinergias y colaboraciones online** con partners, prescriptores y líderes de opinión en México.
- **OBJETIVO 7:** Aumentar **el número de bloggers** que creen contenidos en el site y que generen engagement en la comunidad.

Con los objetivos marcados se pretende que Rankia México genere **beneficios** y consiga autofinanciación para poder seguir con la estrategia de internacionalización en otros países de Latinoamérica.



Estilo de la comunicación

Junto con el diseño web, uno de los aspectos que más diferencian a los medios entre sí es el lenguaje o el **estilo de la comunicación**. Al tratarse de una comunidad, el estilo de la comunicación es un elemento importante a integrar en la estrategia de comunicación digital para **Rankia México**.

Con el estilo de la comunicación se pretende abarcar el primer objetivo que se ha marcado para el plan de comunicación digital: **construir una identidad digital coherente, corporativa, consistente y alineada con la filosofía de Rankia**. En todo momento se ha querido transmitir un branding idéntico al de Rankia España, donde se refleje que **el usuario es el centro de la comunidad y el valor añadido de Rankia**. Desde la comunidad se quieren transmitir los siguientes mensajes, por lo que la política de moderación y el tono de los moderadores hacia los usuarios irá encaminado a este objetivo:

→ **Compromiso:**

Queremos ayudarte y escucharte.

→ **Experiencia de marca:**

Queremos emocionarte.



➔ **Excelencia:**

*Una calidad
que supera tus
expectativas.*

➔ **Sencillez:**

*Tu experiencia
en Rankia
siempre será fácil.*

➔ **Cercanía:**

Siempre a tu lado.

Con el estilo de comunicación que hemos definido pretendemos **acercarnos al usuario**, ser quién resuelve sus dudas financieras y posicionarnos como su portal de ayuda; de modo que cada vez que tenga dudas o necesite hacer una consulta acuda a nuestra comunidad porque se siente satisfecho con la experiencia que le ofrecemos.





Plan de comunicación digital

El principal objetivo de la estrategia de comunicación digital para **Rankia México** es **garantizar la presencia y el posicionamiento** del nuevo site en Internet y especialmente en los buscadores con la principal finalidad de **conseguir tráfico web**.

Somos conscientes de que un 90% de las visitas que llegan a los sites provienen de buscadores, y especialmente de Google, por eso consideramos que en nuestro modelo de negocio es vital tener un buen **posicionamiento en contenidos** ya que este será el motor del tráfico. A parte del posicionamiento en buscadores, creemos que en nuestro plan de comunicación digital las **redes sociales** y el **email marketing** son dos herramientas fundamentales puesto que son dos fuentes de tráfico importante para la comunidad y será vital definir acciones concretas en estos ámbitos.

Diseño de la estrategia de comunicación online

- Estrategia posicionamiento en buscadores - SEO.
- Estrategia posicionamiento patrocinado - SEM.
- Estrategia Social Media.
- Estrategia Email Marketing.
- Estrategia Member get Member.
- Estrategia eventos online.

Implantación de la estrategia de comunicación online

- Implantación online de las estrategias.
- Implantación offline de las estrategias.
- Analítica web.

Control de la estrategia de comunicación online

Evaluación de los objetivos planteados en el plan de comunicación digital, ajuste sistemáticamente las desviaciones y realización de reportes con gráficos y métricas simplificadas. En caso de ser necesario, se valorará la opción de ser auditados por un experto en marketing online.



Estrategia de posicionamiento en buscadores - SEO

El principal objetivo del proyecto **Rankia México** es **obtener presencia y garantizar el posicionamiento** del site en Internet para de este modo **conseguir tráfico web** y por tanto, consideramos que la **estrategia de posicionamiento en buscadores o SEO** es la más adecuada para alcanzar este objetivo.

➔ **Objetivo de la estrategia: posicionamiento web y branding.**

Posicionamiento del site www.rankia.mx en buscadores de modo que se consiga incrementar el tráfico web y el número de usuarios registrados. Somos conscientes que el crecimiento del tráfico web en una comunidad es exponencial, por lo que nos marcamos como objetivo concreto alcanzar 20.000 páginas vistas al mes desde México. Con esta estrategia se abarcan los objetivos 2, 3 y 4.

➔ **KPIs:** Visitas, páginas vistas, usuarios, tiempo medio de la visita, % de visitas desde buscadores, resultados indexados en Google México, número de usuarios registrados y suscriptores a newsletters.

➔ **Tácticas:**

- ✓ Selección de keywords.
- ✓ Optimización del site para el posicionamiento en buscadores.
- ✓ Creación de contenidos orientados a posicionar.
- ✓ Mantenimiento, optimización de los contenidos y captación de bloggers.
- ✓ Análisis del tráfico web.
- ✓ Aplicar una correcta estrategia de Linkbuilding.

➔ **Presupuesto de la estrategia: 12.000€**

➔ **Timing de la estrategia: 12 meses.**

	2012		2013										
	Noviembre	Diciembre	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre
SEO													



Implementación de la estrategia de posicionamiento en contenidos

El **posicionamiento en buscadores** permite, mediante técnicas de optimización del site, conseguir aumentar la visibilidad en buscadores, y por tanto, aumentar el tráfico de las visitas orgánicas.

Google, Bing y Yahoo! destacan entre todos los buscadores que actualmente hay vigentes en Internet. Estos tres buscadores suponen entre el 85% y el 95% de todo el tráfico procedente de buscadores. En nuestro caso, nos va a interesar estar presentes en **Google México**, puesto que es el buscador que tiene más presencia en el país.

1. Definición de objetivos SEO.

2. Análisis de la competencia.

3. Selección keywords.

4. Posicionamiento SEO del site y de los contenidos.

5. Estrategia de linkbuilding.

6. Difusión en redes sociales.

7. Mantenimiento y optimización del contenido.

8. Análisis del tráfico web de las keywords.



1. Definición de objetivos SEO.

Nuestro principal objetivo es el **branding** y el **posicionamiento web** tanto para el site www.rankia.com como para aquellas keywords económicas y financieras que más se adapten a nuestro target y a nuestra comunidad.

Otro de los aspectos que debemos tener en cuenta, es **priorizar el posicionamiento de contenido orientado a generar leads** teniendo en cuenta las campañas promocionales que estén vigentes.

Con la estrategia de posicionamiento en buscadores trataremos de alcanzar los siguientes objetivos:

- Fortalecimiento de la imagen y del **posicionamiento** del site de Rankia México.
- **Incrementar el tráfico web** al site de Rankia México, para conseguir que los usuarios generen contenidos e incrementen el valor de nuestra comunidad.
- Captación de **nuevos usuarios** y generación de sentimiento de comunidad.

2. Análisis de la competencia.

Analizamos qué palabras fueron las más buscadas en el año anterior en el país de México con la herramienta **Google Zeitgest** y qué keywords tienen posicionadas la competencia y cuáles les proporcionan más tráfico con la herramienta **Alexa** obteniendo una visión de qué hacer la competencia y que puedo hacer para mejorar mi posición y lograr una mayor visibilidad.

De este modo, decidimos por qué palabras clave podemos estar indexados y cuáles nos interesa realmente indexar.

Palabras más buscadas en 2012	
Búsquedas	<ul style="list-style-type: none"> ➤ IFE ➤ PREP ➤ Ley SOPA
¿Qué es...?	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Outsourcing ➤ Estadística ➤ SOPA ➤ Marketing

Tabla 9: keywords más buscadas en México



Keywords competencia	
www.eleconomista.com.mx	<ul style="list-style-type: none"> ➔ El economista ➔ Influenza aviar ➔ HSBC ➔ Elba Esther Gordillo ➔ Infonavit
www.financialred.com.mx	<ul style="list-style-type: none"> ➔ Financialred México ➔ Cuál es el mejor banco de México ➔ Finacot ➔ La mejor banca en internet ➔ Ranking desempleo mundial
www.elfinanciero.com.mx	<ul style="list-style-type: none"> ➔ El financiero ➔ Nuevo papa ➔ Mexicana de aviación ➔ Noticias financieras ➔ Empresas de cupones
www.info-finanzas.com	<ul style="list-style-type: none"> ➔ Prima, el banco ➔ Precios de transferencia ➔ Nuevas empresas ➔ Bancos ➔ Bancomer
www.cuentasdeahorro.com.mx	<ul style="list-style-type: none"> ➔ Bancomer ➔ Cuenta de ahorro ➔ Banorte ➔ Cuenta bancaria ➔ Banamex
www.comparativadebancos.com.mx	<ul style="list-style-type: none"> ➔ Tarjeta débito ➔ Tarjeta de crédito ➔ Cuenta de ahorro ➔ Banco Walmart ➔ Crédito Banamex
www.elpagare.com.mx	<ul style="list-style-type: none"> ➔ Pagare ➔ Banco Walmart ➔ Banamex ➔ Plazo fijo ➔ Banco azteca
www.mejorestarjetas.com.mx	<ul style="list-style-type: none"> ➔ Tarjeta visa ➔ Banco Walmart ➔ Travelpass ➔ Banamex ➔ Banorte
www.fundsamericas.com	<ul style="list-style-type: none"> ➔ Funds America ➔ Fondos de inversión ➔ Anbima ➔ Fondos mutuos ➔ Operación repo
www.elsiglodetorreon.com.mx	<ul style="list-style-type: none"> ➔ El siglo de torreón ➔ Siglo de torreón ➔ Milenio laguna ➔ Unipoli

Tabla 10: keywords competencia Rankia México. Fuente: Alexa



3. Selección de las keywords.

Necesitamos encontrar cuáles son las palabras clave que atraen a los internautas hacia nuestro nuevo site y términos que les enganchen en las cinco rutas: **navegar, buscar, conversar, recomendar y seguir contenidos online.**

Para la selección de las keywords que queremos priorizar en Rankia México, quisimos tener en cuenta tanto **keywords genéricas** como **long tail**, ya que diferentes estudios entre ellos el realizado por Onestat en julio del 2011 demuestra que cada vez más los internautas utilizan keywords long tail al realizar sus consultas en buscadores.

En este punto, elaboramos un **listado de palabras clave** o keywords que pueden utilizar los internautas para buscar respuestas relacionadas con nuestros objetivos de comunicación; e intentaremos que las keywords que queremos posicionar atiendan a **Popularidad Alta - Competencia Baja – Relevancia Alta.**

Keywords	Búsquedas globales mensuales	Búsquedas locales mensuales	Competencia
Rankia México			
Banamex	2.740.000	2.740.000	Baja
Reforma laboral	550.000	368.000	Baja
Afores	450.000	368.000	Baja
Tasa de desempleo	110.000	18.100	Baja
CETES	90.500	49.500	Baja
Fondos de inversión	74.000	18.100	Medio
Bolsa Mexicana de Valores	60.500	49.500	Baja
Certificados de depósitos	12.100	2.900	Baja
Índice IPC	9.900	480	Baja

Tabla 11: keywords a posicionar con Rankia México

Fuente: Google Keyword Tools

Se realizarán revisiones periódicas para ser proactivos a cambios en las tendencias de búsquedas o lanzamientos de servicios y productos que permitan optimizar el proceso de posicionamiento en buscadores.



4. Posicionamiento SEO del site y de los contenidos.

Para conseguir un buen **posicionamiento del site** es necesario cumplir los siguientes requisitos:

- Optimización de la programación web.
- Introducción de palabras clave en la programación.
- Optimización contenidos.
- Optimización imágenes.
- Optimización URLs internas: URLs friendly.
- Creación archivos SEO – Google.



Figura 24: Posicionamiento web portada temática



Para conseguir un buen **posicionamiento orgánico de los contenidos** (tanto en blogs como en foros) es necesario cumplir los siguientes requisitos:

- Título descriptivo e inclusión de la keyword que se pretenda posicionar.
- Definición de una metaetiqueta que le proporcione una buena información adicional al buscador sobre el contenido que nos interesa posicionar.
- Repetición de las keywords relevantes para el contenido del texto y en los encabezados del contenido.
- Etiquetado correcto del contenido en las categorías que mejor representen el contenido.
- Insertar enlaces a otros contenidos relacionados de la comunidad.
- Insertar imágenes optimizadas para el posicionamiento en SEO, es decir, con un title y un atributo ALT donde se incluyan las keywords por las que se quiere posicionar.
- Programación para que el contenido salga en los titulares de la home de Rankia México.



Figura 25: Posicionamiento web contenido



5. Estrategia de linkbuilding.

No olvidemos que para el posicionamiento en buscadores el marketing de contenidos es muy importante, por tanto, para que el contenido gane notoriedad, popularidad y esté mejor posicionado en los buscadores es interesante generar una estrategia de linkbuilding a su alrededor, bien insertando enlaces a otros contenidos relacionados de la comunidad, bien publicando el contenido en otros foros económicos para generar backlinks y visitas.

Cuantos más enlaces a nuestro sitio tengamos mayor será la importancia que le darán los buscadores, más popularidad tendremos y mayor **Page Rank**.

6. Difusión en redes sociales.

Para optimizar la estrategia de netlinking externo consideramos oportuno difundir los contenidos que nos interesen posicionar en buscadores en las redes sociales. Para ello, haremos uso de los perfiles de Rankia México en Twitter, Facebook y Google+.

Rankia México @RankiaMexico 18 abr

Rankia Caída del precio del Oro: El oro cayó el lunes un 9,3 % hasta los 1361,1\$, al cierre de la... goo.gl/fb/iTJPS

Abrir

Rankia Rankia México ha compartido un enlace. 17 de abril

<http://www.rankia.mx/foros/bancos-mx/temas/1764760-caida-precio-oro>

Caída del precio del Oro
www.rankia.mx

El oro cayó el lunes un 9,3 % hasta los 1361,1\$, al cierre de la sesión de Nueva York, lo que supone estar a niveles de febrero de 2011. Desde que el oro alcanzara máximo históricos en verano de 2011...

rankia.mx/foros/bolsa-mx/temas/1764760-caida-precio-oro

Caída del precio del Oro »

El oro cayó el lunes un 9,3 % hasta los 1361,1\$, al cierre de la sesión de Nueva York, lo que supone estar a niveles de febrero de 2011. Desde que el oro alcanzara máximo históricos en verano de 2011...

+1

Figura 26: Difusión de un contenido en redes sociales



Una correcta estrategia de los social media puede incrementar la visibilidad del site y de los contenidos en Internet y lograr, de forma natural, enlaces a nuestro sitio web generados por usuarios target que a su vez podría tener un efecto multiplicador de distribución informativa.

7. Mantenimiento y optimización del contenido.

Es conveniente realizar un seguimiento a las keywords y a los contenidos orientados a posicionar con cierta frecuencia. Para ello utilizamos principalmente la herramienta **SEM Rush** (ANEXO 3) que nos da un informe semanal sobre el posicionamiento de nuestras keywords y el incremento o disminución de la posición en las SERPs del buscador.

En caso de notar que un contenido ha bajado muchas posiciones en los resultados del buscador, será necesario que realicemos la optimización de este analizando qué aspectos se pueden mejorar.

Para conseguir generar un mayor tráfico de contenido, implementaremos acciones de **captación de bloggers**, igual que se hace en España. Bloggers reconocidos a nivel nacional en México que traten temas de economía y finanzas y que puedan estar interesados en participar en nuestra comunidad con la posibilidad de tener un blog propio y crear marca personal.

8. Análisis del tráfico web de las keywords.

Este es el último punto de la estrategia de posicionamiento en buscadores pero no por ello el menos importante. Por ello, una vez llevadas a cabo las técnicas de optimización de los aspectos técnicos del site, los contenidos del mismo y teniendo en cuenta la estrategia de linkbuilding y netlinking externo, realizaremos un **seguimiento de las métricas**.



El análisis del tráfico web que nos traen las diferentes keywords es muy importante porque nos da información sobre qué les interesa a nuestros usuarios y cómo estamos posicionados.

Realizamos mensualmente el análisis del tráfico web de las keywords mediante la herramienta de analítica web **Google Analytics**.

No obstante, que los resultados de Rankia México estén en las primeras posiciones de las SERPs de los buscadores no significa que el número de usuarios vaya a aumentar ni que el volumen de negocio se incremente.

Es la **calidad del contenido** del site en base a texto e imagen y la actualización según la demanda online y real del mercado, dentro de estructuras con un código depurado, usable y accesible, la que nos permitirá alcanzar el tráfico web deseado.

Tengamos en cuenta que nuestro site de Rankia México es relativamente nuevo, y que crecer en todos los objetivos propuestos para la estrategia de SEO será más costoso y lento que para un site maduro.



Estrategia de posicionamiento patrocinado - SEM

Consideramos interesante diseñar una **estrategia de posicionamiento patrocinado o SEM** en los primeros meses de la nueva comunidad **Rankia México** de modo que nos permita ganar visibilidad en los buscadores ya que nuestro site aparecerá en las primeras posiciones de las SERPs de ciertas búsquedas para así dar a conocer a la comunidad e incrementar el tráfico web. El **marketing en buscadores o posicionamiento patrocinado** permite aplicar a nuestro site técnicas de promoción y aparición en los buscadores.

➔ **Objetivo de la estrategia: tráfico web y conversión.**

El posicionamiento patrocinado del site www.rankia.mx en los buscadores permitirá atraer a usuarios potenciales que busquen información económica o financiera y por tanto ayudará a incrementar el tráfico web y el número de usuarios registrados en los primeros meses de la comunidad, concretamente esperamos conseguir un incremento del tráfico de 4.500 visitas y 100 usuarios registrados. Con esta estrategia se abarcan los objetivos 2, 3 y 4.

➔ **KPIs:** Visitas, páginas vistas, usuarios, tiempo medio de la visita, tasa de conversión por anuncio, CPA, CTR, CPC y CPM.

➔ **Tácticas:**

- ✓ Selección de las keywords por las que queremos pujar en AdWords.
- ✓ Creación de un anuncio que saldrá en los primeros resultados de Google México.

➔ **Presupuesto de la estrategia: 6.750€**

➔ **Timing de la estrategia: 3 meses.**

	2012		2013										
	Noviembre	Diciembre	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre
SEM													



Implementación de la estrategia de posicionamiento patrocinado

Aunque actualmente existen diferentes sistemas publicitarios; nuestra estrategia SEM irá dirigida al posicionamiento en Google México por lo que utilizaremos **Google AdWords** para crear diferentes **anuncios en la red de búsquedas**.

1. Definición de objetivos SEM.

2. Identificar público objetivo.

3. Selección keywords.

4. Creación del anuncio.

5. Medición y análisis del ROI.

6. Optimización.



1. Definición de objetivos SEM.

Nuestro principal objetivo es el **tráfico web** y la **conversión**. Con la estrategia de posicionamiento patrocinado o SEM queremos dar a conocer la nueva comunidad y atraer a usuarios potenciales que se encuentren en el buscador Google México; además de conseguir visitas cualificadas que deriven en el registro de usuarios.

Con la estrategia de posicionamiento patrocinado trataremos de alcanzar los siguientes objetivos:

- Fortalecimiento de la imagen y del **posicionamiento** del site de Rankia México.
- **Incrementar el tráfico web** al site de Rankia México, para conseguir que los usuarios generen contenidos e incrementen el valor de nuestra comunidad.
- Captación de **nuevos usuarios** y generación de sentimiento de comunidad.

2. Identificar el público objetivo.

Este es un punto muy importante para la estrategia SEM porque la identificación del público objetivo será el factor clave para conseguir un buen resultado a un bajo coste. Nos interesa tener **cobertura** y conseguir una buena tasa de **conversión**.

Nuestros anuncios se mostrarán en la **red de búsquedas de Google México**, por lo que según los datos de Google Adwords tendremos una cobertura de 17.300.000.

Ubicaciones de orientación	Cobertura ?
México - país	17.300.000

Figura 27: Cobertura campaña Google Adwords



3. Selección de keywords.

Como nuestro anuncio es un **anuncio de texto** la selección de las keywords es muy importante. Vamos a realizar diferentes anuncios para diferentes campos de keywords, por lo que este será nuestro listado de keywords:

- Foro bolsa
- Invertir en bolsa
- Bolsa de valores de México
- Índice IPC

- Foro banca
- Invertir en CETES
- Rentabilidad de los CETES
- Mejor banco en México

4. Creación del anuncio.

Llegado el momento de crear el anuncio, mediante la herramienta Google Adwords se creará una **campana específica para Rankia México**, y se diferenciarán **dos grupos de anuncios**, uno para el campo de keywords relacionados con la sección de bolsa y otro para la sección de banca.

Dentro de cada grupo de anuncios, creemos que es conveniente crear dos anuncios diferentes con diferente copy para poder testear cuál es el que funciona mejor.

Remarcar que en ambos casos se creará una landing page específica optimizada para la conversión, es decir, para el registro de usuarios.

A continuación se puede ver un ejemplo de anuncio para cada una de las keywords seleccionadas:



Google

Web Imágenes Vídeos Noticias Más ▾ Herramientas de búsqueda

Aproximadamente 1,860,000 resultados (0.16 segundos)

Anuncios relacionados con **invertir en bolsa** ⓘ

¿Cómo operar en Bolsa?
<http://www.rankia.mx/bolsa>
 Rankia te ayuda a invertir en Bolsa participa en nuestro foro de bolsa

¿Cómo operar en Bolsa?
<http://www.rankia.mx/bolsa>
 Rankia te ayuda a invertir en Bolsa
 Participa en nuestro foro de bolsa

Invierte Bolsa Mexicana 01 800 426 4663
www.gbmhomebroker.com/
 Las mejores comisiones y \$0 costos Comienza a **Invertir** HOY Mismo!

Bursanet
www.actinver.com/bursanet
 Tu Casa de **Bolsa** por internet.
 No sabes **invertir**? Te decimos como

Invertir poco dinero - ResuelveTuFuturo.mx
www.resuelvetufuturo.mx/invertir
 No necesitas mucho para poder **invertir**. Tenemos lo que buscas

Cómo y en Qué Invertir
comoyenqueinvertir.qompazz.com/
 Aprende cómo y en qué acciones **invertir** en la bolsa

Invertir en Bolsa
www.invertiren bolsa.info/ ▾
 Aprende a gestionar su patrimonio e **invertir en Bolsa** a largo plazo gratis. Foro de inversiones, educación financiera, artículos, guía para principiantes, libros, ...
 Foro de inversiones - Guía de Bolsa para principiantes - Hojas excel inversiones

Invertir desde \$5000
www.caribeannature.com/
 Rentabilidad 8% al 25% asegurada
Inversión en hoteles lujo en Caribe

Google

Web Imágenes Vídeos Noticias Más ▾ Herramientas de búsqueda

Aproximadamente 11,200,000 resultados (0.22 segundos)

Anuncio relacionado con **bancos mexico** ⓘ

¿Qué banco es el mejor?
<http://www.rankia.mx/bolsa>
 Rankia ayuda a encontrar tu banco , el mejor banco de México.

¿Qué banco es el mejor?
<http://www.rankia.mx/bolsa>
 Rankia ayuda a encontrar tu banco
 El mejor banco de México.

Bancos de México | El portal bancario de México
www.bancosdemexico.com/ ▾
 Bienvenidos al portal **bancario** más completo de **México**, aquí encontrarás artículos de interés, así como herramientas que te permitan conocer más acerca del ...
 Herramientas - Sus Sugerencias a Bancos de ... - Leer - (México) y un país en

Banco de México
www.banxico.org.mx/ ▾
 Ofrece información sobre sus funciones, historia, política monetaria, sistemas financiero y de pago, publicaciones y noticias.

Lista de todos los bancos de México en Info Centro 24
www.info-centro-24.com/bancos-mexico.html ▾
 Lista de todos los **bancos**, cooperativas, fondos financieros y mutuales más importantes de **México** con sitios en Internet.

Figura 28 y 29: Anuncios campaña Google Adwords

Fuente: Google Adwords



5. Medición y análisis del ROI.

Para el primer grupo de keywords relacionadas con bolsa, tendremos el siguiente coste:

- CPC medio: 0,85 € - 1,04 €
- Clics/día: 30 - 36
- Coste/día: 28,80 € - 35,20 €

Para el segundo anuncio, relacionado con banca este será su coste estimado:

- CPC medio: 0,23 € - 0,28 €
- Clics/día: 20 - 30
- Coste/día: 5,40€ - 9,60 €

La **opción de puja** que se utilizará es en función del **coste por clic (CPC) manual** ya que nos permite tener un control absoluto sobre el coste de la campaña en Google Adwords.

6. Optimización

Realizaremos **informe de optimización** en base a la información que nos proporciona Google AdWords sobre el grupo de anuncios creado e intentaremos reducir el CPA (coste de adquisición) en función del día y hora que funcionan mejor los anuncios; siempre intentando no perder cobertura.



Estrategia Social Media

La **estrategia Social Media** nos ayudará a reforzar el engagement entre usuario y comunidad, además de reforzar el ideal de modelo abierto donde la web es social y dónde se permita conectar con el usuario desde diferentes canales, compartir ideas y experiencias con valor añadido y prescribir información económica y financiera.

Sin duda, las **redes sociales aportan un alto valor a las comunidades virtuales**, como es el caso de Rankia México, ya que son una herramienta excelente desde varios puntos de vista para:

- ✓ Comunicar y compartir con los usuarios y clientes.
- ✓ Exponer y posicionar la marca.
- ✓ Dar tráfico web al site www.rankia.mx
- ✓ Optimizar las búsquedas.

En el caso de **Rankia México** se va a implantar una **estrategia en social media presencial** desde donde se va a dar presencia del site www.rankia.mx en las redes sociales, se va a gestionar y dinamizar la presencia y a monitorizar.

Para ello, se han creado perfiles en las redes sociales: Twitter, Facebook, Google+, Youtube y LinkedIn; aunque cada una de las redes sociales tiene un objetivo concreto, la finalidad de la estrategia social media es **fidelizar e incrementar el número de usuarios en las distintas redes sociales** de Rankia México.



➔ **Objetivo de la estrategia: tráfico web, conversión, fidelización y engagement.**

Las redes sociales son el mejor apoyo para una comunidad online ya que facilitan la difusión del contenido dinamizando el tráfico web. Creemos que esta estrategia ayudará a incrementar el tráfico web y por tanto, marcamos como objetivo aumentar la presencia en redes sociales y conseguir 500 fans en Facebook y 1.500 seguidores en Twitter. Trataremos de abarcar con la estrategia social media todos los objetivos propuestos.

➔ **KPIs:** Visitas desde redes sociales, páginas vistas desde redes sociales, nº de fans, nº de comentarios, nº de followers, nº de retweets, nº de reproducciones de videos en Youtube, nº de debates en LinkedIn, número de bloggers externos.

➔ **Tácticas:**

- ✓ Selección de las acciones a desarrollar en las diferentes redes sociales.
- ✓ Gestión de las diferentes redes sociales.
- ✓ Automatización de la publicación de contenidos en Twitter, Facebook y Google+.
- ✓ Dinamización de la participación de los usuarios en redes sociales con sorteos y concursos.
- ✓ Monitorización de las redes sociales

➔ **Presupuesto de la estrategia: 7.200€**

➔ **Timing de la estrategia: 12 meses.**

	2012		2013										
	Noviembre	Diciembre	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre
Social Media													



Implementación de la estrategia social media

1. Análisis de la situación.

2. Definición de objetivos.

3. Establecer medios
y acciones.

4. Evaluación y optimización.

1. Análisis de la situación.

Rankia México es una comunidad nueva y sus perfiles sociales nacen desde cero igual que el site, con la estrategia social media vamos a dar presencia a la comunidad en las redes sociales con diferentes plataformas que creemos que son las que más se adecuan a la actividad de nuestros usuarios: **Twitter**, red de microblogging; **Facebook y Google+**; redes sociales generalistas; **Youtube**, plataforma de distribución de contenidos multimedia; y **LinkedIn**, red social profesional.

2. Definición de objetivos.

Con la estrategia social media pretendemos **generar viralidad y engagement para atraer usuarios** a nuestra comunidad. Creemos que las redes sociales son el mejor apoyo para una comunidad online por lo que esta estrategia va a reforzar la fidelidad de la marca, awareness, sentimiento de pertenencia y engagement entre el usuario y la comunidad.



3. Establecer medios y acciones.

Las redes sociales desde las que llega un mayor tráfico web a la home de Rankia en España son Twitter y Facebook, por ello, para el proyecto Rankia México vamos a potenciar estas dos redes sociales y establecemos como objetivo anual a conseguir:

- 500 fans en la fanpage de Facebook de Rankia México.
- 1.500 followers en la cuenta de Twitter de Rankia México.

Pero además de los objetivos cuantificables, creemos que la estrategia social media nos aporta viralidad y engagement entre los usuarios y la comunidad.

Las tácticas o acciones que consideramos necesarias para la estrategia social media son:

- Selección de las acciones a desarrollar en las diferentes redes sociales.
- Gestión de las diferentes redes sociales.
- Automatización de la publicación de contenidos en Twitter, Facebook y Google+.
- Dinamización de la participación de los usuarios en redes sociales con sorteos y concursos.
- Monitorización de las redes sociales.

4. Evaluación y optimización.

Creemos necesario realizar análisis mensuales de la evolución de la estrategia social media para Rankia México ya que es un pilar básico en los primeros meses de la comunidad. Por tanto, aplicaremos la metodología de **Avinash Kaushnik** porque se adapta a nuestra evaluación y además vamos a utilizar herramientas como Mention y Social Bo para monitorizar las redes sociales. Se van a medir tres ámbitos importantes en social media: conversación, amplificación y aplausos.

- **Conversación:** comentarios del post / número de posts
- **Amplificación:** número de shares / número de posts
- **Aplausos:** número de favoritos / número de tweets



Redes sociales en las que está presente Rankia México:



Twitter es la red social que más se adecuada a nuestro target ya que el perfil de usuario medio en Twitter se encuentra entre los 33 y 44 años y con estudios superiores, además es la red social que mejor ha funcionado para Rankia España. Por este motivo, decidimos abrir una cuenta corporativa para Rankia México desde la que compartiremos ideas y promocionaremos contenidos de blog o foros de modo que consigamos atraer tráfico al site web www.rankia.mx

Se automatizaran los tweets de modo que cada uno de los contenidos que se publique en titulares de la home de Rankia México será twitteado automáticamente, y por tanto, se publicaran al día 6 tweets.

El coste total del seguimiento de la red social Twitter durante los 12 meses del plan de comunicación digital para Rankia México es de 2.000€.



Figura 30: Timeline Twitter Rankia México



México es uno de los países con mayor penetración a **Facebook** por lo que consideramos interesante crear una fan page en Facebook con la finalidad de dar un soporte más a nuestros usuarios para establecer relaciones y compartir opiniones y para promocionar contenidos de blog o foros de modo que consigamos atraer tráfico al site web www.rankia.mx

Al igual que en Twitter, la publicación de entradas en la fan page será automatizadas y diariamente se publicaran 6 entradas enlazando con contenidos que han sido publicados en titulares de Rankia México. El coste anual de dinamizar la red social Facebook está presupuestado en 2.000€.

Además, realizamos una **campaña con Facebook Ads** ya que Facebook tiene una gran capacidad de segmentación y esta acción nos permite impactar en un target focalizado. La campaña se centrará en **historias patrocinadas en el feed del tablón**, optimizadas en base al CPC y se dirigirá al target de usuarios de Facebook de México que tengan intereses afines a temas económicos y financieros. Durante 2 meses (Abril y Mayo), se promocionará la fan page de Rankia México por 12,2€ al día lo que supondrá una **inversión de 732€** y este será el anuncio:



Figura 31: Anuncio Facebook Ads Rankia México



Abrimos una cuenta en la red social **Google+** para compartir el contenido de Rankia México en función del círculo de usuarios que creamos más afines a cada actualización.

Además creemos que es una red social interesante para el posicionamiento del contenido por lo que Rankia México será activa en Google+, y por tanto nuestra frecuencia de publicación de entradas en Google+ no será tan alta como en Twitter o Facebook, sino que solo publicaremos una entrada al día, pero será un enlace a un contenido que nos interese posicionar. El coste de llevar la red social Google + durante el periodo de tiempo de 12 meses es de 600€.



Elegimos **Youtube** como plataforma de distribución de contenidos multimedia por lo que creamos un canal personalizado para Rankia México en el que difundiremos entrevistas con economistas, gestores de fondos y otros vídeos que resulten interesantes a nuestro target. Normalmente se publicará un video mensual donde se analice la situación del mercado financiero mexicano, y este video se podrá ver en el propio canal de Youtube, en un post que se publicará en Rankia México y será difundido por otras redes sociales como Twitter o Facebook.

Además de como plataforma de comunicación de contenido multimedia, utilizamos a Youtube como anunciante para monetizar los visionados en nuestro canal. Solicitamos ser partner de YouTube y agregaremos publicidad en nuestros videos con el formato true view in stream y true view in display. El coste de llevar la red social Youtube durante el periodo de tiempo de 12 meses es de 600€.



Creamos un perfil para Rankia México en **LinkedIn** ya que es una red social orientada al mundo profesional y comercialmente Business to Business. LinkedIn es la mejor vía de contacto entre bloggers y anunciantes y además nos permite **crear grupos, debates y publicar contenidos**.

Además, dado que nuestro target es de internautas profesionales y con intereses económicos y financieros, consideramos interesante realizar una **campaña con LinkedIn Ads** ya que LinkedIn es la mayor red profesional.

Al igual que Facebook, LinkedIn tiene una gran capacidad de segmentación y podremos impactar en un target focalizado. La campaña se centrará en anuncios display dirigidos a usuarios de LinkedIn de México que trabajen en empresas del sector finanzas y con edades entre 34 y 54 años.



Figura 32: Público objetivo anuncio LinkedInAds

Durante 1 mes, el mes de Junio, se promocionará el anuncio con un presupuesto diario de 20€ y a un CPC de entre 2,01 y 2,43€. Con lo que el **presupuesto total de esta acción será de 600€**.




A continuación se puede ver como saldrían los anuncios que hemos diseñado con LinkedIn Ads en la misma red social:



Web Analytics Consultant | Eric Quintero está ahora en contacto con **Irene Camacho Leal**, Managing Director en Social Mind
 Enviar un mensaje · hace 1 hora

GurusBlog Economía, Finanzas y Bolsa a través de WordPress.com




GOWEX de Road Show por EEUU
 gurusblog.com · La actividad en Gowex sigue siendo frenética. Hemos conocido ahora que miembros del equipo gestor de GOWEX estarán de Road Show en EEUU hasta el próximo 24 de mayo. Un Road Show no es más que una ronda de presentaciones de la compañía a inversores...

ANUNCIOS DE MIEMBROS DE LINKEDIN

Quincy Data
 The lowest latency market data between Aurora and Carteret.

 **Social Media Manager?**
 Take a Free 30-Day Test Drive of Sprout Social Premium w/ [Engagement Report](#)

 **Rankia México**
 Aprende sobre bolsa, finanzas y banca mayor comunidad financiera.
 De: Rankia



Cursos


Universidad de Valencia


- Marketing No Lucrativo: La Gestión del Marketing en ONG'S
- Espacio de Venta: Publicidad Creativa


Cursos independientes

- Curso de Inmersión en Lengua Inglesa - Universidad Internacional Menéndez Pelayo, Sede Santander
- Curso de Inmersión en Lengua Inglesa - Universidad Internacional Menéndez Pelayo, Sede Granada

ANUNCIOS DE MIEMBROS DE LINKEDIN

 **FX Trading Solutions**
 Do you have an FX trading platform or relevant FX software?

 **Boost Your Broker Revenue**
 With reduced costs through FX cloud technology and X3 Open Hub. Try it now.

 **Rankia México**
 Conoce la mayor comunidad financiera México y participa.
 De: Rankia

Figuras 33 y 34: Anuncios LinkedInAds Rankia México



Estrategia Email Marketing

La **estrategia Email Marketing** es uno de los puntos fuertes en el plan de comunicación para **Rankia México** ya que es una fuente importante de tráfico web para la comunidad.

➔ **Objetivo de la estrategia: tráfico web, fidelización y engagement.**

La estrategia de email marketing nos permite segmentar las comunicaciones personalizadas que queremos hacer a nuestros usuarios, ya que Rankia México dispone de una base de datos propia. Con esta estrategia se tratará de cubrir el objetivo 3, es decir, **incrementar el tráfico web** al site de Rankia México en 26.000 visitas procedentes de México, para conseguir que los usuarios generen contenidos e incrementen el valor de nuestra comunidad.

➔ **KPIs:** nº suscriptores, ratio de apertura, nº apertura, ratio de conversión, nº clics.

➔ **Tácticas:**

- ✓ Selección de la base de datos.
- ✓ Estandarización de los envíos de mailings.
- ✓ Creación de un calendario de envío de mailings: newsletters y mails comerciales.
- ✓ Revisión de los KPIs tras cada envío.

➔ **Presupuesto de la estrategia: 2.000€**

➔ **Timing de la estrategia: 12 meses.**

	2012		2013										
	Noviembre	Diciembre	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre
Email Mkg													



El email marketing es una estrategia que proporciona al proyecto y a la comunicación:

- ➔ **Rentabilidad:** el email marketing nos permite crear, gestionar, analizar y optimizar campañas de emailing, pero supone una estrategia rentable si se utiliza adecuadamente ya que con pocos recursos se pueden crear campañas de éxito y obtener buenos resultados.
- ➔ **Rapidez:** el email marketing reduce los plazos de comunicación ya que el envío del mailing es instantáneo y además se pueden medir los resultados en tiempo real y con exactitud.
- ➔ **Flexibilidad:** el email marketing se adapta y ajusta a cualquier formato, y permite enviar mailings personalizados.

Dado que la nueva comunidad nace con una **base de datos de 866 usuarios registrados en México**, aprovecharemos esta base de datos para crear una estrategia de email marketing basada en el envío de newsletters informativas y mailings comerciales de los que podamos extraer un beneficio económico.


Por tanto, el desarrollo de una campaña de publicidad con email centralizada en el site nos permitirá la **fidelización** de nuestros clientes y **aumentar el tráfico web**.

En el momento del lanzamiento del site Rankia México, creímos necesario enviar un **primer mailing personalizado** a la base de datos de usuarios en México, en este momento de 866 usuarios, informando sobre el lanzamiento de la comunidad en el país azteca.





Además, realizamos un envío de **newsletter** a la base de datos de México con frecuencia mensual, normalmente el día 20 de cada mes, donde se informa sobre la actualidad económica y financiera del mes anterior y sobre las últimas novedades de Rankia con la herramienta **Sendgrid**.



Actualidad económica

La actualidad económica y financiera de este último mes ha estado marcada por la [evolución de índice bursátil IPC](#) y por supuesto por el [análisis del índice durante el mes de Mayo](#). Destacamos la [nueva reforma financiera](#) que ha presentado el gobierno, donde se plantea la aprobación de las leyes de quiebras bancarias, incorporando el proceso llamado liquidación judicial bancaria.

Lo más leído en Rankia México el último mes

- [El dólar australiano desvela la tendencia en el precio del oro](#)
- [La importancia de utilizar las tendencias](#)
- [Carlos Slim, un signo de crisis en México](#)

Lo más recomendado en Rankia México el último mes

- [Creación de stops dinámicos](#)
- [Las mejores ciudades de México para vivir](#)
- [¿Cómo ven a México los especialistas en Economía en Abril?](#)

Nuevo Juego de Bolsa. ¿te apuntas?

Empieza la décima edición del Desafío Rankia, un juego de simulación de trading organizado por Rankia y GKFX. Participar en el juego es gratuito y los mejores clasificados de cada ronda podrán obtener un Tablet PC Mini + Diploma Acreditativo de GKFX.

[Inscríbete ahora al Desafío Rankia 2013](#)

¿Has visitado las nuevas webs de Rankia en latinoamérica?


Además de [Rankia México](#), desde estos cuatro nuevos portales informaremos sobre la actualidad financiera y económica tanto a nivel nacional como internacional, publicaremos artículos formativos y estrategias de inversión en productos financieros. Queremos aportar mayor transparencia y mejorar la toma de decisiones financieras. Las nuevas webs en:

- **Chile:** www.rankia.cl
- **Argentina:** www.rankia.com.ar
- **Colombia:** www.rankia.co
- **Perú:** www.rankia.pe

Iniciarse en CFDs con una plataforma demo

La [cuenta demo de IG](#) permite probar la operativa de los CFDs con este broker operando con un saldo virtual de 20.000 euros durante 14 días. La plataforma demo nos da acceso a los precios en directo y a gráficos y además está disponible para ordenador y para móvil.

¿QUIERE OPERAR BAJISTA?
CFDs EN VALORES DE TODO EL MUNDO



Nuevos blogs en Rankia

- [Day Trader](#): Lo que nadie le contó acerca del Day Trader.
- [CETES: Certificados de la Tesorería](#): Instrumentos de inversión gubernamentales: CETES, Bonos, Bondes, Udibonos.
- [Actitud financiera](#): Blog dedicado a aspectos financieros empresariales y personales.

Venga a ver trading en vivo

El próximo 13 de julio a las 20.00 horas, [Hanseatic Brokerhouse](#) te ofrece la oportunidad de ver como operan los traders profesionales en México DF, [¿te apuntas?](#)

¡VENGA A VER TRADING EN VIVO!

EN MÉXICO DF
Reserva de plaza

Sell in May and go away

Diferentes analistas prevén que durante el mes de mayo se repetirá el patrón de subidas en los mercados a principio de año que se desvanecen a partir de la primavera. [¿Otro año de "Sell in May"?](#)

¿Qué deberías saber...?

- [Diferencia entre ETFs, ETCs y ETNs](#)
- [Bonds: ¿Qué son?](#)
- [Vocabulario Forex: pip, lote, mini-lote, micro-lote, bid y ask](#)
- [Diccionario Market Profile](#)

¡Un saludo de todo el equipo de [Rankia.mx!](#)

[Facebook](#) - [Twitter](#)

Figuras 35 y 36: Ejemplos newsletter Rankia México



Estrategia Member get Member

Al ser **Rankia México** una comunidad online, creemos que la **estrategia Member get Member** o “*apadrinamiento*” se adecua perfectamente a nuestra filosofía de negocio, ya que la recomendación personal entre amigos y usuarios tiene un alto poder de captación.

➔ **Objetivo de la estrategia: conversión.**

La estrategia Member get Member ayudará a incrementar el número de usuarios registrados en www.rankia.mx. Con esta estrategia se abarca el objetivo 4: Captación de nuevos usuarios y generación de sentimiento de comunidad.

➔ **KPIs:** número de usuarios registrados y suscriptores a newsletters.

➔ **Tácticas:**

- ✓ Desarrollo de los campos de registro.
- ✓ Selección de la recompensa para el usuario recomendador.
- ✓ Análisis del número de usuarios registrados.

➔ **Presupuesto de la estrategia: 0€**

➔ **Timing de la estrategia: 12 meses.**

	2012		2013										
	Noviembre	Diciembre	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre
Member get Member													

Esta estrategia es un elemento clave de comunicación vía word of mouth o el boca oreja trasladado a Internet, y se adapta perfectamente al modelo de negocio de Rankia México.



Se trata de una estrategia diseñada desde el inicio de la comunidad online, y por ello, al desarrollar el nuevo site en la **landing page de registro** se incluyó una casilla con la opción de seleccionar que tu registro era por **recomendación de un usuario** y además, se incluía otra casilla **para escribir el nombre del usuario recomendador**, al que automáticamente se le envía a su correo electrónico un ebook sobre *“Cómo ganar pesos en la Bolsa Mexicana de Valores”*.

Registro en Rankia

Registrarte es muy rápido y podrás participar en las diferentes secciones de Rankia.
Los campos marcados con * son obligatorios, pero también puedes Iniciar sesión a través de Facebook

Datos de usuario

Usuario*: Entre 5 y 20 caracteres. Nombre con el que participarás en Rankia.

Contraseña*: Entre 5 y 20 caracteres.

E-mail*:

Datos personales

Nombre*:

Apellidos*:

País*:

Dirección:

Código postal*:

Teléfono:

¿Cómo conoces Rankia México?

Modalidad

Usuario padrino

Bienvenido a Rankia.
El presente documento establece las condiciones de participación en Rankia que la sociedad Rankia, S.L. presta en Internet. En este listado encontrarás los derechos y responsabilidades que asumes al participar activamente en las diferentes secciones del sitio web.

1. Condiciones generales.

Acepto

Figura 37: Landing page registro Rankia México

Con la estrategia de Member get Member se espera que **el 10% de los nuevos usuarios que se registren a la comunidad Rankia México sea gracias a la recomendación de un usuario.**



Estrategia Evento Offline

Una de las acciones de promoción o comunicación de **Rankia México** será la presencia en eventos de carácter económico y financiero offline. La **presencia en eventos** genera **branding** cubriendo de este modo el objetivo 1, además de generar beneficios económicos para la empresa.

Los eventos pueden ser propiamente organizados por Rankia México, o bien que la comunidad sea partner en eventos de otras empresas. En ambos casos, la comunidad llevará a cabo una serie de acciones de apoyo online para promocionar el evento, tales como:

- Envío de mailing específico.
- Publicidad display geolocalizada: banners en rotación en las zonas target.
- Artículos en blogs: post informativo y post resumen.
- Debate en foros.
- Nota de prensa.
- Dinamización en redes sociales.

En el caso de Rankia México es más factible que la comunidad sea partner de otros eventos económicos y financieros que se organicen en México, por las dificultades que conlleva la distancia geográfica en la organización de un evento de estas características. Ser partner de otras empresas, proporciona a la comunidad **beneficios económicos** por las acciones de apoyo realizadas además de **branding y presencia en el sector**.



Uno de los eventos financieros más importantes que se realizan en México y en el que Rankia México podría participar es la **Expo Finanzas** de Ciudad de México, que se celebra todos los años en el mes de Abril.



Analítica web

Gestionar el seguimiento de la actividad de los usuarios en nuestra comunidad y su comportamiento nos abre camino entre la competencia online ayudándonos, sin duda alguna, a descubrir nuevas estrategias comerciales y a mejorar en la implementación de las estrategias de comunicación digital.

Principalmente utilizaremos **Google Analytics** y **Webmaster Tools**; dos herramientas esenciales para evaluar el rendimiento de nuestro site y se realizaran informes para optimizar la campaña y mejorar los resultados con periodicidad mensual.

➔ **Objetivo de la estrategia: análisis de datos**

El objetivo de implementar la analítica web en Rankia México es porque la consideramos una parte fundamental para la optimización del plan de comunicación digital.

➔ **KPIs:** visitas, páginas vistas, tiempo por visita, número de usuarios, número de fans, número de followers y resultados indexados.

➔ **Tácticas:**

- ✓ Recogida de datos.
- ✓ Análisis de datos.
- ✓ Optimización de estrategias en base de resultados.
- ✓ Implementación de mejoras.

➔ **Presupuesto de la estrategia: 3.600€**

➔ **Timing de la estrategia: 12 meses.**

	2012		2013										
	Noviembre	Diciembre	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre
Analítica web													



Pero la analítica web no significa únicamente la recogida de datos; se deben de planificar cuatro etapas para que la analítica web sea efectiva:

1. **Planificar** qué funcionalidades tiene el site y cuáles son las más relevantes para la comunidad.

Objetivo	Medición	KPI
Registro usuario	Visita a URL http://www.rankia.mx/registro	% conversión a registro
Usuario fidelizado	Visita a URL http://www.rankia.mx/	Satisfacción

Tabla 12: Objetivos analítica web

2. **Implementar**, insertar el código de seguimiento de Google Analytics en todas las páginas del site y crear objetivos de conversión.
3. **Analizar** la actividad de nuestros usuarios en Rankia México. Se realizará semanalmente la analítica web del site, y mensualmente se valorará la evolución del tráfico web y el resto de KPIs establecidos. Trataremos de dar respuesta a los siguientes puntos.
 - Atención: visitas, top content y landing pages.
 - Interés: rebote, tiempo en página y engagement.
 - Deseo: site search, top content, likes y retweets.
 - Acción: registros.
4. **Actuar** y tomar decisiones en base al análisis de los datos y detección de tendencias.

Como la comunidad **Rankia México** está online desde el 7 de Noviembre del pasado 2012, a continuación se muestra en una tabla los **datos de tráfico web y el resto de KPIs** correspondientes a los pasados meses de y además se hace una estimación para los próximos meses.



KPIs	Analítica web											
	2012						2013					
	Noviembre	Diciembre	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Noviembre
Páginas vistas	10.055		13.619	27.611	25.025	35.735	45.534	57.069	70.000	85.000	100.000	120.000
Visitas	799		3.073	14.744	12.598	17.027	22.173	29.835	35.000	45.000	60.000	80.000
Visitas MX	310		2.208	12.809	10.599	14.896	19.542	23.562	25.000	32.000	40.000	46.000
Pag/ Vis CL	3,67		1,92	1,37	1,58	2	1,66	1,9	2	2	2	2,2
Páginas MX	1.138		4.239	17.548	16.746	23.536	32.440	45.577	55.000	65.000	75.000	85.000
Usuarios únicos	524		2.673	13.599	11.535	15.367	19.859	24.309	28.000	35.000	40.000	50.000
site:rankia.mx	830		1.300	1.890	3.030	6.560	9.120	10.300	14.000	16.000	18.000	20.000
Tasa de Rebote	60%		75,68%	85,79%	82,72%	78,63%	76,39%	76,51%	75%	75%	75%	75%
Usuarios registrados	870		882	909	954	991	1.201	1.286	1.400	1.600	1.900	2.200

* Datos estimados

Tabla 13: Datos tráfico web Rankia México



Gráfica 3: evolución del tráfico web Rankia México

Además creemos interesante ver cuál es el posicionamiento y la presencia de la comunidad Rankia México en las redes sociales y por ello analizamos cuál es la situación social de www.rankia.mx a 1 de enero de 2013:



Figura 38: Análisis redes sociales Rankia México

Anexo 1: Análisis



Y por último, también realizamos un seguimiento del **Page Rank** de nuestra comunidad Rankia México ya que es un indicador de la notoriedad que tiene nuestro site en Internet.

A fecha del 1 de enero de 2013, el Page Rank del site www.rankia.mx es de 4 / 10.



Figura 39: Page Rank Rankia México



Estrategia de comunicación digital	
Acción	Coste
SEO	12.000€
SEM	6.750€
RRSS	7.200€
Email marketing	2.000€
Member get member	-
Eventos offline	-
Analítica web	3.600€
Total 31.550€	



Inversión digital Y ROI

ROI is sometimes hard to see.

Measure everything.



Inversión inicial estrategia internacionalización

Todo negocio conlleva una inversión inicial, por tanto, nuestro proyecto de internacionalización en México también lleva asociada una inversión, un **capital inicial**. En nuestro caso, diferenciamos la inversión realizada para desarrollar los soportes digitales (site y redes sociales) y poder lanzar la comunidad Rankia México, de la inversión asociada a la estrategia de comunicación digital.

Inversión desarrollo soportes digitales

El **importe necesario para desarrollar y lanzar la comunidad** de Rankia en México es de **5.000€** e incluye el salario del equipo web developers durante los meses de Septiembre y Octubre del 2012, compra del dominio www.rankia.mx y alojamiento del site en el servidor dedicado de OVH, concretamente el Backup FS-10T; entre otros.

En nuestro caso, el importe necesario para lanzar la comunidad en México no era relativamente elevado, ya que Rankia México es un proyecto digital y el coste de desarrollar un site replicado de Rankia.com y un conjunto de redes sociales únicamente suponía disponer del equipo de desarrolladores web de nuestra propia empresa dedicados exclusivamente al nuevo proyecto durante un par de meses.

Inversión plan de comunicación digital

Por otra parte, la inversión estimada **para implementar el plan de comunicación digital** desarrollado anteriormente es de **31.550€**. Es a la comunicación digital a la que destinamos más de tres cuartas partes del presupuesto ya que consideramos necesario implementar un buen plan de comunicación digital para dar a conocer la nueva comunidad en México. Básicamente sin usuarios no hay negocio, y con el plan de comunicación digital nuestro objetivo es **conseguir usuarios y tráfico web**.

A continuación vemos detalladamente como emplearemos este importe:



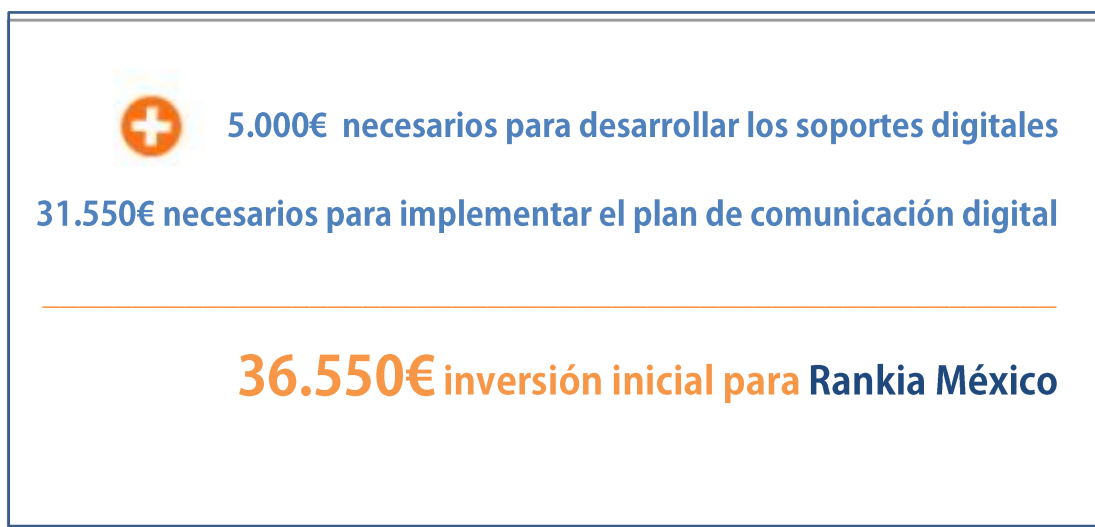
Presupuesto campaña online

Estrategia	Acción	Objetivo	Periodo	CPC	Visitas	Tasa conversión	Conversión	Inversión	% inversión	Coste captación
SEO	SEO	Posicionamiento web	12 meses		228.290	0,005%	1.140 usuarios	12.000 €	38,00%	10,52 €
		Branding								
SEM	Grupo anuncios 1	Tráfico web	3 meses	0,25 euros	1.800	2%	36 usuarios	2.250 €	21,40%	62,50 €
		Conversion								
SEM	Grupo anuncios 2	Conversion	3 meses	1 euro	2.700	2,5%	67 usuarios	4.500 €	21,40%	67,16 €
Social Media	Twitter		12 meses		20.000			2.000 €		
	Facebook	Tráfico web	12 meses		12.000			2.000 €		
	Facebook Ads	Conversion	2 meses	0,3 euros		2%	24 fans	732 €	22,80%	30,50 €
	Google +	Fidelización	12 meses		2.000			600 €		
	Youtube	Engagement	12 meses		2.000			600 €		
	LinkedIn		12 meses		750			668 €		
	LinkedIn Ads		1 mes	2 euros			5%	17 usuarios		35,30 €
Email Marketing	Newsletter	Tráfico web Fidelización Engagement	12 meses		36.000			2.000 €	6,30%	
Member Get Member							140 usuarios			
Eventos Offline										
Analítica web	Analítica web	Análisis de datos	12 meses					3.600 €	11,40%	
					305.540		1.400 usuarios	31.550 €	100%	

Tabla 14: Presupuesto campaña online Rankia México



Por tanto, **la inversión total** requerida para lanzar **Rankia México** y comunicar la presencia de nuestra comunidad en el país azteca es de **36.550 €**.



Un aspecto importante a conocer es el **coste de captación por usuario registrado** ya que nuestro modelo de negocio está basado en la generación de tráfico web por parte de usuarios registrados tematizados.

Durante el primer año y dado el plan de comunicación digital que hemos desarrollado estimamos el coste de captación en **22,53 euros por usuario registrado**. Un coste medio que esperamos que sea menor con el paso del tiempo y en función del reconocimiento y tráfico que vaya teniendo la comunidad en el nuevo país.



Beneficios de la estrategia de internacionalización

Una comunidad online obtiene beneficios económicos por parte de la publicidad principalmente. **Rankia México** parte de la experiencia de Rankia, que actualmente obtiene la mayor parte de ingresos mediante **campañas publicitarias con clientes finales** como los bancos ING y EVO o brokers como IG o CMC Markets; **por sponsors o patrocinios** de secciones de la web como Interdin en la sección de Forex, envío de newsletters comerciales y mediante la **organización de eventos**.

Somos conscientes que la nueva comunidad va a tardar un par de años en generar beneficios empresariales y ser autosuficiente, ya que partimos de la experiencia de más de una década con la comunidad Rankia en España. Esto se debe principalmente a que **en los primeros años de vida de una comunidad financiera**, el volumen de tráfico es bajo así como la reputación o branding de la marca; por tanto, **es difícil conseguir campañas publicitarias con clientes financieros** (bancos, brokers...) o con centrales de medios; así como patrocinios.

Dada la limitación que hemos comentado, estimamos oportuno que durante el primer año de Rankia México la publicidad que se sirva sea por parte de **Google AdSense** y por campañas con redes de afiliación como **ClickMagic**, una de las mayores redes de afiliación de Latinoamérica, para de este modo conseguir ciertos ingresos económicos.



Algunas de las **campañas publicitarias que ofrece ClickMagic** que se adecuan a nuestro target y que por tanto, podrían estar disponibles en Rankia México son las siguientes:



Campaña Banamex Transfer Mx



"**Banamex Transfer Mx**" es una campaña por registro que pagará 61.80 pesos mexicanos por cada registro generado desde Rankia México.

La campaña cuenta con los siguientes formatos en banners: 160x600, 300x250 y 728x90 a insertar en nuestro site.

Hir Casa



"**Hir casa**" es una campaña por registro que pagará 36 pesos mexicanos por cada registro generado desde Rankia México.

La campaña cuenta con los siguientes formatos en banners: 300x250, 728x90, 160x600 a insertar en nuestro site, y con la posibilidad de realizar emailing.

Movistar Prepago



"**Movistar Atributos Prepago Mx**" es una campaña por registro que pagará 35 pesos mexicanos por cada registro generado desde Rankia México.

La campaña cuenta con los siguientes formatos en banners: 160x600, 300x250, 728x90 a insertar en nuestro site, y con la posibilidad de realizar emailing.

Figura 40, 41 y 42: Campañas publicidad red de afiliación



Según el estudio realizado por Mediamind “Global Benchmarks Report H1 2012”, el **CTR medio de México para la publicidad servida en banner estándar** es del **0,15%**, por tanto, estimamos que el ingreso mensual que obtendremos por parte de Google AdSense será de 300€ al mes, y el de la red de afiliación de 200€ aproximadamente.

Benchmarks for Mexico — Q2 2011 - Q1 2012
Performance Metrics (by top Formats and Unit Sizes)

	Basic Metrics			In-Banner Video Basic Metrics			Auto Initiated Video Metrics			User Initiated Video Metrics			Expandable Metrics		
	CTR	Dwell Rate	Avg. Dwell Time (Seconds)	CTR	Dwell Rate	Avg. Dwell Time (Seconds)	Started Rate	50% Played Rate	Fully Played Rate	Started Rate	50% Played Rate	Fully Played Rate	Impressions with any Panel Expansion Rate	Total Expansion Rate	Avg. Expansion Duration (Seconds)
Standard Banner	0.15%	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--
728x90	0.13%	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--
120x600	0.10%	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--
300x250	0.17%	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--
160x600	0.17%	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--
Mobile Banner	0.15%	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--
Rich Media	0.44%	9.26%	64.14	0.79%	12.26%	58.61	55.33%	78.54%	67.38%	9.07%	65.01%	53.84%	13.76%	26.13%	72.60
Enhanced Std. Banner	0.09%	2.18%	42.95	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--
728x90	0.08%	2.20%	41.43	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--
120x600	0.06%	1.29%	34.51	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--
300x250	0.17%	3.59%	50.12	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--
160x600	0.11%	2.47%	39.23	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--
Polite Banner	0.15%	5.00%	39.09	0.23%	3.08%	42.41	47.71%	78.77%	65.33%	11.63%	78.77%	65.33%	--	--	--
728x90	0.15%	8.77%	38.55	0.36%	3.41%	31.13	73.13%	91.20%	85.59%	--	--	--	--	--	--
300x250	0.14%	3.76%	39.13	0.22%	3.58%	38.17	54.27%	78.72%	67.25%	13.07%	78.72%	67.25%	--	--	--
160x600	0.17%	2.01%	37.34	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--
Floating Ad	2.59%	28.87%	8.17	4.62%	34.28%	12.73	56.15%	56.12%	42.71%	23.66%	56.12%	42.71%	--	--	--
Expandable Formats	0.53%	11.92%	81.52	0.64%	12.21%	69.92	60.78%	62.59%	52.23%	8.13%	62.59%	52.23%	13.96%	25.81%	68.90
234x60	0.69%	14.03%	117.76	0.77%	14.33%	109.62	80.97%	67.15%	58.22%	15.20%	67.15%	58.22%	17.81%	27.89%	29.90
728x90	0.43%	12.44%	54.19	0.45%	12.16%	56.42	51.51%	65.45%	52.62%	5.16%	65.45%	52.62%	14.14%	38.66%	83.02
160x600	0.32%	10.08%	84.71	0.44%	12.84%	81.15	--	--	--	7.20%	47.01%	30.41%	10.95%	12.64%	84.51
300x250	0.56%	10.05%	47.78	0.98%	10.43%	47.54	61.72%	53.66%	43.14%	5.63%	52.66%	43.14%	11.09%	18.92%	68.80
PushDown Banner	0.27%	9.67%	47.83	0.42%	11.81%	31.78	55.86%	65.41%	50.68%	15.15%	65.41%	50.68%	--	--	--
728x90	0.30%	10.60%	62.65	0.34%	9.69%	35.02	--	--	--	--	--	--	6.29%	46.34%	130.86
970x66	0.34%	15.79%	62.28	--	--	--	--	--	--	--	--	--	14.76%	34.12%	79.21

Data Source: Mediamind Research, 2011-2012
-- denotes inapplicable metric or insufficient data.

For more information about Mediamind Research, please contact your local Mediamind representative or email us at info@mediamind.com

Tabla 15: Estudio CTR medios para banners en México
Fuente: Mediamind “Global Benchmarks Report H1 2012”

Además, nos surge la duda de cómo podríamos monetizar los contenidos que publicamos en Rankia México, de qué otra forma podríamos generar ingresos a parte de la publicidad. Y valoramos la opción del **pago por suscripción** o **creación de contenidos premium de pago**. A pesar que en Internet la mayoría de contenidos se ofrecen de forma gratuita, son muchos los usuarios que están dispuestos a pagar por contenidos de mayor calidad y esto es una ventaja en nuestro caso. En el momento en que nuestro número de registrados sea bastante elevado, nos podríamos plantear la opción de que estos paguen por suscripción. Es decir, los usuarios registrados podrán acceder mensualmente a un número de 10 contenidos de post de blog gratuitos así como a la totalidad de los foros de debates. En caso de querer acceder a más contenidos, el usuario deberá pagar una tarifa premium mensual.

Esta **modalidad de contenido premium** permite crear una **comunidad con contenido de calidad** que no está disponible al público en general.



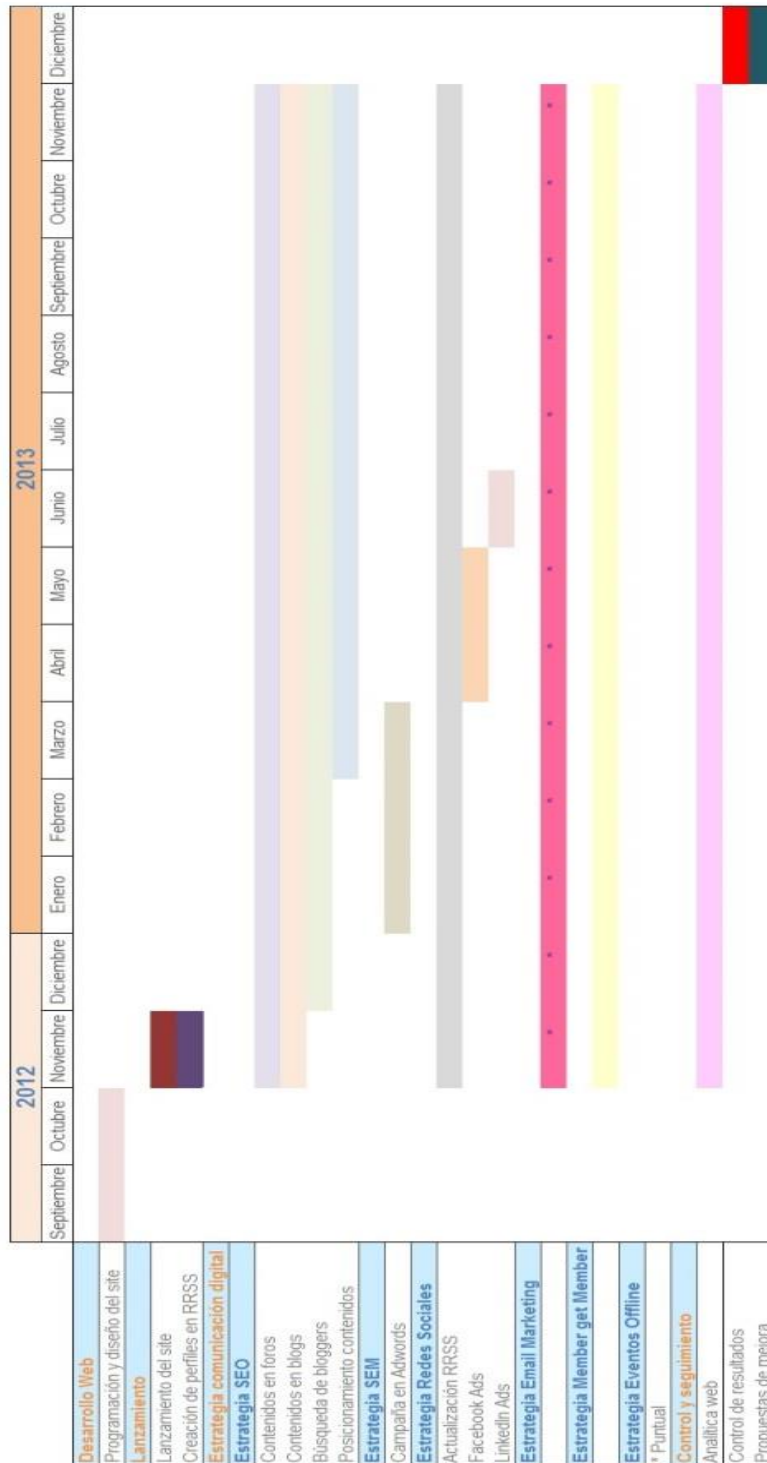
Timing

Speed wins.
Stephen Kaufer



Timing

A continuación se detalla el calendario de la estrategia de comunicación digital para **Rankia México**, como vemos abarca un año. Desde el lanzamiento del site en noviembre 2012 hasta noviembre 2013.



* envío newsletter 21 de cada mes

Tabla 16: Timing plan de comunicación digital Rankia México



***La perseverancia es la
clave del éxito.***

Steve Jobs



Valoración y conclusión

Desde el pasado 7 de Noviembre de 2012, la internacionalización de nuestra comunidad Rankia en México **dejó de ser un sueño para pasar a ser una realidad**. Una realidad por la que todo el equipo humano de Rankia lucha día a día, una realidad que poco a poco crece y supera las expectativas marcadas.

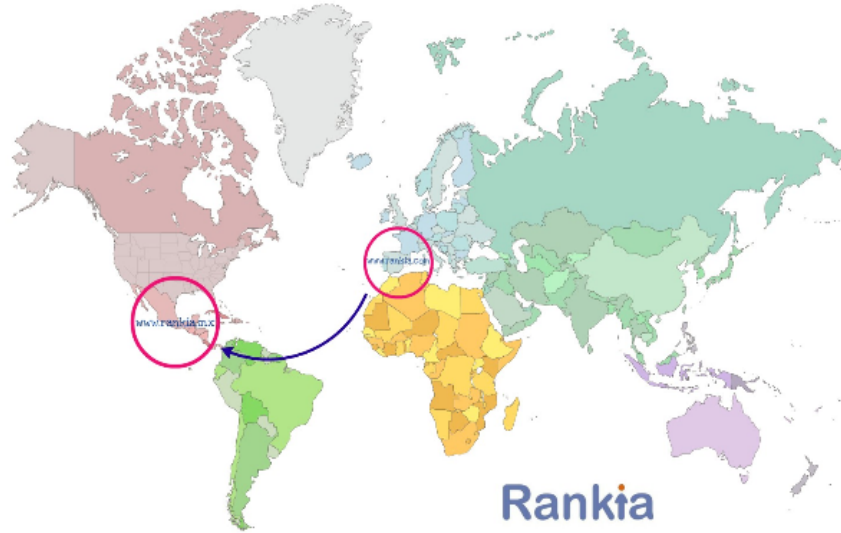
El presente plan de comunicación de **Rankia México** me ha permitido plasmar y mostraros nuestro sueño; la aventura que hace apenas ocho meses iniciamos y la evolución de nuestra comunidad. Además, me ha permitido valorar cada una de las estrategias de comunicación online que se había puesto en marcha y mejorarlas con el objetivo de optimizar el presupuesto y conseguir la mayor difusión de la comunidad en el país azteca.

Por todo ello, **sólo puedo daros las gracias**. A todos aquellos que habéis leído y valorado este proyecto y por supuesto a mis tutores, Adrián Mañez y Sandra Femenia por todo el apoyo recibido en los últimos seis meses.



www.rankia.mx

Rankia México



Plan de comunicación digital

- Estrategia SEO
- Estrategia Email Marketing
- Estrategia SEM
- Estrategia Member get Member
- Estrategia Social Media
- Estrategia Eventos Offline

Analítica web (Datos anuales estimados)



La aventura en México ha comenzado, ¿nos acompañas?



+ Info

@AmparoSisternes





Bibliografía

Libros y artículos:

- AERCO – PSM (asociación española de responsables de comunidad y profesionales social media). (2012). “Community Manager: gestión de comunidades virtuales”,
- Castells, M. (1997). “La Era de la Información: Economía, Sociedad y Cultura”. Vol. 1. La sociedad red. Vol. 2: *El Poder de la Identidad*. Madrid: Alianza.
- El libro blanco de IAB. (2010). *SEO: optimización para buscadores. Buenas prácticas y resultados*, Julio, 2010.
- García, S.; Llácer, J. (2012). “El email marketing y sus secretos; Adsalsa ems (email marketing services)”
- Google (2012). Guía para principiantes sobre optimización para motores de búsqueda, Google.
- IAB. (2011). *SEO: optimización de webs para buscadores. Buenas prácticas y resultados*. IAB.
- Iparraguirre, J. (1998). “El taller de Comunidades Virtuales”. Disponible en: <http://www.gpd.org/maig98/es/comvirtue.htm>
- López, M. (2010). “Marketing online: posicionamiento en buscadores”
- Maciá, F.; Gosende, J. (2011). “Técnicas avanzadas de posicionamiento en buscadores”
- Moreno, A.; Suárez, C. (2010): “Las Comunidades virtuales como nuevas formas de relación social: elementos para el análisis”, *Espéculo. Revista de estudios literarios*, n.43, Universidad Complutense de Madrid. Disponible en: <http://pendientedemigracion.ucm.es/info/especulo/numero43/covirtual.htm>
- Rheingold, H. (1993). *The virtual community*. uSA: Addison-Wesley. Reading, USA.



Referencias digitales

- ➔ adwords.google.com
- ➔ www.amipci.org.mx
- ➔ AMIPCI (2012). “Hábitos de los usuarios en Internet 2012”. Disponible en:
www.amipci.org.mx/?P=editomultimediafile&Multimedia=115&Type=1
- ➔ AMIPCI (2012). “Banca Electrónica 2012”. Disponible en:
www.amipci.org.mx/?P=editomultimediafile&Multimedia=178&Type=1
- ➔ AMIPCI (2012). “Hábitos y Percepciones de los Mexicanos sobre Internet y Diversas Tecnologías Asociadas”. Disponible en:
www.amipci.org.mx/?P=editomultimediafile&Multimedia=115&Type=1
- ➔ <http://www.comscore.com>
- ➔ www.consumerbarometer.com
- ➔ www.google.com/adplanner/
- ➔ www.google.com/adsense/
- ➔ www.google.com/analytics/
- ➔ www.google.com/trends/
- ➔ www.iabmexico.com
- ➔ www.indexmundi.com/
- ➔ www.inegi.org.mx/
- ➔ latinlink.usmediaconsulting.com/
- ➔ www.pwc.com/mx/
- ➔ IAB y PWC (2012). “Estudio de inversión publicitaria online en México”. Disponible en: www.slideshare.net/iabmexico/estudio-de-inversin-publicitaria-online-en-mxico-resultados-2011
- ➔ “World Internet Project”. Disponible en:
www.worldinternetproject.net/files//993_2012_wip_mx_report.pdf




Anexos

ANEXO 1: análisis Woorank (1 julio 2012)

woorank
INFORMES > RANKIA.MX

Informe

- Las 5 prioridades
- Visitantes
- Redes sociales
- Móvil
- Lo esencial de SEO
- Contenido SEO
- Enlaces SEO
- Palabras clave de SEO
- Autoridad SEO
- Backlinks SEO
- Usabilidad
- Seguridad
- Tecnologías



Informe sobre rankia.mx
© Generado el 28 Junio 2013 13:10

Excelente	27
A mejorar	6
A corregir	10

62.8

URL corta

Prioridades para mejorar rankia.mx :

- Corrija los errores de sintaxis del código
- Mejore la velocidad de su sitio web
- Añada su empresa al directorio DMOZ
- Añada más backlinks que dirijan a su sitio web
- Amplíe el registro de su dominio

Optimizar rankia.mx !

¡129 consejos a medida para triunfar con el marketing online!

[Iniciar prueba gratuita](#)

Visitantes

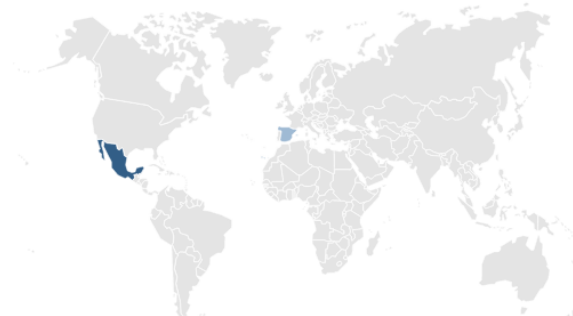
✘ Estimación del tráfico Bajo Alto

○○○

▶ Ranking de tráfico 1179135° puesto que ocupa su web en el ranking mundial por visitas

31076° más visitado en 🇲🇷 México

▶ Ubicación de visitantes



6 68

Nº	Países populares (ccTLD)	Estado	Caducidad
1	rankia.com.mx	🔒	1 años 4 meses 15 días
2	rankia.es	🔒	-



Lo esencial de SEO

✓	Resolver www	¡Perfecto! Su sitio web con o sin www redirecciona a la misma página.
○ ○ ○ ○	★ ★ ★ ★	
✓	Reescribir URL	¡Perfecto! Sus URL están limpias.
○ ○ ○ ○	★ ★ ★ ★	
✓	Canonicalización de la IP	Sí
○ ○ ○ ○	★ ★ ★ ★	
✓	robots.txt	http://www.rankia.mx/robots.txt
○ ○ ○ ○	★ ★ ★ ★	
✓	Mapa del sitio XML	http://www.rankia.mx/sitemap.xml
○ ○ ○ ○	★ ★ ★ ★	
✗	Guiónes bajos en su URL	Sí
○ ○ ○ ○	★ ★ ★ ★	

Contenido SEO

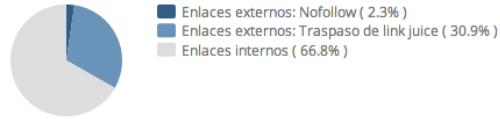
✓	Título	Rankia México												
○ ○ ○ ○	★ ★ ★ ★	Longitud: 13 caracteres												
✓	Descripción	Foros y blogs sobre banca (depósitos, hipotecas, inversión), bolsa (brokers, análisis), seguros, economía y fiscalidad.												
○ ○ ○ ○	★ ★ ★ ★	Longitud: 119 caracteres												
✓	Encabezados	<table border="1"> <thead> <tr> <th>H1</th> <th>H2</th> <th>H3</th> <th>H4</th> <th>H5</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>0</td> <td>0</td> <td>8</td> <td>16</td> <td>0</td> </tr> </tbody> </table> <ul style="list-style-type: none"> • [H3] Foros de Acciones • [H3] Un verdadero riesgo sistémico • [H3] Foros • [H3] Blogs • [H3] Funcionalidades • [H3] Síguenos en 	H1	H2	H3	H4	H5	0	0	8	16	0		
H1	H2	H3	H4	H5										
0	0	8	16	0										
!	Imágenes	Se han encontrado 2 imágenes en esta URL.												
○ ○ ○ ○	★ ★ ★ ★	1 atributos ALT están vacíos o no aparecen.												
✓	Ratio texto/HTML	26.17 %												
○ ○ ○ ○	★ ★ ★ ★													
✓	Flash	No												
○ ○ ○ ○	★ ★ ★ ★													
✓	Marcos	No												
○ ○ ○ ○	★ ★ ★ ★													
✓	Blog	Se ha encontrado un blog en este sitio web.												
○ ○ ○ ○	★ ★ ★ ★													
✓	Análisis de páginas internas	<table border="1"> <thead> <tr> <th>Título</th> <th>Descripción</th> <th>Texto/HTML</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Banca - Rankia México</td> <td>Novedades sobre bancos, préstamos, créditos, tarjetas y ratings de solvencia</td> <td>18.58 %</td> </tr> <tr> <td>CFD CFDs Contrato por diferencia Rankia</td> <td>Descubre el mercado de los contratos por diferencias y estrategias con CFD sobre índices mundiales, acciones y materias primas</td> <td>19.02 %</td> </tr> <tr> <td>Bolsa - Rankia México</td> <td>Bolsa y valores, análisis técnico, análisis fundamental, dividendos y recomendaciones</td> <td>19.32 %</td> </tr> </tbody> </table>	Título	Descripción	Texto/HTML	Banca - Rankia México	Novedades sobre bancos, préstamos, créditos, tarjetas y ratings de solvencia	18.58 %	CFD CFDs Contrato por diferencia Rankia	Descubre el mercado de los contratos por diferencias y estrategias con CFD sobre índices mundiales, acciones y materias primas	19.02 %	Bolsa - Rankia México	Bolsa y valores, análisis técnico, análisis fundamental, dividendos y recomendaciones	19.32 %
Título	Descripción	Texto/HTML												
Banca - Rankia México	Novedades sobre bancos, préstamos, créditos, tarjetas y ratings de solvencia	18.58 %												
CFD CFDs Contrato por diferencia Rankia	Descubre el mercado de los contratos por diferencias y estrategias con CFD sobre índices mundiales, acciones y materias primas	19.02 %												
Bolsa - Rankia México	Bolsa y valores, análisis técnico, análisis fundamental, dividendos y recomendaciones	19.32 %												
○ ○ ○ ○	★ ★ ★ ★													



Enlaces SEO

Enlaces en página

Se han encontrado un total de 161 enlace(s), incluyendo 0 enlace(s) a archivos



Anchor text	Tipo	Link juice
Image	Enlaces internos	Traspaso de link juice
Inicio	Enlaces internos	Traspaso de link juice
Diccionario	Enlaces internos	Traspaso de link juice
Contactar	Enlaces internos	Traspaso de link juice
Lo último	Enlaces internos	Traspaso de link juice
Entrar	Enlaces internos	Traspaso de link juice

Mostrar más

Palabras clave de SEO

Coherencia de palabras clave

Palabras clave	Contenido	Título	Descripción	H
méxico	20	x	x	x
junio	19	x	x	x
rankia	12	✓	x	x
más	9	x	x	x
bolsa	9	x	✓	✓

Palabras clave (2 términos)	Contenido	Título	Descripción	H
jueves junio	8	x	x	x
miércoles junio	7	x	x	x
renta fija	6	x	x	✓
boscà ramón	4	x	x	x
junio carles	4	x	x	x

Palabras clave (3 términos)	Contenido	Título	Descripción	H
junio carles boscà	4	x	x	x
carles boscà ramón	4	x	x	x
mejor banco méxico	3	x	x	x
fondos renta fija	3	x	x	x
tranquila verano incertidumbre	3	x	x	✓

Ranking en Google™

Palabras clave	Posición	URL
afores	19	http://www.rankia.mx/blog/me..
afore gnp	20	http://www.rankia.mx/blog/me..

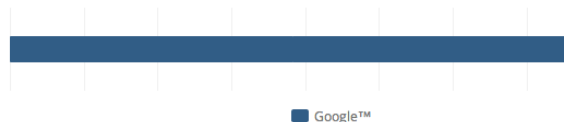
Competidores en Google™

Nº	URL
1	http://profuturognp.com.mx
2	http://consar.gob.mx
3	http://economista.com.mx
4	http://afore.com.mx
5	http://utexas.edu
6	http://bamericas.com

Mostrar más

Autoridad SEO

Páginas indexadas





	<p>Dominio registrado</p> <p>Hace 0 años 10 meses 21 días</p> <p>○○○</p>
	<p>Caducidad del dominio</p> <p>0 años 2 meses 8 días</p> <p>○○○ ●○○</p>
	<p>Páginas populares</p> <p>Rankia México</p> <p>Banca - Rankia México</p> <p>CFD CFDs Contrato por diferencia Rankia - Rankia Perú</p> <p>Bolsa - Rankia México</p>

Backlinks SEO

	<p>Contador de backlinks</p> <p>○○○ ●○○</p>
--	---

Usabilidad

	<p>URL</p> <p>http://rankia.mx</p> <p>Longitud: 6 caracteres</p>
	<p>Favicon</p> <p>Sí</p> <p>○○○ ●○○</p>
	<p>Página de error 404</p> <p>¡Genial! Su sitio web tiene una página personalizada de error 404.</p> <p>○○○ ●○○</p>
	<p>Impresión</p> <p>No se ha encontrado una versión CSS imprimible.</p> <p>○○○ ●○○</p>
	<p>Formularios de conversión</p> <p>¡Genial! Se ha encontrado un formulario de conversión en esta página.</p> <p>○○○ ●○○</p>
	<p>Tamaño de página</p> <p>36.2 Kb (el promedio mundial es 320 Kb)</p> <p>○○○</p>
	<p>Tiempo de carga</p> <p>0.72 segundo(s) (50.54 Kb/s)</p> <p>○○○ ●○○</p>
	<p>Idioma</p> <p>Declarado: es</p> <p>Detectado: es</p> <p>○○○ ●○○</p>
	<p>Microformatos</p> <p>Se han encontrado 1 tipo(s) de microformato</p> <ul style="list-style-type: none"> • nofollow <p>○○○ ●○○</p>
	<p>Dublin Core</p> <p>No disponible</p> <p>○○○ ●○○</p>



Seguridad

IP del servidor 46.137.124.197
Ubicación del servidor: DUBLIN

Bloquear spam Su IP no está en la lista negra del Spammer Directory.

Navegación segura Sí

Disponibilidad del dominio

Dominios (TLD)	Estado	Caducidad
rankia.com	🔒	0 años 6 meses 4 días
rankia.net	🔒	0 años 8 meses 3 días
rankia.org	🔒	0 años 9 meses 27 días
rankia.info	🔒	Disponibile. ¡Regístrelo ahora!
rankia.biz	🔒	Disponibile. ¡Regístrelo ahora!
rankia.eu	🔒	Disponibile. ¡Regístrelo ahora!

Dominios similares disponibles

Dominios (nombres similares)	Estado	Caducidad
eankia.mx	🔒	Disponibile. ¡Regístrelo ahora!
rznkia.mx	🔒	Disponibile. ¡Regístrelo ahora!
rabkia.mx	🔒	Disponibile. ¡Regístrelo ahora!
ranjia.mx	🔒	Disponibile. ¡Regístrelo ahora!
ranoia.mx	🔒	Disponibile. ¡Regístrelo ahora!
ramkia.mx	🔒	Disponibile. ¡Regístrelo ahora!

Mostrar más

Privacidad del correo electrónico ¡Bien! No se ha encontrado ninguna dirección de email en texto plano.

Explorar directorio web No

Firma del servidor No

Tecnologías

Google™ Analytics Sí

Tecnologías

Google Analytics	Analytics
jQuery	JavaScript framework
New Relic	Analytics
Nginx	Web server
RackCache	Cache tool
Ruby on Rails	Web framework
Ruby	Programming language

Validez W3C Invalid: 4 error(es), 1 advertencia(s)

Doctype HTML5

Codificación UTF-8



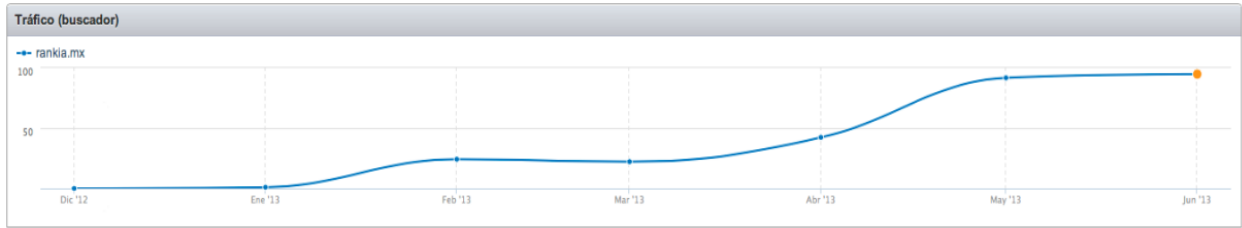
ANEXO 2: análisis Open Site Explorer (1 julio 2012)



	rankia.mx	www.elsiglodetorreon.com.mx/	www.eleconomistaamerica.mx/	www.elfinanciero.com.mx/
Page Authority:	36	69	37	75
Page MozRank:	.09	5.56	5.14	5.57
Page MozTrust:	3.49	5.92	5.7	6.01
Internal Followed Links:	0	5,488	96	6,465
External Followed Links:	2	17,899	47,114	30,557
Total Internal Links:	0	5,491	96	6,465
Total External Links:	3	17,959	47,148	30,734
Total Links:	3	23,450	47,244	37,199
Followed Linking Root Domains:	1	342	9	903
Total Linking Root Domains:	2	362	9	974
Linking C Blocks:	3	266	2	641
<ul style="list-style-type: none"> Followed Links vs Nofollowed Links: Internal Links vs External Links 				

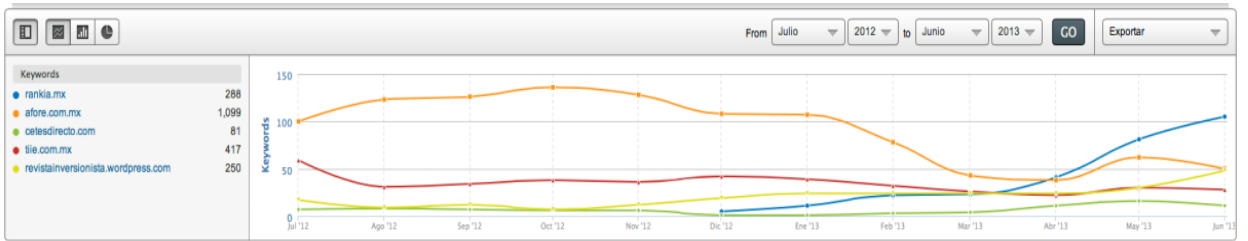


ANEXO 3: análisis SEM Rush (1 julio 2012)



Palabras clave orgánicas 1 - 100 (105)

Palabra clave	Pos	Volumen	CPC	URL	Tráfico %	Costos %	Com.	Resultados	Tendencia	SERP fuente
afore banamex	7 (9)	480	0.10	www.rankia.mx/bl_anamex	20.37	13.64	0.07	206,000		
afore bancomer	4 (8)	260	0.10	www.rankia.mx/bl_ncomer	19.31	12.93	0.09	154,000		
coppel	17	3,600	0.10	www.rankia.mx/bl_coppel	15.28	10.23	0.00	2,000,000		
afore coppel	4	91	0.10	www.rankia.mx/bl_coppel	6.76	4.52	0.03	122,000		
celes directo	3 (2)	58	0.10	www.rankia.mx/bl_directo	5.54	3.71	0.00	49,000		
casas_geo	15 (11)	880	0.42	www.rankia.mx/bl_as-geo	4.66	13.13	0.32	832,000		
afore banorte	10	110	0.10	www.rankia.mx/bl_anorte	3.50	2.34	0.09	179,000		
negocios para invertir	8	58	1.50	www.rankia.mx/fo_mexico	1.84	18.55	0.96	2,810,000		
bancomer afore	3 (7)	16	0.10	www.rankia.mx/bl_ncomer	1.52	1.02	0.06	174,000		



res en búsqueda orgánica 1 - 100 (568)

Dominio	Competition level	Palabras clave comunes	Palabras clave (buscador)	Tráfico (buscador)	Precio de tráfico (buscador)	Palabras clave (Ads)
afore.com.mx		23	50	186	16	0
cetesdirecto.com		9	11	43	3	0
lie.com.mx		9	28	12	0	0
revistainversionista.wordpress.com		7	48	33	14	0
consar.gob.mx		14	156	626	61	0
profuturognp-fondos.com.m...		6	9	9	0	0
sumbonuevo.com.mx		6	9	1	0	0
profuturognp.com.mx		6	13	3	0	0
reporteindigo.com		15	193	501	206	0



ANEXO 4: análisis WMTIPS <http://www.wmtips.com> (1 julio 2012)

Title analysis

Title text	Rankia México		
Title keywords in the page body	Word	Count	Density
	rankia	25	1.39%
	méxico	14	0.78%
	total	39	2.16%

Meta keywords analysis

Meta Keywords			
Meta Keywords in the page body	Word	Count	Density
	total	none	0%

Meta description analysis

Meta Description			
Meta Description keywords in the page body	Word	Count	Density
	total	none	0%

Word statistics

In the table below all words shorter than 4 symbols are skipped. Here are the stats:

Word	Overall Count	Count in H1-H6	Count in Links	Count in ALTs	Density
rankia	25	0	5	1	1.39%
2013	23	1	4	0	1.28%
foro	22	2	3	0	1.22%
julio	20	0	5	0	1.11%
bolsa	16	0	8	0	0.89%
méxico	14	1	6	0	0.78%
más	13	0	3	0	0.72%
para	12	0	4	0	0.67%
foros	10	1	5	0	0.55%
mejores	10	1	5	0	0.55%
inversión	9	1	3	0	0.5%
banco	9	1	2	0	0.5%
suscríbete	8	1	2	0	0.44%
rentabilidad	8	3	5	0	0.44%
cetes	8	0	2	0	0.44%
titulares	8	0	3	0	0.44%
sobre	8	1	2	0	0.44%
fija	7	1	4	0	0.39%
opciones	7	1	4	0	0.39%
certificados	7	0	3	0	0.39%
financiera	7	0	3	0	0.39%
tasa	7	0	3	0	0.39%
finanzas	6	0	1	0	0.33%
blogs	6	0	3	0	0.33%
forex	6	0	5	0	0.33%
azteca	6	1	1	0	0.33%
¿qué	6	1	6	0	0.33%
renta	6	1	3	0	0.33%

