01 / OBJETIVOS DEL PROYECTO

Nuestros objetivos de Representación Digital.

Tres objetivos orientan el proyecto: construir la infraestructura, ampliar la presencia y conducir a FFL hacia el liderazgo de su categoría.

01 / INFRAESTRUCTURA

Construir la base digital

Optimizar la tienda, el catálogo y los contenidos para sostener una presencia clara, útil y continua.

Calidad técnica · estructura · contenidos

02 / PRESENCIA MULTICANAL

Ampliar el alcance

Conectar buscadores, catálogos de productos, redes sociales e IA para abrir más caminos hacia FFL.

Visibilidad y representación por canal

03 / LIDERAZGO TERRITORIAL

Crear hegemonía digital

Fortalecer el SEO local de los showrooms y la autoridad de FFL en su categoría y los mercados priorizados.

Posicionamiento y presencia por territorio

La dirección del proyecto: desarrollar una infraestructura de representación digital que fortalezca la presencia, la autoridad y la relación digital de FFL de forma continua.

El avance se revisa mediante calidad de la infraestructura, visibilidad por canal y posicionamiento territorial. La hegemonía expresa el objetivo de liderazgo que guía la estrategia.

02 / CONTRATO Y VALOR ENTREGADO

Lo contratado, lo entregado y el valor adicional de GOA.

Contrato vigente desde finales de enero de 2026 · Balance documentado al 6 de octubre.

Línea de trabajo	Lo acordado	Lo entregado	Valor adicional
Fichas de producto Optimización SEO	**6 por mes** Cuota mensual del contrato	**41** En el lote de septiembre	**+35 fichas** Frente a las 6 previstas ese mes
Contenidos para posicionar Artículos y nuevas páginas	**6 por mes** 48 de referencia · febrero–septiembre	**69** 49 artículos + 20 páginas del clúster	**+21 piezas** 43,8 % sobre esa referencia
SEO local Google Business Profile	**2 fichas** Polanco y Cancún	**2 sedes trabajadas** Polanco: gestión directa · Cancún: acciones externas	**Tracción territorial** Avances locales detallados en esta presentación

CALIDAD EDITORIAL

50 / 50

Artículos con autoría César Olvera revisada.

MERCHANT CENTER · APOYO EXTRA

454

Canal activado y catálogo adaptado a sus requisitos, fuera del contrato y sin costo adicional.

OPTIMIZACIÓN INTEGRAL DE TIENDA

64 → 90

Calidad técnica y estructura para posicionar.

▶ Ver qué incluyen las entregas y mejoras de calidad

Base: febrero–septiembre, 8 meses completos (6 × 8 = 48); octubre en curso. 69 = 49 artículos de 2026 + 20 páginas del clúster, incluidas una sola vez. Fichas: 41 del lote de septiembre, no acumulado. Fuentes: GOA, inventario público y cierre mensual. Ver clúster ↗ · Ver cierre ↗ ·

03 / EVOLUCIÓN DEL ECOSISTEMA

De Google a un ecosistema de presencia digital.

Del canal con el que comenzamos a los nuevos caminos que construimos hacia los productos y showrooms de FFL.

PUNTO DE PARTIDA · DICIEMBRE 2025

Presencia inicial en Google

600

clics en Google

Primer hito · 28 dic 2025

Ventana de 28 días

LO QUE CONSTRUIMOS →

01 **Tienda y contenidos**
Migración, SEO, fichas y artículos.

02 **Nuevos canales**
Merchant Center, Bing, LinkedIn y Facebook.

03 **Más puntos de contacto**
Buscadores, mapas, redes e IA.

ECOSISTEMA MEDIDO · SEPTIEMBRE 2026

2.414
clics registrados

730.104
impresiones registradas

Aporte de los canales al total de clics · toca para explorar



● Google **1.515** ● Merchant **817** ● Bing **82**

Equivalencia publicitaria — Tráfico **USD 651,78** — Exposición **USD 33.774,61**

La presencia construida va más allá de este total.

Redes sociales, posicionamiento local e IA también forman parte del ecosistema. Explora su alcance:

LinkedIn + Facebook ↗ | Mapas y showrooms ↗ | Respuestas en IA ↗

Inicio: hito GSC de 28 días. Cierre: 1–30 sep, tres fuentes, suma bruta sin deduplicar; periodos y cobertura distintos. LinkedIn y Facebook pendientes de integrar al total. Migración y apertura de redes informadas por GOA. Ver cierre ↗ · Informe integral ↗

04 / BÚSQUEDA ORGÁNICA

Búsqueda orgánica: tres canales que atraen visitas.

Septiembre · Google Web, catálogo de productos en Google y Bing Search. Explora los clics y las impresiones de cada fuente.



Clics | Impresiones

Google Search Console Web	Septiembre · último día provisional · 62,76 % del total bruto	1.515
Merchant Center orgánico	Septiembre · catálogo de productos · 33,84 % del total bruto	817
Bing Search · filtro All	Septiembre · filtro All del reporte · 3,40 % del total bruto	82

Selecciona un segmento para ver su participación y fuente. Totales brutos sin deduplicar.

Cierre septiembre e informe integral. Total bruto de los tres registros, sin deduplicar; no son personas únicas. Google Web incluye resultados con IA y Bing Search usa el filtro All: no hay desglose exclusivamente sin IA. El siguiente apartado de IA muestra sus métricas por separado, sin sumarlas a estos totales.

05 / POSICIÓN LOCAL

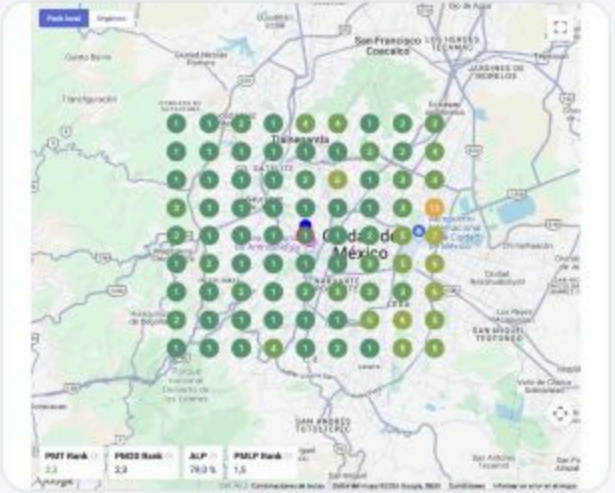
Polanco: de no aparecer a ocupar las primeras posiciones.

Inicio sin visibilidad frente al 1 de octubre · Búsqueda actual: “Venta de Máquinas para Gimnasios”.

Inicio · sin visibilidad | 1 octubre | Comparar mapas



INICIO · Sin visibilidad · Esquema GOA



1 octubre · 64 / 81 Top 3

PUNTOS EN LOS PRIMEROS 3 PUESTOS

64 / 81

79 % del grid · 44 puntos en el puesto 1.
Posición media: 2,3 · 9 reseñas.

De posiciones superiores a 20 a un 79 % del grid en Top 3.
El mapa de mayo ya reflejaba avances; no era el inicio del proyecto.

Cancún: optimizaciones externas y avances reportados por GOA; cuantificación comparable pendiente.

Inicio informado por GOA: todos los puntos en +20; esquema ilustrativo, fecha y captura original pendientes. Resultado: DinoRank, Polanco, 1 oct 2026, 81 puntos. El 79 % corresponde a esta consulta y cuadrícula; no es cuota de mercado. Ver medición intermedia del 31 de mayo ↗.

06 / INTELIGENCIA ARTIFICIAL

IA: presencia en respuestas y visitas a la tienda.

Google IA y Bing IA muestran exposición y citas. ChatGPT registra sesiones que llegan a la tienda. Cada resultado conserva su propia unidad.

Google

GOOGLE SEARCH · IA

11.183

IMPRESIONES EN IA

Impresiones en resultados con IA durante septiembre. **+31,39 %** frente a agosto.

Explorar dato ↗

Microsoft Bing

BING · RESPUESTAS CON IA

422

CITAS EN RESPUESTAS

Citas registradas durante septiembre; **+141,14 %** frente a agosto.

Explorar dato ↗

ChatGPT

CHATGPT → SHOPIFY

39



SESIONES A LA TIENDA

Sesiones atribuidas a ChatGPT: 5 orgánicas y 34 con clasificación desconocida.

Explorar dato ↗

Gemini **Perplexity** **Medición por completar.** La evidencia disponible todavía no permite cuantificar su presencia y tráfico.

Septiembre 2026 · Cierre mensual e informe integral. Google IA está incluido en Google Web; no se añade al total de búsqueda. Google IA y Bing IA no tienen clics exclusivos acreditados en este corte. Las 39 sesiones de ChatGPT incluyen 5 orgánicas y 34 de clasificación desconocida. Impresiones, citas y sesiones no se suman ni se valoran como ingresos.

07 / ACTIVO DIGITAL

El crecimiento del activo digital y la representación digital.

Del primer cierre documentado a la oportunidad estimada de Ciudad de México + Cancún.

01 / PRIMER CIERRE · ENERO 2026

Un canal de búsqueda

1.029 clics

· 121.356 impresiones

Google Web · 1,74 % en la escala de referencia

02 / CIERRE ACTUAL · SEPTIEMBRE

Un ecosistema activo

2.414 clics

· 730.104 impresiones

Multicanal · 4,08 % en la escala de referencia

03 / OPORTUNIDAD · CDMX + CANCÚN

100 % de la muestra estimada

59.120 búsquedas/mes

Ads parcial: USD 5.081,10–39.938,20 / mes

Explora un escenario de captación

Inicio | Actual · escala | 10 % | 25 % | 50 % | 100 %

Referencia de inicio — 100 % de la muestra

Captación simulada
10,00 %

Clics estimados / mes
5.912

Equivalente Ads parcial / mes
USD 508,11–3.993,82

Mueve el control para explorar una hipótesis; los porcentajes de inicio y actual sirven como referencia de escala, no como cuota territorial medida.

Enero: primer cierre completo; mediciones desde diciembre. Septiembre: suma bruta multicanal, sin filtro territorial. Los % son referencias de escala, no cuota medida. CDMX + Cancún: suma preliminar sin deduplicar; muestra parcial, promedio sep 2025–ago 2026. Escenario = volumen × %; Ads = subtotal publicitario × % (pujas para el 82,37 % del volumen), no coste real ni ahorro garantizado. Matriz CDMX ↗ · Cancún ↗.

08 / OPORTUNIDAD TERRITORIAL

La demanda ya existe. Hay territorio por conquistar.

Muestra de búsquedas de productos, marcas y temas relacionados: toca una ciudad y consulta sus cifras debajo del mapa.



2 mercados base · 11 ciudades investigadas
Ubicaciones orientativas; no representan cobertura ganada.

LOCALIDAD SELECCIONADA

Ciudad de México

Ver matriz de esta ciudad ↗

BÚSQUEDAS / MES

52.420

Grupo de palabras investigadas

EQUIVALENTE CPC / MES

USD 4.756,50–37.543,80

Pujas disponibles para el 87,8 % del volumen.

EQUIVALENTE CPM / MES

Pendiente

Faltan impresiones y CPM de la localidad

CPC + CPM

Sin total validado

Son valoraciones distintas; no se suman

5 % hipotético | 10 % hipotético

2.621 visitas/mes si esa fracción generara una visita.

Selecciona una ciudad en el mapa para consultar sus cifras.

Muestra limitada, no todo el mercado mexicano. Sep 2025–ago 2026; investigación 5 oct, Sheet verificado 6 oct. Valor = volumen × pujas disponibles (USD), sin CTR: no ingresos ni ahorro. Escenarios ilustrativos, no pronósticos. Captación actual por ciudad: ND. No se suman ciudades.

09 / HITOS ALCANZADOS

Cinco hitos. Un activo digital en funcionamiento.

De una tienda a una infraestructura que representa a FFL y genera presencia orgánica continuamente.

01 · ALCANZADO

Web optimizada

64 → 90

Calidad on-page. Una tienda preparada para captar búsquedas y sostener presencia digital.

02 · ALCANZADO

Merchant Center activo

817 clics

El catálogo ya genera tráfico orgánico desde una infraestructura adicional.

03 · ALCANZADO

Bing abierto

Nuevo canal

Otra fuente de búsqueda en operación, con tráfico registrado y seguimiento propio.

04 · ALCANZADO

Presencia en IA

Nuevas respuestas

Google IA, Bing AI y ChatGPT aportan señales de representación que ya medimos.

05 · CONSOLIDACIÓN DEL ACTIVO DIGITAL

Los canales trabajan juntos. La presencia se construye mes a mes.

Nuestra tesis: construir un activo de presencia orgánica continua para reducir la dependencia de publicidad pagada.

● Infraestructura en operación

SEPTIEMBRE · PRESENCIA GENERADA

2.414
clics

730.104
impresiones

EQUIVALENCIA PUBLICITARIA ESTIMADA / MES

USD 651,78
Por clics · escenario CPC

USD 33.774,61
Por impresiones · escenario CPM

Cierre de septiembre, con cobertura parcial por fuente. Informe integral ↗ · CPC y CPM son equivalencias alternativas: no se suman. Usan tarifas históricas; no acreditan ahorro efectivo, retorno financiero ni valor patrimonial del activo.