AUDITORÍA DE PRESENCIA DIGITAL

Auditoría Creditaria

Sitio web e IA

contenido, acceso y confianza

Google y reputación

búsquedas, fichas y opiniones

QUÉ CONTIENE ESTA EDICIÓN

01
Base histórica completa · corte sep–oct

02
Ocho auditorías complementarias · 3 nov

03
Apartado YMYL · finanzas y franquicias

04
89 registros trazables y próximos pasos

173	8	89
PÁGINAS DE ESTA EDICIÓN INTEGRADA	AUDITORÍAS COMPLEMENTARIAS	REGISTROS PRESERVADOS Y TRAZABLES

Actualización documental al 5 de noviembre de 2026. Conserva íntegra la base histórica y distingue observaciones, estimaciones, límites y datos no disponibles.

ANTES DE COMENZAR

Cómo leer esta edición integrada

Esta edición conserva las 134 páginas de la base histórica del 28-oct-2026 y suma ocho auditorías del 3-nov, un apartado YMYL actualizado al 5-nov y una matriz de 89 registros.

El resumen y el índice actualizados aparecen al inicio. La base histórica mantiene su fecha y contenido; las observaciones nuevas se presentan después con sus fuentes, periodos y límites.

Las puntuaciones pertenecen a rúbricas distintas. GEO es 36/100 (36,25 calculado); 37 fue un error de redondeo. Las métricas de muestra, estimaciones y observaciones no se extrapolan ni se mezclan.

YMYL describe temas que pueden afectar dinero o bienestar. No es una certificación ni una penalización automática. ND significa que falta evidencia; las conclusiones legales y regulatorias requieren validar aplicabilidad y documentos con Legal.

CUATRO CLAVES PARA INTERPRETAR LOS RESULTADOS

01 Observado: evidencia con fecha y cobertura

02 Estimado: aproximación de una herramienta

03 Propuesto: acción por acordar

04 Pendiente: requiere confirmación

RESUMEN EJECUTIVO · CORTE 5-NOV-2026

La prioridad es que cada persona pueda evaluar la confianza y el riesgo

Creditaria atiende decisiones financieras de impacto: créditos para consumidores y una oferta de franquicia que implica invertir capital propio. Google denomina YMYL a temas capaces de afectar la estabilidad financiera o el bienestar; para ellos sus sistemas dan más peso a señales de alta confiabilidad. Esto no es una nota automática ni una sanción.

En las páginas observadas hay identidad legal y contenido útil, junto con brechas de autoría, explicación de comisiones, pruebas sociales, cifras corporativas y atención al usuario. En franquicias se observó una promesa de retorno garantizado sin condiciones, páginas de captación sin costos visibles y falta de resultados medibles. Existencia de garantía, estatus jurídico y entrega de información previa al contrato: ND; validar con Legal.

La auditoría técnica (corte 3-nov) registra 403 en solicitudes de prueba con agentes declarados y a clientes no navegador; no demuestra bloqueo de bots oficiales verificados. robots.txt permitía los bots probados y declaraba sitemap, aunque WAF/sitemap dieron desafío por esa ruta. PageSpeed móvil: rendimiento 80 en laboratorio; datos de campo aprobaron métricas web esenciales (LCP 2 s, INP 78 ms, CLS 0). Son mediciones distintas.

Backlinks: 668 de 1.000 filas de una muestra (66,8 %) se clasificaron como spam; no equivale al perfil completo ni acredita una campaña. Las 3.247 URL y 984 fichas son inventario web, no indexación, oficinas activas ni perfiles de Google Business.

CUATRO FRENTES DE TRABAJO

01 Claridad y confianza en servicios financieros

02 Información verificable antes de invertir

03 Acceso técnico, contenido y arquitectura

04 Distribución, reputación y autoridad externa

ÍNDICE ACTUALIZADO · CORTE 5 NOVIEMBRE 2026

Ruta de lectura y mapa de cobertura

Páginas 1–4: portada, guía, resumen ejecutivo e índice. La base histórica completa, con su fecha sep–oct, ocupa las páginas 5–136. No se recalculó ni reemplazó su contenido.

Páginas 137–140: puntuaciones y apartado YMYL. Páginas 141–146: GEO, confianza, franquicia, redes, backlinks y arquitectura. Página 147: límites y lectura financiera.

Páginas 148–149: prioridades y medición. Páginas 150–172: matriz de 89 registros por auditoría, con IDs y referencias. Página 173: cierre de la actualización.

La fuente primaria y el periodo de cada registro están en CONTROL-COBERTURA-TRAZABILIDAD-2026-11-04.json. Las notas de respaldo del 4–5 nov se integran en el apartado YMYL y técnico.

RUTA DE LECTURA

01 137–140 · puntuaciones y apartado YMYL

02 141–147 · auditorías, límites y alcance

03 148–173 · plan, trazabilidad y cierre

04 La base histórica inicia en la página 5 y conserva sus 134 páginas.

LECTURA DEL EXPEDIENTE

Panorama del informe

01 Compilado de reportes de posicionamiento en buscadores (SEO), motores generativos (GEO) y marketing: Creditaria México (creditaria.com.mx) Fecha de auditoría: 27 de septiembre – 14 de octubre de 2026 URL: [F001] Tipo de negocio: Bróker hipotecario con una red nacional de franquicias. Atiende a consumidores (B2C) y ofrece franquicias a otras empresas (B2B), en México. Forma parte de Grupo HIR desde septiembre de 2025. Alcance observado: 34 direcciones web (URL, la dirección de cada página): 27 revisadas en navegador y 7 manualmente, de unas 3,166 incluidas en el mapa del sitio (sitemap); 23 consultas en Bing México; 4 páginas de resultados de Google,

02 según Ubersuggest; 7 preguntas a Copilot y 5 competidores. Tecnología detectada: WordPress, Elementor Pro, tema Finpath, Yoast SEO, Cloudflare (cortafuegos de aplicaciones web, WAF), Google Analytics 4 (GA4, analítica de visitas) y Google Tag Manager (GTM, administración de etiquetas de medición), Pipedrive y la aplicación propia creditaria.app. Puntuación integral del informe: 41/100 (Deficiente) Auditor: Group ONE Agency — gerente sénior de proyectos SEO CONTENIDO DEL COMPILADO Este documento reúne los informes sobre Creditaria México elaborados en la conversación de trabajo entre el 27 de septiembre y el 14 de octubre de 2026.

03 Documento principal Informe Integral SEO + GEO + Marketing (27-sep-2026, con la sección 6.2 de la ficha de Google añadida el 28-sep) Anexos Anexo 1 — Auditoría GEO Anexo 2 — Auditoría de marketing Anexo 3 — Facilidad para citar la página de inicio Anexo 4 — Citabilidad: /creditos-hipotecarios/ Anexo 5 — Citabilidad: artículo «Cláusula ad corpus»

04 Anexo 6 — Posicionamiento geolocalizado en México Anexo 7 — Análisis de la página de inicio (14-oct-2026) Anexo 8 — Análisis complementarios: ficha de Google, categorías, término del mercado, CMS, plan, arquitectura y blog Anexo 9 — Resumen de datos de la auditoría

LECTURA DEL EXPEDIENTE

Panorama del informe

01 Los anexos 1–6 y 9 reproducen materiales elaborados el 27 de septiembre. El anexo 7 contiene el análisis de la página de inicio del 14 de octubre; el anexo 8 reúne respuestas del chat y la evidencia asociada. REPRESENTACIÓN DIGITAL DE LA ENTIDAD — ESTADO ACTUAL, FALLAS, BENEFICIO E IMPACTO Esta síntesis reúne observaciones del 27 de septiembre de 2026 sobre el sitio y su presencia en Google (medida con Ubersuggest), Bing y Copilot en México. También considera prensa, directorios, bibliotecas de anuncios y dominios que usan la marca.

02 A. Cómo aparece hoy la entidad en los canales digitales Canal: Sitio web · Situación observada el 27-sep-2026: WordPress/Elementor con 19 páginas, ~2,116 publicaciones y 971 fichas de franquiciatario. La página de inicio no tiene teléfono, WhatsApp ni formulario; /contacto/ no incluye formulario y muestra un testimonio de demostración. El aviso de privacidad aparece vacío y se publican cinco años de fundación distintos.

03 Canal: Google · Situación observada el 27-sep-2026: 1,205 keywords y ~7,120 visitas/mes estimadas (×7 desde enero 2026), casi todo informativo (ad corpus, traspaso Infonavit, día del banquero). #1 para «creditaria»; ausente en «crédito hipotecario», «simulador», «mejor crédito hipotecario».

04 Canal: Bing / Copilot · Situación observada el 27-sep-2026: Creditaria aparece en 5 de 19 consultas de la categoría. El informe calcula además una presencia relativa (share of voice) de 4,0 %, frente a 6,5 % de SOC. Son indicadores distintos. Creditaria ocupa el lugar #1 para «franquicia hipotecaria» y #2 para «broker hipotecario».

LECTURA DEL EXPEDIENTE

Panorama del informe

01 Canal: Asistentes de IA · Situación observada el 27-sep-2026: Los rastreadores GPTBot y ClaudeBot reciben un bloqueo; OAI-SearchBot y PerplexityBot reciben un desafío de JavaScript para comprobar que la solicitud es válida. Copilot menciona a Creditaria en 1 de 7 consultas y da una fecha de adquisición distinta: 2023 en vez de 2025.

02 Canal: Mapas y fichas · Situación observada el 27-sep-2026: Ficha de Google «Creditaria México» (verificada 28-sep-2026): 4,1 estrellas, 43 reseñas, categoría principal «Consultora financiera» (en búsquedas aparece como «Corredor hipotecario», probable secundaria), Leibnitz 117 Anzures. Los resultados locales de mapas de la marca incluyen muchas franquicias con nombres propios (Creditaria Rivas, Tafolla, Esencial, Sapiens).

03 Canal: Directorios · Situación observada el 27-sep-2026: D&B, mexicopymes, directorioempresarialmexico: Puntacatoche Ibérica, S. de R.L. de C.V., Jorge Eliot 12, Polanco. Dinero.mx lista decenas de oficinas Creditaria por ciudad. Canal: Redes · Situación observada el 27-sep-2026: Facebook, Instagram, X, TikTok enlazados; YouTube (3,87 K subs, 651 vídeos, 4,28 M vistas) y LinkedIn existen pero no se enlazan.

04 Canal: YouTube · Situación observada el 27-sep-2026: El canal está activo desde 2011 y suma 4,28 M de vistas. El informe observa que el sitio casi no aprovecha este contenido ni lo incluye en sus datos estructurados sobre la empresa. Canal: Marketplaces / directorios de franquicia · Situación observada el 27-sep-2026: tufranquicia, franquixia, 100franquicias, negocius, mejoresfranquiciasenmexico con datos no homogéneos («25 años», «420 franquicias»).

LECTURA DEL EXPEDIENTE

Panorama del informe

01 Canal: Publicidad · Situación observada el 27-sep-2026: Google: ~700 anuncios del anunciante verificado PUNTACATOCHE IBERICA, activos en la fecha de la revisión. Meta: ~80 anuncios activos de páginas de franquiciatarios, cada una con su nombre. Canal: Prensa y sector · Situación observada el 27-sep-2026: Milenio, La Jornada y LexLatin (adquisición por Grupo HIR, sept-oct 2025); El Economista, Mundo Ejecutivo, Rankia, Dinero.mx.

02 Canal: Grafos de conocimiento · Situación observada el 27-sep-2026: Sin Wikidata ni Wikipedia. Canal: Demanda de marca · Situación observada el 27-sep-2026: «creditaria» 2,400/mes (+640 variantes MX); autocompletar con «es confiable», «opiniones», «quejas», «vs soc», «razón social» y colisión con «Creditea».

03 Lectura del informe: Creditaria tiene una presencia externa amplia que puede comprobarse. Sin embargo, su sitio presenta datos que se contradicen, no ofrece una vía de contacto desde la portada y dificulta el acceso de los asistentes de inteligencia artificial (IA) que responden preguntas como «¿qué bróker me conviene?». B. Problemas observados Veracidad y coherencia

04 Cinco años de fundación publicados (2000, ≈2007, «desde 2023», 2008 según Copilot, «25 años» en directorios) y ninguna mención de Grupo HIR en Quiénes somos. Dos domicilios (Leibnitz 117 en los datos estructurados y el mapa; Jorge Eliot 12 en registros y LinkedIn).

LECTURA DEL EXPEDIENTE

Panorama del informe

01 Los datos estructurados fijan a mano una valoración AggregateRating de 4,1/42, aunque el sitio no puede atribuirse reseñas propias; además, muestran el testimonio de demostración «Claire Olson — Founder & CEO» y ponen como autor del blog el correo de un tercero. Confianza legal Aviso de privacidad vacío mientras la precalificación pide ingresos. Conversión

02 La página de inicio no tiene una vía de contacto; su botón principal solo desplaza al visitante a otra sección. /contacto/ promete un formulario que no existe. Acceso de la IA Cloudflare bloquea o somete a una prueba automática a los rastreadores de IA y bloquea direcciones IP tras unas 27 solicitudes. Visibilidad comercial

03 El tráfico es informativo; en «asesor hipotecario», «asesoría gratuita» y consultas por ciudad ganan SOC, Credimejora y fichas de terceros. 971 fichas de franquicia de 43-56 palabras sin dirección ni datos estructurados local: el informe considera que estas fichas son el activo local más grande del sector, pero están incompletas. Identidad fragmentada

04 creditaria.com y creditaria.mx redirigen a un despacho de abogados en Madrid; creditaria.digital, creditaria.info, creditaria.us y sitios de franquiciatarios usan la marca sin enlazar al oficial. C. Beneficios posibles si se corrigen Falla corregida: Permitir el acceso a rastreadores de buscadores de IA · Beneficio directo: ChatGPT Search, Perplexity y Claude podrían leer el sitio y citarlo · Cuantificación disponible: De 0 a un máximo de 7 consultas con una fuente propia (referencia observada en Copilot: 1/7)



LECTURA DEL EXPEDIENTE

Panorama del informe

01 Falla corregida: Publicar una cronología única e incluir a HIR · Beneficio directo: Copilot y Gemini podrían dejar de repetir «2023» y «2008» · Cuantificación disponible: El informe detectó 1 respuesta con un dato incorrecto Falla corregida: Añadir vías de contacto a la página de inicio y un formulario en la página de contacto · Beneficio directo: Recibir consultas comerciales de las visitas que ya llegan · Cuantificación disponible: Posible aumento de 2 a 4 veces [SUPUESTO — GA4] sobre unas 7,120 visitas al mes

02 Falla corregida: Completar el aviso de privacidad y quitar textos de muestra · Beneficio directo: Dar más confianza a quienes buscan «es confiable» u «opiniones» · Cuantificación disponible: Podría reducir riesgos legales [CONFIRMAR con jurídico]

03 Falla corregida: Completar el nombre, la dirección y el teléfono de las fichas de franquicia, y describir cada oficina como negocio local (LocalBusiness) · Beneficio directo: Consultas «broker hipotecario + ciudad» · Cuantificación disponible: 971 páginas pueden aparecer en buscadores; SOC ya obtiene posiciones con un directorio similar

04 Falla corregida: Describir a la empresa con datos estructurados correctos y completos · Beneficio directo: Podría permitir que los buscadores muestren resultados ampliados y relacionen mejor a la empresa con otras fuentes · Cuantificación disponible: La descripción de Organization (empresa) no incluye teléfono, dirección ni enlaces oficiales (sameAs)

LECTURA DEL EXPEDIENTE

Panorama del informe

01 Falla corregida: Ordenar los dominios que usan el nombre · Beneficio directo: Resultados de búsqueda de marca más claros · Cuantificación disponible: Hay 5 dominios ajenos o fragmentados entre los primeros 20 resultados de «creditaria» D. Cambios esperados en la representación digital Canal: Sitio · Situación observada: Datos contradictorios y sin contacto desde la página de inicio · Cambio que propone el informe: Información consistente, botón de precalificación, contacto y WhatsApp

02 Canal: Google · Situación observada: Tráfico informativo sin conversión · Cambio que propone el informe: Informativo + comercial (simulador, oficinas por ciudad) Canal: Bing/Copilot · Situación observada: Presencia de 4,0 %; Copilot dio un dato incorrecto · Cambio que propone el informe: Meta propuesta: ≥ 9 % y respuesta correcta con fuente propia Canal: IA (ChatGPT/Perplexity) · Situación observada: Sin acceso · Cambio que propone el informe: Citable directamente

03 Canal: Mapas · Situación observada: Resultados locales con fichas de franquiciatarios presentadas de forma desigual · Cambio que propone el informe: Fichas con nombre, dirección y teléfono consistentes, enlazadas desde el sitio Canal: Directorios · Situación observada: Datos distintos entre sitios · Cambio que propone el informe: Distribuir una ficha con datos oficiales

04 Canal: YouTube/LinkedIn · Situación observada: El sitio no enlaza estos perfiles · Cambio que propone el informe: Añadir enlaces oficiales a los datos estructurados (campo sameAs) y al pie del sitio Canal: Publicidad · Situación observada: Anuncios distribuidos entre diferentes cuentas · Cambio que propone el informe: Crear un conjunto común de anuncios, páginas de destino y medición

LECTURA DEL EXPEDIENTE

Panorama del informe

01 Canal: Relación entre entidades en bases de conocimiento · Situación observada: No se encontró una entrada en Wikidata · Cambio que propone el informe: Crear una entrada con fuentes de prensa

02 Indicadores y metas que propone el informe: puntuación GEO (40 → ≥ 65), presencia en Bing (4,0 % → ≥ 9 %), consultas con una referencia del propio sitio (1/7 → ≥ 5/7), contactos por fuente en GA4 y consistencia del nombre, la dirección y el teléfono. Para este último indicador, se parte de dos domicilios distintos y se plantea revisar si las 10 de 10 fuentes llegan a estar alineadas. ÍNDICE Parte 0 — Marco general

03 0.1 Resumen ejecutivo · 0.2 Cuadro de mando · 0.3 Advertencia metodológica · 0.4 Perfil verificado Parte I — Visibilidad en motores de IA (GEO) 1.1 puntuación GEO · 1.2 Citabilidad · 1.3 Rastreadores automáticos y archivo llms.txt (propuesta de texto para orientar a sistemas de IA) · 1.4 presencia en respuestas de IA · 1.5 Entidad Parte II — SEO técnico 2.1 Indexación · 2.2 Rendimiento · 2.3 Seguridad y WAF · 2.4 Datos estructurados · 2.5 Histórico

04 Parte III — Contenido y mensaje 3.1 E-E-A-T (experiencia, conocimientos, autoridad y confianza) · 3.2 Propuesta de valor · 3.3 Léxico · 3.4 Plan editorial Parte IV — Conversión y embudo 4.1 Rutas · 4.2 Formularios · 4.3 Pauta · 4.4 Modelo de impacto Parte V — Mercado y competencia en México 5.1 Bing · 5.2 Google · 5.3 Competidores · 5.4 Directorios de franquicia · 5.5 Demanda de marca

LECTURA DEL EXPEDIENTE

Panorama del informe

01 Parte VI — Local, citaciones y autoridad externa 6.1 nombre, dirección y teléfono · 6.2 Ficha de Google Business Profile · 6.3 Prensa y enlaces · 6.4 Redes y vídeo Parte VII — Ejecución 7.1 Matriz · 7.2 Semana 1 · 7.3 30/60/90 · 7.4 indicadores clave de desempeño · 7.5 Decisiones del cliente Partes VIII-X y apéndices Registro de hallazgos · Bitácora · Conclusión del auditor · Apéndices A-D PARTE 0 — MARCO GENERAL 0.1 Lectura ejecutiva El informe identifica una ventaja clara: Creditaria es una organización de gran escala con presencia documentada. Grupo HIR la compró en septiembre de 2025, la prensa nacional repite que gestiona «1 de cada 7 hipotecas bancarias», más de mil dominios la enlazan, su canal de YouTube suma 4,28 millones de vistas y su blog recibe unas 7,000 visitas mensuales estimadas desde Google. En la consulta «franquicia hipotecaria», aparece en el primer lugar de Bing.

02 La puntuación que asigna este informe es 41/100 (Deficiente) , por cuatro motivos:

03 Los rastreadores de IA tienen dificultades para leer el sitio y Copilot presenta un dato equivocado. Cloudflare bloquea a GPTBot y ClaudeBot, y presenta un reto de JavaScript (JS) a los rastreadores de búsqueda de ChatGPT y Perplexity. Copilot puede consultar el sitio a través de Bing, pero afirma que Grupo HIR adquirió Creditaria en 2023. El informe relaciona ese error con la frase de la portada «Desde el 2023 ayudamos a los mexicanos».

04 El sitio publica datos que no coinciden entre sí ni con otras fuentes. Cinco años de fundación, dos domicilios, una razón social (Puntacatoche Ibérica) que no aparece en ninguna página, y un aviso de privacidad vacío. La portada no ofrece un paso claro para contactar o iniciar una solicitud. No hay teléfono, WhatsApp ni formulario; el botón principal solo lleva a otra sección, y la página de contacto promete un formulario inexistente junto a un testimonio de muestra de la plantilla.

LECTURA DEL EXPEDIENTE

Parte 0

01 La mayoría del tráfico estimado llega por búsquedas informativas. Más del 80 % de las visitas estimadas llega a páginas que no son la página de inicio, casi todas artículos informativos (Ubersuggest: página de inicio 1,115 de 7,120); en «asesor hipotecario», «asesoría hipotecaria gratuita» y búsquedas por ciudad ganan SOC, Credimejora y fichas de terceros, mientras las 971 fichas de franquicia de Creditaria tienen 50 palabras.

02 El informe considera que estos problemas pueden atenderse sin rediseñar el sitio: con ajustes de configuración en Cloudflare, correcciones de contenido, una vía clara para solicitar información y mejoras a la plantilla de las fichas de franquicia. El informe plantea un posible aumento de 2 a 4 veces en los contactos comerciales (consultas comerciales) del sitio corporativo, manteniendo el mismo tráfico. Es un supuesto que requiere validación con datos de Analytics y del sistema comercial. 0.2 Resultados generales #: 1 · Auditoría: Visibilidad en asistentes de IA (GEO) · Puntuación: 40/100 · Lectura: Deficiente: rastreadores bloqueados y datos de identidad contradictorios · Peso estratégico: Muy alto

03 #: 2 · Auditoría: SEO (aspectos técnicos + contenido de página + autoridad + visibilidad) · Puntuación: 43/100 · Lectura: Deficiente: autoridad buena, técnica y plantillas débiles · Peso estratégico: Alto #: 3 · Auditoría: Presencia local e identidad · Puntuación: 38/100 · Lectura: Crítico: dos domicilios, 971 fichas sin información y dominios de terceros · Peso estratégico: Alto

04 #: 4 · Auditoría: Marketing · Puntuación: 43/100 · Lectura: D: no se puede iniciar fácilmente una consulta desde la página de inicio o contacto · Peso estratégico: Muy alto #: 5 · Auditoría: Facilidad para citar la página de inicio · Puntuación: 38/100 · Lectura: Predominan los eslóganes y hay una fecha contradictoria · Peso estratégico: Medio #: 6 · Auditoría: Citabilidad /creditos-hipotecarios/ · Puntuación: 36/100 · Lectura: Sin datos ni definición · Peso estratégico: Medio

LECTURA DEL EXPEDIENTE

Parte 0

01 #: 7 · Auditoría: Citabilidad artículo ad corpus · Puntuación: 57/100 · Lectura: Buena fuente (SCJN), mala estructura · Peso estratégico: Medio #: 8 · Auditoría: Presencia en respuestas de IA (Copilot) · Puntuación: 14/100 · Lectura: 1/7 consultas, con dato falso · Peso estratégico: Alto

02 #: 9 · Auditoría: Presencia en resultados de Bing (categoría) · Puntuación: 4,0 % · Lectura: El informe registra una presencia relativa (share of voice) de 4,0 % y también que apareció en 5/19 consultas. SOC: 6,5 %. · Peso estratégico: Alto #: · Auditoría: Calificación global de este informe (promedio de 1–4) · Puntuación: 41/100 · Lectura: Deficiente · Peso estratégico:

03 Escalas usadas en este informe: para GEO, 90–100 significa Excelente, 75–89 Bueno, 60–74 Aceptable, 40–59 Deficiente y 0–39 Crítico. Para marketing, A corresponde a 85–100, B a 70–84, C a 55–69, D a 40–54 y F a 0–39. Cálculo de la puntuación GEO: facilidad de cita 45 × 0,25 + autoridad 52 × 0,20 + experiencia, conocimientos, autoridad y confianza (E-E-A-T) 40 × 0,20 + aspectos técnicos 27 × 0,15 + datos estructurados 30 × 0,10 + plataformas 32 × 0,10 = 40 .

04 Cálculo de la puntuación de marketing: contenido 45 × 0,25 + facilidad para generar contactos 33 × 0,20 + posicionamiento en buscadores (SEO) 45 × 0,20 + competencia 50 × 0,15 + marca 45 × 0,10 + crecimiento 45 × 0,10 = 43 . Cálculo de la puntuación SEO: técnico 27 × 0,35 + contenido en página 45 × 0,25 + autoridad (1,004 dominios, autoridad estimada 32) 60 × 0,20 + visibilidad 50 × 0,20 = 43 .

LECTURA DEL EXPEDIENTE

Parte 0

01 Presencia local e identidad (38): a favor, la ficha de Google tiene 43 reseñas y coincide con el sitio en nombre, dirección y teléfono. En contra, la categoría principal es genérica, aparecen oficinas de franquiciatarios junto con la marca, hay dos domicilios, 971 fichas no incluyen dirección ni datos estructurados de negocio local, existen dominios de terceros con nombres similares, no hay entrada en Wikidata y SOC ya posiciona con su directorio de oficinas.

02 0.3 Cómo se hizo el análisis y qué no se pudo comprobar Fuentes y fechas: las mediciones principales se realizaron el 27 de septiembre de 2026. Se revisó el sitio en navegador; Ubersuggest para Google México (locId 2484); PSI (PageSpeed Insights, herramienta de velocidad) consultado mediante Ubersuggest; Bing en español de México; Copilot dentro de Bing; la biblioteca de transparencia de Google Ads en México; biblioteca de anuncios de Meta (Meta Ad Library); Google Maps y Google Trends (estos dos últimos el 28 de septiembre); los dominios en NIC México;

03 prensa (Milenio, La Jornada y LexLatin); y directorios (D&B, Dun & Bradstreet, Dinero.mx y Rankia). Límites de la revisión: Rastreo completo del sitio: Cloudflare respondió 403 a las solicitudes hechas con curl y bloqueó la dirección IP de la agencia (error 1106) después de unas 27 solicitudes, incluso durante una sesión válida de navegador. Se revisaron 34 URL; la muestra de publicaciones es pequeña.

04 Datos directos de búsqueda y visitas: no se tuvo acceso a Search Console ni a GA4, y el dominio no forma parte de las propiedades de la agencia. Por eso, el tráfico y las posiciones que aparecen aquí son estimaciones de Ubersuggest. ChatGPT, Perplexity y Gemini: no se midieron porque requieren una sesión. La presencia en respuestas de IA se evaluó solo en Copilot.

LECTURA DEL EXPEDIENTE

Parte 0

01 Cerebro de Nelson: no se consultó el historial de la agencia porque el puerto 5000 estaba ocupado por AirPlay Receiver (ControlCenter, 403). Ficha de Google: se revisó en Google Maps el 28 de septiembre de 2026 desde una vista pública, sin acceso de propietario. Se observaron 4,1 estrellas y 43 reseñas; las categorías secundarias, los servicios y las estadísticas internas no son visibles desde fuera. Datos que no coinciden entre fuentes:

02 #: C1 · Dato: Año de fundación · Fuente A: «2000» (/quienes-somos/) · Fuente B: «18 años» en 2025 (prensa, página de inicio) ≈ 2007; dominio registrado 2007-01-04 · Resolución: Probable 2007 para Creditaria México; «2000» puede referirse a «Creditaria Corporation» [CONFIRMAR] #: C2 · Dato: «Desde el 2023» · Fuente A: Página de inicio · Fuente B: Todas las demás fuentes · Resolución: Errata; corregir

03 #: C3 · Dato: Adquisición HIR · Fuente A: Copilot: 2023 · Fuente B: Milenio/Jornada 22-sep-2025; LexLatin: cierre 11-sep-2025 · Resolución: 2025 #: C4 · Dato: Domicilio · Fuente A: Leibnitz 117, Anzures 11590 (datos estructurados, mapa, ficha de Google) · Fuente B: Jorge Eliot 12 piso 8, Polanco 11560 (D&B, LinkedIn, Dinero.mx) · Resolución: Sede pública = Leibnitz 117 (sitio + Google coinciden); Jorge Eliot 12 probable domicilio fiscal [CONFIRMAR] ; alinear LinkedIn y D&B

04 #: C5 · Dato: No de franquicias · Fuente A: «más de 1,000» (sitio, HIR) · Fuente B: «al menos 420» (Rankia) · Resolución: 1,000+ (fuente más reciente) #: C6 · Dato: Tipo societario · Fuente A: S. de R.L. de C.V. (D&B, Ads) · Fuente B: S.A. de C.V. (directorio Monterrey) · Resolución: S. de R.L. de C.V. [CONFIRMAR] #: C7 · Dato: Pauta · Fuente A: Ubersuggest: 0 keywords de pago · Fuente B: Ads Transparency: ~700 anuncios activos · Resolución: Hay pauta; Ubersuggest no la capta

LECTURA DEL EXPEDIENTE

Parte 0

01 #: C8 · Dato: Asociación de certificación · Fuente A: «AHMEX» (preguntas frecuentes 2) · Fuente B: «Asociación de Brókers Hipotecarios (AHMX)» (preguntas frecuentes 4) · Resolución: Unificar nombre y enlazar a ahmex.com.mx [CONFIRMAR] 0.4 Perfil del negocio y activos digitales observados Identidad: Creditaria México; razón social Puntacatoche Ibérica, S. de R.L. de C.V. (anunciante verificado en Google Ads; D&B con Daniel Fernández Cornago como principal); propiedad de Grupo HIR desde sept-2025.

02 Oferta: crédito hipotecario (adquisición, sustitución, construcción/remodelación), crédito PyME, automotriz, seguros, fondos de inversión, préstamos personales; franquicias hipotecaria, Deluxe, PyME, FAS y AP («desde $95,000 hasta $450,000», post propio de oct-2025). Infraestructura: WordPress + Elementor Pro + Finpath + Yoast; Cloudflare; GA4 G-T297Q1T3J8, GTM-TDPF9MTD; precalificación en creditaria.app; Pipedrive; cotizadores de franquicia en creditaria.online; Universidad Creditaria (universidadcreditaria.com).

03 Presencia externa confirmada: Facebook /creditaria.mexico, Instagram @creditariamex, X @creditariamex, TikTok @creditariamexico, YouTube @CreditariaMexico, LinkedIn company/creditaria, sellos de confianza (sellosdeconfianza.org.mx, Cemefi, Thawte enlazados en el pie). Ausencias: Wikidata, llms.txt, FAQPage, LocalBusiness, aviso de privacidad con contenido, formulario de contacto, simulador. PARTE I — Visibilidad en motores generativos (GEO) 1.1 Puntuación de visibilidad en asistentes de IA y sus seis componentes Componente: Citabilidad · Peso: 25 % · Puntuación: 45 · Motivo principal: Media de 3 páginas (38, 36, 57)

04 Componente: Autoridad de marca · Peso: 20 % · Puntuación: 52 · Motivo principal: Prensa y enlaces sólidos; –10 por nombre, dirección y teléfono doble, –10 por fechas, –10 por dominios ajenos Componente: E-E-A-T · Peso: 20 % · Puntuación: 40 · Motivo principal: Experiencia 12, pericia 8, autoridad 14, confianza 6

LECTURA DEL EXPEDIENTE

Parte I

01 Componente: Acceso técnico de asistentes de IA · Peso: 15 % · Puntuación: 27 · Motivo principal: Rastreadores bloqueados, bloqueo de direcciones IP, páginas duplicadas y fichas con poco contenido Componente: Datos estructurados · Peso: 10 % · Puntuación: 30 · Motivo principal: Valoración fija; el autor Person aparece como un correo; la ficha Organization está incompleta

02 Componente: Plataformas · Peso: 10 % · Puntuación: 32 · Motivo principal: presencia en el resumen de IA de Google: 35 · ChatGPT 25 · Perplexity 20 · Gemini 40 · Copilot 40 Componente: Puntuación GEO · Peso: · Puntuación: 40/100 · Motivo principal: Deficiente 1.2 Qué tan fácil es citar tres páginas del sitio Página: Página de inicio · Puntuación: 38/100 · Cobertura > 70: 0 % · Bloque más fuerte: Pregunta frecuente sobre el costo (68) · Bloque más débil: Titular principal tipo eslogan (15)

03 Página: /creditos-hipotecarios/ · Puntuación: 36/100 · Cobertura > 70: 0 % · Bloque más fuerte: Compra de vivienda (55) · Bloque más débil: Sección oculta (0) Página: /clausula-ad-corpus-que-es-como-funciona/ · Puntuación: 57/100 · Cobertura > 70: 0 % · Bloque más fuerte: Cita de la Suprema Corte de Justicia de la Nación (SCJN) (72) · Bloque más débil: Solo tiene un encabezado de segundo nivel (H2) Reescrituras entregadas (verificadas por conteo de palabras; solo hechos publicados o marcados):

04 «¿Qué es Creditaria?» — 147 palabras (cita larga):

LECTURA DEL EXPEDIENTE

Parte I

01 Creditaria es una red mexicana de brókers hipotecarios que asesora sin costo a personas y empresas para obtener créditos hipotecarios, créditos PyME, crédito automotriz, seguros y fondos de inversión con los principales bancos y financieras del país. Opera con un modelo de franquicias: según el comunicado de Grupo HIR de septiembre de 2025, la red suma más de 1,000 franquicias y 2,000 asesores en la República. Desde septiembre de 2025 Creditaria forma parte de Grupo HIR, que adquirió la totalidad de sus acciones.

02 Un asesor Creditaria analiza el perfil del solicitante, compara tasas, plazos y comisiones entre instituciones y gestiona el trámite hasta la firma de la escritura. Sus honorarios los pagan las instituciones financieras cuando el crédito se formaliza, por lo que el cliente no paga por la asesoría. La empresa acumula [COMPLETAR: años de trayectoria con año de fundación verificado] en el mercado hipotecario mexicano. Costo — 54 palabras (respuesta para el resumen de IA de Google):

03 La asesoría de Creditaria no tiene costo para el cliente. Los honorarios del asesor los pagan los bancos y financieras con los que Creditaria tiene alianza cuando el crédito se formaliza. El cliente recibe la comparación de tasas y condiciones y la gestión completa del trámite sin pagar una comisión adicional por el servicio. Qué hace un asesor hipotecario — 56 palabras:

04 Un asesor hipotecario de Creditaria compara créditos de varios bancos con un solo expediente, elige la opción con mejor tasa y condiciones para el perfil del cliente y gestiona el trámite hasta la firma. Creditaria gestiona créditos para adquisición de vivienda nueva o usada, sustitución de hipoteca y construcción o remodelación, sin costo para el cliente. Cláusula ad corpus — 60 palabras:

LECTURA DEL EXPEDIENTE

Parte I

01 La cláusula ad corpus es una modalidad de compraventa en la que el precio se fija por el inmueble en conjunto y no por sus metros cuadrados. La Suprema Corte la describe como aquella en que el precio se calcula en forma alzada, sin referencia a una unidad de medida; por eso una diferencia de metraje no cambia el precio. Más reescrituras (franquicia, sustitución, requisitos, riesgos y preventa ad corpus) en los tres archivos GEO-CITABILITY-SCORE*.md .

02 Orientación para el resto del sitio: cada página de servicio debe abrir con una definición de 40-60 palabras que nombre a Creditaria, incluir una tabla (producto · para quién · costo) y 4-6 FAQ con FAQPage. Los 20 posts con más tráfico (ad corpus, traspaso Infonavit, libre de gravamen, régimen de propiedad, sofoles, Fovissste, MOP) deben abrir con la respuesta, tener H2 en pregunta y un autor real. 1.3 Qué rastreadores pueden entrar y qué publica el archivo llms.txt Rastreadores automáticos: GPTBot (rastreador de OpenAI) · Respuesta (27-sep-2026): 403, solicitud bloqueada · Qué implica para el acceso: No puede acceder para recopilar información que podría usarse en el entrenamiento de modelos de OpenAI

03 Rastreadores automáticos: ClaudeBot (rastreador de Anthropic) · Respuesta (27-sep-2026): 403, bloqueo explícito · Qué implica para el acceso: No puede acceder para recopilar información que podría usarse en modelos de Anthropic Rastreadores automáticos: CCBot, Bytespider, Amazonbot · Respuesta (27-sep-2026): 403, bloqueo explícito · Qué implica para el acceso: No pueden acceder; CCBot recopila información para Common Crawl, una colección de páginas que usan algunos modelos

04 Rastreadores automáticos: OAI-SearchBot, ChatGPT-User · Respuesta (27-sep-2026): 403, reto de JavaScript · Qué implica para el acceso: ChatGPT Search no puede leer el sitio en esta prueba Rastreadores automáticos: PerplexityBot, Perplexity-User · Respuesta (27-sep-2026): 403, reto de JavaScript · Qué implica para el acceso: Perplexity no puede leer el sitio en esta prueba

LECTURA DEL EXPEDIENTE

Parte I

01 Rastreadores automáticos: Claude-User · Respuesta (27-sep-2026): 403, reto de JavaScript · Qué implica para el acceso: Claude con búsqueda no puede leer el sitio en esta prueba Rastreadores automáticos: Applebot, meta-externalagent, DuckAssistBot · Respuesta (27-sep-2026): 403, reto de JavaScript · Qué implica para el acceso: Los servicios Apple Intelligence, Meta AI y DuckAssist no pueden leer el sitio en esta prueba

02 Rastreadores automáticos: Googlebot / Bingbot (se probaron nombres de agente, sin validar la dirección IP) · Respuesta (27-sep-2026): 403 · Qué implica para el acceso: No permite concluir si los rastreadores oficiales están bloqueados: Cloudflare también verifica las direcciones IP

03 robots.txt no bloquea a los rastreadores de IA; según este análisis, el acceso se controla en Cloudflare mediante «Block AI Scrapers and Crawlers» y otras reglas. El archivo llms.txt , una guía de texto para sistemas de IA, no existe (404). Si se crea, cada dato que incluya (año de fundación, HIR, franquicias, productos y asesoría sin costo) debe estar publicado en una página pública. 1.4 Presencia en respuestas de asistentes de IA Consulta enviada a Copilot en Bing (español de México): ¿Cuál es el mejor broker hipotecario en México? · Cita: No · Respuesta y fuente: Sin respuesta generativa; orgánicos Rankia, Dinero.mx · Riesgo: Depende de terceros

04 Consulta enviada a Copilot en Bing (español de México): ¿Dónde consigo asesoría hipotecaria gratuita en CDMX? · Cita: No · Respuesta y fuente: Solución Hipotecaria, Hypothek, Credimejora, Fidemid · Riesgo: Pierde su promesa central Consulta enviada a Copilot en Bing (español de México): ¿Qué franquicia hipotecaria conviene comprar? · Cita: Orgánico #1-#2 · Respuesta y fuente: Sin respuesta generativa · Riesgo: Bien posicionada

LECTURA DEL EXPEDIENTE

Parte I

01 Consulta enviada a Copilot en Bing (español de México): ¿Cuánto cobra un broker hipotecario? · Cita: No · Respuesta y fuente: Cronoshare («0,5-2 %»), calcu.mx · Riesgo: Oportunidad Consulta enviada a Copilot en Bing (español de México): ¿Qué es Creditaria y quién es su dueño? · Cita: Sí · Respuesta y fuente: «se fundó en 2008… Grupo HIR… adquiriendo la empresa en 2023» (fuentes: /quienes-somos/, post «16 años») · Riesgo: Dato falso

02 Consulta enviada a Copilot en Bing (español de México): ¿Conviene broker o ir al banco? · Cita: No · Respuesta y fuente: calcu.mx, expedientehipotecario.com · Riesgo: Oportunidad Consulta enviada a Copilot en Bing (español de México): ¿Creditaria o SOC? · Cita: Orgánico #2 · Respuesta y fuente: Sin respuesta generativa; 3 URL de SOC · Riesgo: Neutro

03 En esta muestra, Copilot produjo una respuesta generativa en 1 de 7 consultas (14/100); Creditaria apareció en 3 de 7 resultados orgánicos. El resumen de IA de Google aparece en «asesor hipotecario» y «franquicia hipotecaria» (Ubersuggest). 1.5 Datos de identidad que aparecen fragmentados Superficie: Razón social · Estado: Puntacatoche Ibérica, S. de R.L. de C.V. — no aparece en el sitio · Corrección: Añadirla a los datos estructurados con el campo técnico legalName y al aviso de privacidad o los términos

04 Superficie: Propietario · Estado: Grupo HIR (2025) — ausente en Quiénes somos y los datos estructurados · Corrección: Indicar la empresa matriz con el campo parentOrganization y añadir una sección en Quiénes somos Superficie: Domicilio · Estado: Aparecen 2 direcciones · Corrección: Definir una sede oficial y usarla en todas las fuentes Superficie: Fundación · Estado: Aparecen 5 años distintos · Corrección: Publicar una cronología única

LECTURA DEL EXPEDIENTE

Parte I

01 Superficie: creditaria.com / creditaria.mx · Estado: Redirigen a «Creditaria Estudio Legal», Madrid; D&B lista creditaria.com como web de la empresa · Corrección: Corregir D&B vigilar homónimo Superficie: creditaria.digital · Estado: Crédito PyME con WhatsApp +52 55 7737 4831, sin enlace al oficial · Corrección: [CONFIRMAR] titularidad Superficie: creditaria.info («25 años») y creditaria.us · Estado: Enlazan al oficial, datos distintos · Corrección: Alinear

02 Superficie: Sitios de franquiciatarios (creditaria-esencial, creditariaqueretaro) · Estado: Marca propia, sin enlace al oficial · Corrección: Manual de uso de marca y enlace obligatorio Superficie: Colisión «Creditea» · Estado: Autocompletar y resultados de búsqueda «creditaria es confiable» mezclan Creditea · Corrección: Página «¿Es confiable Creditaria?» con datos regulatorios [COMPLETAR] Superficie: Wikidata · Estado: Inexistente · Corrección: Crear con fuentes de prensa

03 PARTE II — Aspectos técnicos del posicionamiento en buscadores (SEO) 2.1 Páginas indexadas, duplicados y mapa del sitio Una página indexada puede aparecer en resultados de búsqueda. El sitemap es la lista de páginas que el sitio presenta a los buscadores. Yoast es la herramienta que genera ese listado en este sitio.

04 Mapa del sitio de Yoast: incluye 2,183 direcciones de publicaciones (2,116 únicas; 67 repetidas entre post-sitemap y post-sitemap2), 976 fichas de franquicia (971 únicas), 19 páginas y 16 categorías. Las fichas representan ≈31 % del listado y tienen 43–56 palabras. El informe describe como exceso de páginas con poco contenido la gran cantidad de fichas muy breves, que podrían competir entre sí por espacio en los resultados.

LECTURA DEL EXPEDIENTE

Parte Ii

01 Página de inicio duplicada que puede aparecer en buscadores: /creditaria-mexico-broker-hipotecario-asesor-de-creditos-hipotecarios-v2/ (954 palabras; indica que su versión preferida es ella misma). Declaraciones de página preferida que no coinciden: /franquicia/ apunta a /franquiciatario/; /franquicia/grupopremierge/ apunta a /franquicia/slp/grupopremierge/. Metas ausentes: /faqs/, /contacto/, /quienes-somos/, /bolsa-de-trabajo/, /prensa/, /blog/, categorías y fichas.

02 Títulos duplicados: /franquicia-form/ usa el de Franquicia Deluxe. Contenido oculto: una sección con 5 encabezados no se muestra en móvil, tableta ni escritorio, tanto en la página de inicio como en /creditos-hipotecarios/. Republicación masiva: 691 posts con lastmod de 2026 en el primer sitemap; coincide con el salto de tráfico de feb-mar 2026. 2.2 Velocidad y experiencia de carga (Core Web Vitals, métricas de experiencia de página de Google) Las siglas de la tabla nombran mediciones de velocidad: FCP es el tiempo hasta que aparece el primer contenido; LCP, hasta que se muestra el contenido principal; TBT mide cuánto tiempo el navegador queda bloqueado; TTI indica cuándo la página ya responde; CLS mide si los elementos se desplazan mientras carga. CrUX es el conjunto de datos de experiencia real de usuarios de Chrome. Las columnas de laboratorio son pruebas controladas; la columna de campo resume datos de usuarios.

03 Métrica: FCP · Móvil (laboratorio): 2,8 s · Escritorio (laboratorio): 0,8 s · Campo (CrUX): Móvil «AVERAGE» (promedio), escritorio «FAST» (rápido) · Umbral: ≤ 1,8 s Métrica: LCP · Móvil (laboratorio): 4,1 s · Escritorio (laboratorio): 0,9 s · Campo (CrUX): «FAST» (rápido) en ambos · Umbral: ≤ 2,5 s Métrica: TBT · Móvil (laboratorio): 748 ms · Escritorio (laboratorio): 220 ms · Campo (CrUX): — · Umbral: ≤ 200 ms

04 Métrica: TTI · Móvil (laboratorio): 11,9 s · Escritorio (laboratorio): 2,6 s · Campo (CrUX): — · Umbral: ≤ 3,8 s Métrica: CLS · Móvil (laboratorio): 0 · Escritorio (laboratorio): 0 · Campo (CrUX): «FAST» (rápido) · Umbral: ≤ 0,1 Métrica: Redirecciones · Móvil (laboratorio): 1,5 s · Escritorio (laboratorio): 0,43 s · Campo (CrUX): — · Umbral: 0

LECTURA DEL EXPEDIENTE

Parte Ii

01 El informe atribuye el problema a 474 KB de JavaScript (JS) que no se usa —Elementor Pro, ElementsKit, Review Slider y GTM— y a varias redirecciones antes de mostrar la página. El HTML sale con cache-control: no-store, private y cf-cache-status: DYNAMIC , sin caché de borde. Los resultados de campo aparecen dentro del rango adecuado para usuarios reales. Aun así, el informe prioriza el tiempo de bloqueo total (TBT) y el tiempo hasta que la página responde (TTI) en móvil.

02 2.3 Seguridad, cortafuegos y acceso al sitio Cloudflare WAF: desafío de JavaScript a cualquier cliente sin navegador y bloqueo de dirección IP (error 1106) tras ~27 peticiones en ~40 s de una sesión de navegador válida. Protege, pero también bloquea herramientas SEO legítimas, verificadores de enlaces y agentes de IA. Recomendación: pedir una comprobación administrada (managed challenge) en vez de bloquear la solicitud (block), subir el umbral de solicitudes y permitir el acceso a rastreadores oficiales verificados.

03 Cabeceras: X-Frame-Options SAMEORIGIN, nosniff, Referrer-Policy; HSTS no observado en la respuesta 404 [CONFIRMAR] . Privacidad: correo de un tercero publicado en meta author y datos estructurados de todos los posts. Correo corporativo: marketing@creditaria.com usa un dominio cuya web redirige a un despacho español [CONFIRMAR] titularidad y registros MX. 2.4 Datos estructurados que describen el negocio Los datos estructurados son etiquetas que ayudan a los buscadores a entender qué muestra una página y quién es la empresa. Se crean usando un vocabulario común. En los ejemplos que siguen, los nombres en inglés son identificadores técnicos y se conservan para reconocer esos campos.

04 Plantilla: En todo el sitio · Presente: WebSite (sitio web), Organization (empresa) · Problemas: Faltan teléfono (telephone), dirección (address), enlaces oficiales (sameAs), razón social (legalName) y empresa matriz (parentOrganization) Plantilla: Página de inicio · Presente: WebPage (página web), FinancialService (servicio financiero) · Problemas: AggregateRating —campo de valoración— fija 4.1/42; el sitio no puede atribuirse sus propias reseñas. Dirección: Leibnitz 117

LECTURA DEL EXPEDIENTE

Parte Ii

01 Plantilla: Publicaciones · Presente: Article (artículo), Person (persona o autor) · Problemas: Person.name muestra el correo giovanni@ibryx.com Plantilla: Preguntas frecuentes · Presente: — · Problemas: Falta el tipo de datos FAQPage , que identifica la sección de preguntas y respuestas Plantilla: Fichas de franquicia · Presente: WebPage (página web) · Problemas: No describen cada oficina como negocio local (LocalBusiness) ni como servicio financiero (FinancialService)

02 Riesgo: dejar una valoración fija en los datos estructurados puede dar la impresión de que las reseñas se recopilaron de otra forma. El apéndice D incluye una propuesta en formato JSON-LD, un formato para datos estructurados, que describe a la empresa (Organization) y el servicio financiero (FinancialService). El informe indica que fue validada. 2.5 Evolución de la visibilidad estimada en Google Mes: sep-2024 · Visitas estimadas: 1,724 · Keywords: 558

03 Mes: ene-2025 · Visitas estimadas: 1,189 · Keywords: 179 Mes: sep-2025 · Visitas estimadas: 1,420 · Keywords: 261 Mes: oct-2025 · Visitas estimadas: 458 · Keywords: 214 Mes: ene-2026 · Visitas estimadas: 952 · Keywords: 197 Mes: feb-2026 · Visitas estimadas: 3,362 · Keywords: 963 Mes: mar-2026 · Visitas estimadas: 9,928 · Keywords: 1,518 Mes: abr-2026 · Visitas estimadas: 9,795 · Keywords: 1,375

04 Mes: jul-2026 · Visitas estimadas: 4,863 · Keywords: 1,061 Mes: ago-2026 · Visitas estimadas: 7,120 · Keywords: 1,205

LECTURA DEL EXPEDIENTE

Parte Ii

01 Qué muestra la serie: después de la republicación de enero de 2026, la visibilidad estimada se multiplicó por siete. Aun así, las visitas estimadas varían mucho (–51 % en julio) y está concentrado: las cuatro primeras URL (ad corpus, traspaso Infonavit, página de inicio, día del banquero) suman ~4,470 de 7,120 visitas. Prioridad técnica: consolidar duplicados, dar autor real y convertir esas URL. PARTE III — Contenido y mensajes 3.1 Experiencia, conocimientos, autoridad y confianza Dimensión: Experiencia · Puntuación: 12/25 · Evidencia: Red de 1,000+ franquicias, Universidad Creditaria, ejemplo real de contrato en ad corpus · Qué falta: Casos con cifras, historias de clientes verificables

02 Dimensión: Pericia · Puntuación: 8/25 · Evidencia: Contenido financiero correcto en general · Qué falta: Autores con nombre y certificación; revisión jurídica visible Dimensión: Autoridad · Puntuación: 14/25 · Evidencia: Prensa nacional, adquisición HIR, 1,004 dominios · Qué falta: Wikidata, fuente de «14 % del mercado», sello AMF enlazado

03 Dimensión: Confianza · Puntuación: 6/25 · Evidencia: Sellos en pie, teléfono en /contacto/ · Qué falta: Aviso de privacidad, razón social, domicilio único, sin textos de muestra ni una valoración fija Dimensión: Total · Puntuación: 40/100 · Evidencia: · Qué falta: 3.2 Qué ofrece Creditaria y cómo explicarlo Prueba de cinco segundos en la página de inicio: el visitante lee «Seguros Creditaria / Encuentra las mejores tasas» y un botón «Descubre las mejores tasas». No sabe que es un bróker, que es gratis, que hay 1,000 oficinas ni que es parte de Grupo HIR, ni cómo contactar.

04 Ventajas que el informe identifica: el tamaño de la red, la asesoría sin costo para el cliente, el respaldo de HIR y las relaciones con bancos. Según el análisis, hoy esta información aparece dispersa en la sección 8 de la página. Propuesta para el bloque principal de la página: H1: «Tu crédito hipotecario con el mejor banco, sin pagar asesoría»



LECTURA DEL EXPEDIENTE

Parte lii

01 Subtítulo: «Creditaria compara bancos por ti y gestiona el trámite hasta la firma. Parte de Grupo HIR, con más de 1,000 oficinas en México.» Botón principal: «Precalifica gratis en 5 pasos» → preca.creditaria.app · Enlace secundario: WhatsApp · enlace terciario: «¿Quieres una franquicia?» 3.3 Palabras que usa el mercado y cuántas búsquedas tienen El sitio escribe: «Descubre las mejores tasas» · El mercado busca: simulador crédito hipotecario · Volumen/mes (Google MX): 8,100 · Efecto: Sin herramienta, sin ranking

02 El sitio escribe: «Crédito Hipotecario» · El mercado busca: crédito hipotecario · Volumen/mes (Google MX): 27,100 · Efecto: Dominado por bancos; entrar por «mejor crédito hipotecario» (590) El sitio escribe: «Asesor hipotecario» (subtítulo) · El mercado busca: broker hipotecario · Volumen/mes (Google MX): 720 · Efecto: Bien en Bing, flojo en Google

03 El sitio escribe: «Sustitución de hipoteca» / «portabilidad» · El mercado busca: cambiar hipoteca a otro banco / transferir hipoteca · Volumen/mes (Google MX): no disponible (Bing: 100 % bancos y Condusef) · Efecto: Adoptar lenguaje del usuario El sitio escribe: «Franquicia Hipotecaria» · El mercado busca: franquicias rentables méxico · Volumen/mes (Google MX): 880 · Efecto: Sin presencia

04 El sitio escribe: — · El mercado busca: precalificación infonavit · Volumen/mes (Google MX): 33,100 · Efecto: #11: a un paso del top 10 El sitio escribe: — · El mercado busca: estado de cuenta fovissste · Volumen/mes (Google MX): 33,100 · Efecto: #13 3.4 Propuesta de contenidos Páginas de dinero (mes 1): asesoría hipotecaria gratuita · cuánto cobra un bróker (respuesta: 0 para el cliente) · bróker vs banco · cambiar tu hipoteca de banco · crédito hipotecario para independientes · Cofinavit con bróker.

LECTURA DEL EXPEDIENTE

Parte lii

01 Directorio central de oficinas (meses 1-2): /oficinas/ / / con las fichas de franquicia enriquecidas. Actualización de posts top (mes 1): apertura answer-first, autor real, botón de precalificación, FAQPage. Contenido propio citable (mes 3): informe semestral «Radiografía del crédito hipotecario Creditaria» con datos de colocación de la red [COMPLETAR con datos internos] . YouTube: incrustar vídeos del canal en los posts y servicios correspondientes.

02 PARTE IV — Contactos y recorridos de conversión 4.1 Recorridos revisados para contactar o solicitar un servicio Ruta: Botón principal de la página de inicio → «Descubre las mejores tasas» · Qué ocurre: Lleva a la sección #servicioshome · Veredicto: No inicia una consulta ni una solicitud Ruta: Página de inicio → teléfono / WhatsApp / formulario · Qué ocurre: No existen · Veredicto: No hay un recorrido de contacto

03 Ruta: /contacto/ · Qué ocurre: «Escríbanos y lo contactaremos», pero no hay formulario; tel 55 5282 2041; correo marketing@creditaria.com; testimonio «Claire Olson» · Veredicto: La página promete un formulario y muestra un testimonio de ejemplo Ruta: /creditos-hipotecarios/ → «Solicitar crédito» · Qué ocurre: preoferta.creditaria.app → preca.creditaria.app, paso 1/5 · Veredicto: Funciona Ruta: /franquicia-form/ · Qué ocurre: iframe Pipedrive · Veredicto: Funciona

04 Ruta: Ficha de franquiciatario · Qué ocurre: tel + cotizador creditaria.online · Veredicto: Funciona, sin contexto Ruta: Distintivo «4.1 Reviews» · Qué ocurre: Enlace a una búsqueda de Google · Veredicto: Lleva a la persona fuera del sitio 4.2 Formularios y datos que se piden Precalificación (paso 1): nombre , apellido paterno , apellido materno (opcional), correo , celular , ingreso mensual neto*; reCAPTCHA; «Tus datos viajan 100 % encriptados». Correcto; falta enlazar el aviso de privacidad y confirmar en GA4 el seguimiento de las visitas cuando pasan de un dominio a otro [CONFIRMAR] .

LECTURA DEL EXPEDIENTE

Parte Iv

01 Franquicias: Pipedrive, funciona. Contacto general: inexistente. Chat / newsletter / recurso para captar contactos: no detectados. 4.3 Anuncios activos y las páginas a las que podrían llevar Google Ads: ~700 anuncios del anunciante verificado PUNTACATOCHE IBERICA (México), texto y vídeo, vistos por última vez el 27-sep-2026. Si aterrizan en la página de inicio, pagan tráfico hacia una página sin canal de contacto [CONFIRMAR URL de destino con el cliente] .

02 Meta: ~80 anuncios activos de páginas de franquiciatarios con nombres propios y botón de WhatsApp. Sin línea de marca común. 4.4 Escenarios posibles de impacto El informe plantea como escenario que los contactos comerciales podrían aumentar entre 2 y 4 veces con el mismo tráfico, si la página de inicio incorpora precalificación, WhatsApp y teléfono. Es una hipótesis, no un resultado medido.

03 Escenario: Conservador · Visitas/mes: 7,120 · Tasa actual → objetivo: 0,3 % → 0,8 % · Consultas comerciales adicionales/mes: ~36 · Supuestos: Visitas Ubersuggest [SUPUESTO — GA4] Escenario: Moderado · Visitas/mes: 7,120 · Tasa actual → objetivo: 0,4 % → 1,2 % · Consultas comerciales adicionales/mes: ~57 · Supuestos: Tasas [SUPUESTO — GA4/Pipedrive]

04 Escenario: Agresivo · Visitas/mes: 10,000 · Tasa actual → objetivo: 0,5 % → 1,5 % · Consultas comerciales adicionales/mes: ~100 · Supuestos: Crecimiento por presencia relativa [SUPUESTO] El ingreso dependería de los contactos × la tasa de cierre × la comisión promedio [SUPUESTO — obtener de Creditaria] . El informe no calcula un monto en pesos porque faltan esos datos. PARTE V — Mercado y competencia en México 5.1 Presencia en los resultados de Bing Sitio: bbva.mx · Porcentaje de presencia en 19 consultas de la categoría: 7,7 % · Número de consultas donde apareció: 6/19

LECTURA DEL EXPEDIENTE

Parte V

01 Sitio: socasesores.com · Porcentaje de presencia en 19 consultas de la categoría: 6,5 % · Número de consultas donde apareció: 7/19 Sitio: dinero.mx · Porcentaje de presencia en 19 consultas de la categoría: 5,2 % · Número de consultas donde apareció: 6/19 Sitio: infonavit (varios) · Porcentaje de presencia en 19 consultas de la categoría: 4,7 % · Número de consultas donde apareció: 3/19

02 Sitio: creditaria.com.mx · Porcentaje de presencia en 19 consultas de la categoría: 4,0 % · Número de consultas donde apareció: 5/19 Sitio: condusef.gob.mx · Porcentaje de presencia en 19 consultas de la categoría: 3,3 % · Número de consultas donde apareció: 4/19 Sitio: rankia.mx · Porcentaje de presencia en 19 consultas de la categoría: 3,2 % · Número de consultas donde apareció: 4/19

03 Creditaria: #2 «broker hipotecario», #1 «franquicia hipotecaria», #6-7 «cómo ser broker hipotecario», #8 «broker hipotecario monterrey», #10 «broker hipotecario cdmx». Ausente en 14 de 19 consultas. 5.2 Posiciones en Google según Ubersuggest Búsqueda: creditaria (2,400) · Resultado para Creditaria: #1 + Facebook, Instagram, LinkedIn; también creditaria.info, .digital, .us, creditariamexico.com, creditariaqueretaro.com · Qué otros resultados aparecen: Marca fragmentada

04 Búsqueda: broker hipotecario (720) · Resultado para Creditaria: #10 con una ficha de franquicia («Broker 777») · Qué otros resultados aparecen: Facebook de Ingenia, resultados locales de mapas (IN-BROKERS, AR Brokers, Visión Hipotecaria), Credimejora Búsqueda: asesor hipotecario (90) · Resultado para Creditaria: #8 con un post · Qué otros resultados aparecen: resumen de IA de Google + resultados locales de mapas (MORE, Finanz, SOC)

LECTURA DEL EXPEDIENTE

Parte V

01 Búsqueda: franquicia hipotecaria · Resultado para Creditaria: #8 con un archivo de categoría · Qué otros resultados aparecen: resumen de IA de Google, 100franquicias, El Economista, Solidez Competidores de Ubersuggest por solapamiento: Vivanuncios, gob.mx, Condusef, BBVA, Infonavit, Inmuebles24: el perfil del sitio es de medio informativo, no de bróker. 5.3 Comparación con otros brókeres Competidor: SOC Asesores (socasesores.com) · Perfil: Bróker con red de oficinas y franquicias · Tráfico Google MX: 4,296 visitas · 428 palabras clave · autoridad de dominio estimada 35 · 979 dominios · Diferencial: Su directorio /oficinas/ aparece en búsquedas por ciudad; también tiene simulador y usa HubSpot

02 Competidor: Credimejora · Perfil: Bróker digital · Tráfico Google MX: Datos de tráfico no disponibles · autoridad de dominio estimada 31 · Diferencial: Publica contenido sobre «asesoría gratuita», describe sus oficinas como negocios locales y Copilot la menciona Competidor: Solución Hipotecaria · Perfil: Bróker con páginas por ciudad · Tráfico Google MX: No disponible (n/d) · Diferencial: Citado por Copilot en CDMX

03 Competidor: Finanz · Perfil: Bróker regional (Monterrey) · Tráfico Google MX: Datos de tráfico no disponibles · autoridad de dominio estimada 14 · Diferencial: Aparece en los resultados de mapas locales Competidor: Solidez Hipotecaria / Hipotecas MX · Perfil: Franquicia hipotecaria · Tráfico Google MX: No disponible (n/d) · Diferencial: Compiten en «franquicia hipotecaria» Factor evaluado (escala de 1 a 10): Canal de contacto en página de inicio · Creditaria: 2 · SOC: 6 · Credimejora: 7

04 Factor evaluado (escala de 1 a 10): Herramienta de precalificación/simulador · Creditaria: 6 · SOC: 8 · Credimejora: 7 Factor evaluado (escala de 1 a 10): Prueba social verificable · Creditaria: 3 · SOC: 5 · Credimejora: 4 Factor evaluado (escala de 1 a 10): Autoridad y prensa · Creditaria: 8 · SOC: 6 · Credimejora: 4 Factor evaluado (escala de 1 a 10): SEO informativo · Creditaria: 8 · SOC: 5 · Credimejora: 5



LECTURA DEL EXPEDIENTE

Parte V

01 Factor evaluado (escala de 1 a 10): SEO local · Creditaria: 4 · SOC: 8 · Credimejora: 5 Factor evaluado (escala de 1 a 10): Franquicia online · Creditaria: 8 · SOC: 7 · Credimejora: 1 Factor evaluado (escala de 1 a 10): Confianza legal (aviso, nombre, dirección y teléfono) · Creditaria: 2 · SOC: 6 · Credimejora: 6 5.4 Directorios de franquicias y comercios Creditaria aparece en tufranquicia.com.mx («25 años»), franquixia, 100franquicias, negocius, mejoresfranquiciasenmexico, franquicia.org.mx y AMF (directorio). Los datos no coinciden entre sí ni con el sitio. Acción: ficha de datos oficial (inversión, canon, regalías [COMPLETAR] , años, no de unidades, HIR) enviada a todos.

02 5.5 Qué busca la gente junto al nombre de Creditaria «creditaria» 2,400/mes; «creditaria méxico» 320; «creditaria mexico» 320; «universidad creditaria» 590; «webmail creditaria» 480 y «correo creditaria» 210 (uso interno). SOC: «soc asesores» 1,900. Autocompletar de Creditaria: «es confiable», «opiniones», «quejas», «vs soc», «grupo hir», «razón social», «teléfono», «sucursales», decenas de ciudades. Son búsquedas de verificación: la persona quiere confirmar que la empresa es seria antes de contactar, justo lo que hoy no resuelve el sitio.

03 PARTE VI — Presencia local, menciones y referencias externas 6.1 Fichas locales y datos de nombre, dirección y teléfono Fuente: Datos estructurados de la página de inicio / mapa /contacto/ · Nombre: Creditaria México · Dirección: Leibnitz 117, Anzures, Miguel Hidalgo 11590 · Teléfono: 55 5282 2041 · Observación: Distinta de registros Fuente: LinkedIn · Nombre: CREDITARIA MÉXICO · Dirección: Jorge Elliot 12, piso 8, CDMX · Teléfono: — · Observación: Distinta del sitio

04 Fuente: D&B / directorios · Nombre: Puntacatoche Ibérica, S. de R.L. de C.V. · Dirección: Jorge Eliot 12 int. 801, Polanco V Secc. 11560 · Teléfono: — · Observación: Web listada: creditaria.com (despacho en Madrid) Fuente: Directorio Monterrey · Nombre: Punta Catoche Ibérica, S.A. de C.V. · Dirección: Alfonso Reyes 255, Contry Lux · Teléfono: — · Observación: Tipo societario distinto

LECTURA DEL EXPEDIENTE

Parte Vi

01 Fuente: Resultados de mapas de Bing «creditaria» (geolocalizado Querétaro) · Nombre: Creditaria / Creditaria Rivas / Creditaria Tafolla · Dirección: Querétaro · Teléfono: 442 147 1314 · 55 5250 2070 · 441 112 4666 · Observación: Franquicias con nombres heterogéneos Fuente: Ficha franquicia /franquicia/aguascalientes/ · Nombre: «Aguascalientes Arroyo» · Dirección: Sin dirección · Teléfono: +52 449 174 4023 · Observación: Faltan datos consistentes de nombre, dirección y teléfono, y datos estructurados de negocio local

02 6.2 Ficha de Creditaria en Google Revisada el 28-sep-2026 en Google Maps (vista pública, sin acceso de propietario). ID de ficha 0x85d201fedf4fa527:0xb412a7dedaf21090 (CID 12975618052005695632), el mismo que enlaza el distintivo «4.1 Reviews» de la página de inicio. Campo: Nombre · Valor en la ficha: Creditaria México · Lectura: Solo la marca, conforme a las políticas de Google (no añadir palabras clave al nombre)

03 Campo: Categoría principal · Valor en la ficha: Consultora financiera · Lectura: Es una categoría amplia que también usan despachos contables y asesores patrimoniales Campo: Categoría visible en búsqueda · Valor en la ficha: Corredor hipotecario · Lectura: En los resultados de «broker hipotecario» aparece esta categoría. Podría ser una categoría secundaria; hay que confirmarlo en el panel de propietario [CONFIRMAR en el panel]

04 Campo: Valoración · Valor en la ficha: 4,1 · 43 reseñas · Lectura: Los datos estructurados del sitio fijan 42; la cifra observada en Google es real, pero el código del sitio no se ha actualizado Campo: Dirección · Valor en la ficha: Leibnitz 117, Anzures, Miguel Hidalgo, 11590 CDMX (Plus Code CRHC+QQ) · Lectura: Igual que el sitio; distinta de LinkedIn/D&B Campo: Teléfono / web · Valor en la ficha: 55 5282 2041 · creditaria.com.mx · Lectura: Coherentes con el sitio

LECTURA DEL EXPEDIENTE

Parte Vi

01 Campo: Horario · Valor en la ficha: Abre a las 9 a. m. · Lectura: — Campo: Publicaciones · Valor en la ficha: Última 28-jul-2026 (Roadshow 2026: «asesoría gratuita», crédito hipotecario, PyME, automotriz y seguros) · Lectura: Activa, dos meses sin publicar

02 Categorías de la competencia (23 fichas de «broker hipotecario» en CDMX, Google Maps 28-sep-2026): Corredor hipotecario 16 (Bnrhipotecasa, Casa Cue, Urbanzza, GFH, Holacasa, Hipotecare, LC Patrimonial, Crediexpres, Top Broker 360, y las franquicias Creditaria Esencial y Creditaria Sapiens); Corredor de finanzas 2; Planificador financiero 2 (entre ellas Hipoteca Genial); Asesor financiero 1; Consultora financiera 1 (AR Brokers).

03 Término del mercado: en los últimos cinco años, Google Trends México registró: «broker hipotecario» interés medio 4 (19 semanas con datos de 262), «asesor hipotecario» 1 (4 semanas), «agente hipotecario» 0 (2 semanas), «corredor hipotecario» 0 (1 semana). Ubersuggest: «broker hipotecario» 720/mes, «asesor hipotecario» 90/mes. «Corredor hipotecario» es la etiqueta de Google y «broker hipotecario» el término de la gente. Correcciones de la ficha: Categoría principal: Corredor hipotecario .

04 Secundarias: Consultora financiera, Corredor de finanzas y, si aplica, Servicio de préstamos o Agencia de seguros. Descripción que abra con «Broker hipotecario…» e incluya asesoría sin costo, Grupo HIR y más de 1,000 oficinas. Servicios con el léxico del mercado: crédito hipotecario, sustitución de hipoteca, Cofinavit, construcción, crédito PyME, crédito automotriz, seguros, franquicia hipotecaria.

LECTURA DEL EXPEDIENTE

Parte Vi

01 Enlace de la web con etiquetas UTM (parámetros para identificar el origen de una visita) para medir la ficha en GA4, y botón de cita hacia la precalificación. Publicaciones cada 2 semanas y respuesta a todas las reseñas. Reglas de nombre y categoría para las fichas de franquiciatarios: «Creditaria », categoría Corredor hipotecario y enlace a su ficha en creditaria.com.mx. 6.3 Enlaces, prensa y directorios del sector 1,004 dominios de referencia y 31,089 enlaces (Ubersuggest). Prensa 2025: Milenio, La Jornada (dos piezas), LexLatin, Grupo en Concreto. Históricos: El Economista (2015), 100franquicias (2012, 2023), Mundo Ejecutivo. Sectoriales: AHMEX (asociación citada en FAQ), AMF. Ninguna de estas piezas está enlazada desde /prensa/ con fecha y medio de forma que los sistemas de IA la relacionen [revisar /prensa/: 467 palabras, sin meta] .

02 6.4 Redes sociales y video Red: YouTube @CreditariaMexico · Estado: 3,87 K suscriptores, 651 vídeos, 4,28 M vistas, desde 2011 · En el sitio: El sitio no enlaza el canal Red: LinkedIn company/creditaria · Estado: Activa · En el sitio: El sitio no enlaza la página Red: Facebook /creditaria.mexico · Estado: Activa (aparece en el puesto #3 al buscar la marca) · En el sitio: Enlazada Red: Instagram @creditariamex · Estado: Activa · En el sitio: Enlazada

03 Red: TikTok @creditariamexico · Estado: — · En el sitio: Enlazada Red: X @creditariamex · Estado: — · En el sitio: Enlazada PARTE VII — EJECUCIÓN 7.1 Matriz de prioridades Prioridad: P0 · Acción: Permitir bots de búsqueda con inteligencia artificial (IA) en Cloudflare y ajustar el límite de solicitudes · Impacto: Muy alto · Esfuerzo: Bajo · Responsable: TI / Cloudflare

04 Prioridad: P0 · Acción: Publicar el aviso de privacidad completo · Impacto: Muy alto · Esfuerzo: Bajo · Responsable: Jurídico Prioridad: P0 · Acción: Añadir un formulario a /contacto/ y retirar el testimonio «Claire Olson» · Impacto: Alto · Esfuerzo: Bajo · Responsable: Web Prioridad: P0 · Acción: Añadir una llamada a la acción (CTA), WhatsApp y teléfono para precalificar en la página de inicio y la cabecera · Impacto: Muy alto · Esfuerzo: Bajo · Responsable: Web

LECTURA DEL EXPEDIENTE

Parte Vii

01 Prioridad: P0 · Acción: Corregir «Desde el 2023» y establecer una cronología única · Impacto: Alto · Esfuerzo: Bajo · Responsable: Marketing Prioridad: P1 · Acción: Retirar el AggregateRating fijo y completar los datos de Organization · Impacto: Alto · Esfuerzo: Bajo · Responsable: Web/SEO Prioridad: P1 · Acción: Identificar al autor real de las publicaciones · Impacto: Alto · Esfuerzo: Medio · Responsable: Contenido

02 Prioridad: P1 · Acción: Unificar nombre, dirección y teléfono (NAP) en todas las fuentes · Impacto: Alto · Esfuerzo: Medio · Responsable: Marketing Prioridad: P1 · Acción: Redirigir con código 301 la página de inicio duplicada con sufijo -v2 y volver a generar los sitemaps · Impacto: Medio · Esfuerzo: Bajo · Responsable: SEO

03 Prioridad: P2 · Acción: Crear una plantilla para las fichas de franquicia con NAP y LocalBusiness , y un directorio en /oficinas/ · Impacto: Muy alto · Esfuerzo: Alto · Responsable: Web/SEO Prioridad: P2 · Acción: Crear páginas orientadas a la conversión y reescribir contenidos para responder primero a la pregunta · Impacto: Alto · Esfuerzo: Medio · Responsable: Contenido Prioridad: P2 · Acción: Crear un simulador hipotecario · Impacto: Alto · Esfuerzo: Alto · Responsable: Producto

04 Prioridad: P3 · Acción: Crear o completar Wikidata, publicar llms.txt y preparar un kit de pauta para franquicias · Impacto: Medio · Esfuerzo: Medio · Responsable: Marketing 7.2 Semana 1: mejoras rápidas En Cloudflare, crear una excepción para OAI-SearchBot, ChatGPT-User, PerplexityBot, Perplexity-User, Claude-User, Applebot, Bingbot y Googlebot; decidir por separado si se permite el rastreo para entrenamiento.

LECTURA DEL EXPEDIENTE

Parte Vii

01 Publicar el aviso de privacidad y enlazarlo desde preca.creditaria.app. En /contacto/, añadir el formulario de Pipedrive y WhatsApp; retirar el testimonio de demostración «Claire Olson». En el bloque principal de la página de inicio (hero), usar «Precalifica gratis en 5 pasos» e incluir teléfono y WhatsApp. Eliminar «Desde el 2023» de la página de inicio. En «Quiénes somos», indicar el año de fundación verificado y la adquisición por Grupo HIR en 2025.

02 Retirar el AggregateRating del JSON-LD añadido manualmente. Cambiar el autor «giovanni@ibryx.com» por una persona autora real o por la organización. Redirigir con código 301 /creditaria-mexico-broker-hipotecario-asesor-de-creditos-hipotecarios-v2/ a / . Añadir marcado FAQPage para las seis preguntas frecuentes (FAQ) de la página de inicio. Enlazar YouTube y LinkedIn desde el pie de página e incluirlos en sameAs .

03 En el Perfil de Negocio de Google, usar «Corredor hipotecario» como categoría principal y comenzar la descripción con «Broker hipotecario». 7.3 Plan de 30, 60 y 90 días A 30 días: completar las mejoras rápidas; unificar NAP; añadir el marcado Organization del Apéndice D; fijar metas para las páginas clave; reescribir la página de inicio y /creditos-hipotecarios/; actualizar las 10 publicaciones principales; publicar llms.txt; volver a medir el acceso de los rastreadores y la presencia en Copilot.

04 A 60 días: crear una plantilla para las fichas de franquicia (NAP, ciudad, servicios, asesor, LocalBusiness y CTA); crear el directorio /oficinas/ / /; aplicar noindex a las fichas inactivas; publicar seis páginas de conversión; preparar un kit de pauta para franquiciatarios. A 90 días: crear el simulador; publicar «¿Es confiable Creditaria?» con datos regulatorios; completar la entidad en Wikidata; publicar un informe propio del mercado; comparar con esta línea base mediante /geo-compare.

LECTURA DEL EXPEDIENTE

Parte Vii

01 7.4 Indicadores, línea base y accesos necesarios Indicador (KPI): GEO Score (puntuación de optimización para motores generativos) · Línea base: 40 · Objetivo a 90 días: ≥ 65 · Fuente: Nueva auditoría Indicador (KPI): Citabilidad de 3 páginas · Línea base: 38 / 36 / 57 · Objetivo a 90 días: ≥ 70 cada una · Fuente: Nuevo análisis Indicador (KPI): Bots de búsqueda IA con acceso · Línea base: 0/8 · Objetivo a 90 días: 8/8 · Fuente: Prueba con agentes de usuario (UA)

02 Indicador (KPI): Consultas a IA que citan correctamente a Creditaria · Línea base: 1/7 (con error) · Objetivo a 90 días: ≥ 5/7 · Fuente: Copilot + ChatGPT/Perplexity con sesión Indicador (KPI): Share of Voice (SoV, participación de voz) en Bing (19 consultas) · Línea base: 4,0 % · Objetivo a 90 días: ≥ 9 % · Fuente: Nueva medición Indicador (KPI): Consultas de categoría con presencia · Línea base: 5/19 · Objetivo a 90 días: ≥ 10/19 · Fuente: Nueva medición

03 Indicador (KPI): Palabras clave orgánicas en Google México · Línea base: 1,205 · Objetivo a 90 días: ≥ 1,600 · Fuente: Ubersuggest / Google Search Console (GSC) Indicador (KPI): Visitas orgánicas estimadas · Línea base: 7,120 · Objetivo a 90 días: ≥ 9,000 y con menor variación · Fuente: Ubersuggest / Google Analytics 4 (GA4) Indicador (KPI): Leads del sitio corporativo · Línea base: sin dato · Objetivo a 90 días: 2-4× la primera semana medida · Fuente: GA4 + Pipedrive

04 Indicador (KPI): Fuentes con NAP coherente · Línea base: 2 domicilios en conflicto · Objetivo a 90 días: 10/10 · Fuente: Auditoría de citas Indicador (KPI): Tiempo de bloqueo total (TBT) móvil, medición de laboratorio · Línea base: 748 ms · Objetivo a 90 días: ≤ 300 ms · Fuente: PageSpeed Insights (PSI)

LECTURA DEL EXPEDIENTE

Parte Vii

01 Accesos necesarios: Google Search Console, GA4, Cloudflare, WordPress (o Respira MCP), Pipedrive, Perfil de Negocio de Google de la sede, Bing Webmaster Tools, Meta Business y Google Ads (para revisar los destinos de los anuncios). 7.5 Decisiones que corresponden al cliente Confirmar el año oficial de fundación y cómo presentar «Creditaria Corporation (2000)» frente a Creditaria México.

02 Confirmar cuál es la sede pública: Leibnitz 117 (sitio web y ficha de Google) o Jorge Eliot 12 (LinkedIn y D&B); identificar cuál es el domicilio fiscal y unificar la información. Definir la política para bots de IA: permitir solo los que se usan en búsquedas o también los de entrenamiento. Confirmar si se pueden usar públicamente la razón social Puntacatoche Ibérica y la marca Grupo HIR.

03 Confirmar titularidad y destino de creditaria.digital, creditaria.info, creditaria.us y creditariamexico.com. Definir las reglas de marca para sitios y páginas de los franquiciatarios. Identificar una fuente citable para «1 de cada 7 hipotecas» y para «Rankia mejor bróker 2024» / «Top Companies #72». Validar con el área correspondiente la oferta de fondos de inversión (acciones, FIBRAS, ETF) [CONFIRMAR registro aplicable] .

04 PARTE VIII — REGISTRO COMPLETO DE HALLAZGOS 8.1 Críticos ID: C1 · Hallazgo: Cloudflare bloquea o somete a retos a bots de IA · Evidencia: GPTBot/ClaudeBot/CCBot reciben 403 «Your request was blocked.»; OAI-SearchBot/PerplexityBot reciben 403 con reto · Corrección: Crear una excepción para bots de búsqueda verificados

LECTURA DEL EXPEDIENTE

Parte Viii

01 ID: C2 · Hallazgo: El aviso de privacidad está vacío · Evidencia: /aviso-de-privacidad/ (noindex, solo menú y pie de página) · Corrección: Publicar el aviso completo ID: C3 · Hallazgo: /contacto/ no tiene formulario y muestra un testimonio de demostración · Evidencia: /contacto/: 0 formularios; «Claire Olson — Founder & CEO» · Corrección: Añadir formulario y WhatsApp; retirar el contenido de demostración

02 ID: C4 · Hallazgo: Las fechas de la entidad se contradicen y Copilot ya repite datos incorrectos · Evidencia: Página de inicio: «Desde el 2023»; /quienes-somos/: «2000» y «18 años»; Copilot: «2008… 2023» · Corrección: Establecer una cronología única ID: C5 · Hallazgo: La página de inicio no ofrece contacto y su CTA lleva a una sección interna · Evidencia: Página de inicio: 0 teléfono, 0 WhatsApp, 0 formularios; CTA → #servicioshome · Corrección: Añadir CTA de precalificación y canales de contacto

03 8.2 Altos ID: H1 · Hallazgo: El autor figura como el correo de un tercero · Evidencia: meta author y Person = giovanni@ibryx.com · Corrección: Identificar al autor real y añadir su biografía ID: H2 · Hallazgo: AggregateRating fijo de 4.1/42 · Evidencia: JSON-LD FinancialService en la página de inicio · Corrección: Retirarlo

04 ID: H3 · Hallazgo: Hay dos direcciones en nombre, dirección y teléfono (NAP) · Evidencia: Leibnitz 117 (sitio y ficha de Google) frente a Jorge Eliot 12 (LinkedIn y D&B) · Corrección: Actualizar LinkedIn y D&B para que coincidan con la sede pública confirmada ID: H11 · Hallazgo: La categoría principal de la ficha de Google es genérica · Evidencia: «Consultora financiera»; 16/23 competidores de CDMX usan «Corredor hipotecario» · Corrección: Cambiar la categoría principal a «Corredor hipotecario»

LECTURA DEL EXPEDIENTE

Parte Viii

01 ID: H4 · Hallazgo: La dirección IP quedó bloqueada tras aproximadamente 27 solicitudes · Evidencia: Error 1106 · Corrección: Ajustar el límite de solicitudes ID: H5 · Hallazgo: Hay 971 fichas de franquicia con poco contenido · Evidencia: 43-56 palabras, sin dirección ni datos estructurados · Corrección: Crear una plantilla local ID: H6 · Hallazgo: Hay un duplicado indexable de la página de inicio · Evidencia: /...-v2/ · Corrección: Configurar una redirección 301

02 ID: H7 · Hallazgo: Los dominios con el nombre de Creditaria están fragmentados · Evidencia: creditaria.com/.mx → Madrid; .digital, .info, .us, esencial · Corrección: Inventariar y consolidar los dominios propios ID: H8 · Hallazgo: El tráfico informativo no se dirige a una conversión · Evidencia: 4 URL = ~63 % del tráfico estimado · Corrección: Añadir una CTA contextual para precalificar

03 ID: H9 · Hallazgo: Creditaria no aparece en consultas para elegir asesor · Evidencia: 14/19 consultas de Bing sin Creditaria; Copilot cita a otros para «asesoría gratuita» · Corrección: Crear páginas orientadas a la conversión ID: H10 · Hallazgo: La adquisición por HIR no aparece en «Quiénes somos» ni en los datos estructurados · Evidencia: /quienes-somos/ · Corrección: Añadir una sección y parentOrganization 8.3 Medios ID: M1 · Hallazgo: No hay marcado FAQPage · Evidencia: Página de inicio, /faqs/ · Corrección: Añadir JSON-LD

04 ID: M2 · Hallazgo: Organization está incompleto · Evidencia: Yoast · Corrección: Completar según el Apéndice D ID: M3 · Hallazgo: Faltan metadescripciones · Evidencia: /faqs/, /contacto/, /quienes-somos/, /prensa/, /blog/, categorías y fichas · Corrección: Redactar las descripciones ID: M4 · Hallazgo: Hay 67 URL repetidas entre sitemaps · Evidencia: post-sitemap y post-sitemap2 · Corrección: Volver a generar los sitemaps

LECTURA DEL EXPEDIENTE

Parte Viii

01 ID: M5 · Hallazgo: Hay una sección oculta en todos los dispositivos · Evidencia: 5 encabezados elementor-hidden-* · Corrección: Mostrar o retirar la sección ID: M6 · Hallazgo: Hay afirmaciones sin respaldo · Evidencia: «más importante de Latinoamérica», «Top Companies #72», «Rankia 2024» · Corrección: Añadir fuentes o retirar las afirmaciones ID: M7 · Hallazgo: Las redirecciones añaden 1,5 segundos en móvil · Evidencia: PSI · Corrección: Enlazar a https://www. y revisar las reglas

02 ID: M8 · Hallazgo: No existe llms.txt · Evidencia: 404 · Corrección: Publicarlo ID: M9 · Hallazgo: Los canónicos no son coherentes · Evidencia: /franquicia/ → /franquiciatario/ · Corrección: Corregirlos ID: M10 · Hallazgo: Hay títulos duplicados · Evidencia: /franquicia-form/ = Franquicia Deluxe · Corrección: Asignar un título propio o aplicar noindex

03 ID: M11 · Hallazgo: El nombre de la asociación no es consistente · Evidencia: «AHMEX» y «AHMX» · Corrección: Unificar el nombre y enlazar la fuente ID: M12 · Hallazgo: La pauta no tiene un mensaje central · Evidencia: ~80 anuncios Meta de franquicias con nombres propios · Corrección: Preparar un kit de marca y páginas de destino ID: M13 · Hallazgo: El HTML no usa caché de borde · Evidencia: no-store , cf-cache-status: DYNAMIC · Corrección: Crear reglas de caché para las páginas públicas

04 8.4 Bajos ID: L1 · Hallazgo: Algunas imágenes no tienen texto alternativo (alt) · Evidencia: 5/17 en la página de inicio · Corrección: Añadir alt ID: L2 · Hallazgo: El H1 cambia y no incluye la marca · Evidencia: Página de inicio · Corrección: Fijar el H1 ID: L3 · Hallazgo: Hay errores de escritura · Evidencia: «adicidnales», «Adquisión», «delsector», «Que hace» · Corrección: Corregirlos

LECTURA DEL EXPEDIENTE

Parte Viii

01 ID: L4 · Hallazgo: YouTube y LinkedIn no tienen enlaces desde el sitio · Evidencia: Pie de página · Corrección: Añadir los enlaces ID: L5 · Hallazgo: El TBT móvil es 748 ms y hay 474 KB de JavaScript sin usar · Evidencia: PSI · Corrección: Desactivar los widgets que no se usan ID: L6 · Hallazgo: El distintivo de reseñas saca al usuario del sitio · Evidencia: Enlace a Google · Corrección: Abrirlo en una pestaña nueva o mostrar las reseñas en la página

02 8.5 Hallazgos de mercado y entidad (X) ID: X1 · Hallazgo: Grupo HIR adquirió Creditaria (septiembre de 2025) · Implicación: Es un elemento de confianza que no se está aprovechando ID: X2 · Hallazgo: SOC Asesores tiene una ventaja local con /oficinas/ · Implicación: El directorio de Creditaria podría tomar ese patrón como referencia para sus 971 fichas

03 ID: X3 · Hallazgo: Hay demanda de verificación («es confiable», «opiniones», «quejas») · Implicación: Hace falta una página de confianza ID: X4 · Hallazgo: El nombre puede confundirse con Creditea · Implicación: Conviene aclarar la diferencia ID: X5 · Hallazgo: Hay ~700 anuncios de Google del anunciante Puntacatoche Ibérica · Implicación: Revisar las páginas a las que llegan los anuncios

04 ID: X6 · Hallazgo: creditaria.com pertenece a un despacho español · Implicación: Evitar confundirlo con el correo @creditaria.com y con D&B ID: X7 · Hallazgo: El tráfico aumentó ×7 después de la republicación de enero de 2026 · Implicación: Hay una base grande de contenido informativo que se puede orientar a conversión

LECTURA DEL EXPEDIENTE

Parte Viii

01 ID: X8 · Hallazgo: «Broker hipotecario» es el término dominante en México (Trends 4 frente a 1 para «asesor hipotecario») · Implicación: Usarlo en el H1, el título, la descripción de la ficha y la pauta 8.6 Verificaciones que pasaron sin problemas El contenido se entrega en el HTML mediante renderizado del lado del servidor (SSR). Los datos de campo de CrUX están en verde para LCP y CLS. HTTPS y los certificados son correctos.

02 La precalificación funciona (5 pasos y reCAPTCHA). El formulario de franquicias funciona (Pipedrive). No se encontró JSON-LD inválido en las 27 URL analizadas. No hay enlaces a dominios de staging. No se encontró texto Lorem ipsum. La marca aparece en el puesto #1 de Google para «creditaria». PARTE IX — BITÁCORA DE INVESTIGACIÓN 9.1 Cronología y fuentes Fecha/hora aprox. (CDMX, según cabeceras date): 27-sep 15:05 · Trabajo: Contexto · Fuente/método: ls CLIENTES, lsof :5000, gsc_list_sites, Ubersuggest auth · Resultado: Carpeta creada; Cerebro no disponible; sin GSC; Ubersuggest tier3

03 Fecha/hora aprox. (CDMX, según cabeceras date): 15:08 · Trabajo: Reconocimiento · Fuente/método: curl · Resultado: 403 cf-mitigated: challenge en todo salvo robots.txt y 404 Fecha/hora aprox. (CDMX, según cabeceras date): 15:09 · Trabajo: Crawlers IA · Fuente/método: ai_crawlers_test.sh (16 UA) · Resultado: Bloqueo explícito y retos Fecha/hora aprox. (CDMX, según cabeceras date): 15:10 · Trabajo: Stack · Fuente/método: Página 404 · Resultado: WordPress, Elementor, Finpath, Yoast, GA4, GTM

04 Fecha/hora aprox. (CDMX, según cabeceras date): 15:11 · Trabajo: Home y sitemaps · Fuente/método: Navegador integrado + fetch mismo origen · Resultado: 3,166 URL; home sin canales Fecha/hora aprox. (CDMX, según cabeceras date): 15:13 · Trabajo: Rastreo · Fuente/método: fetch, 1 s entre peticiones · Resultado: 27 URL con 200; luego 403 y error 1106

LECTURA DEL EXPEDIENTE

Parte Ix

01 Fecha/hora aprox. (CDMX, según cabeceras date): 15:15-15:35 · Trabajo: Google · Fuente/método: Ubersuggest (overview, top pages, competitors, 4 SERP, keywords, suggestions) · Resultado: Histórico, léxico, competidores Fecha/hora aprox. (CDMX, según cabeceras date): 15:20 · Trabajo: Prensa/entidad · Fuente/método: WebSearch + curl · Resultado: Adquisición HIR, razón social, NAP

02 Fecha/hora aprox. (CDMX, según cabeceras date): 15:25 · Trabajo: Competidores · Fuente/método: curl de 5 portadas · Resultado: Tabla comparativa Fecha/hora aprox. (CDMX, según cabeceras date): 15:28-15:40 · Trabajo: Bing y Copilot · Fuente/método: Navegador, formulario de Bing es-MX · Resultado: 23 consultas, 7 prompts Fecha/hora aprox. (CDMX, según cabeceras date): 15:42 · Trabajo: Pauta · Fuente/método: Ads Transparency, Meta Ad Library · Resultado: ~700 y ~80 anuncios

03 Fecha/hora aprox. (CDMX, según cabeceras date): 15:45 · Trabajo: Dominios homónimos · Fuente/método: curl + whois · Resultado: creditaria.com → Madrid; dominio .com.mx de 2007 Fecha/hora aprox. (CDMX, según cabeceras date): 15:50-16:05 · Trabajo: Rastreo manual · Fuente/método: Navegador, 1 página/15 s · Resultado: Contacto, precalificación, franquicia, Quiénes somos, ad corpus, aviso de privacidad, ficha

04 Fecha/hora aprox. (CDMX, según cabeceras date): 16:05 · Trabajo: Rendimiento · Fuente/método: pagespeed_audit (PSI) · Resultado: Lab y CrUX Fecha/hora aprox. (CDMX, según cabeceras date): 28-sep · Trabajo: Ficha de Google y término del mercado · Fuente/método: Google Maps (CID de la ficha y búsqueda «broker hipotecario»), Google Trends MX 5 años · Resultado: Categoría principal «Consultora financiera», 43 reseñas; 16/23 competidores con «Corredor hipotecario»; «broker hipotecario» domina

LECTURA DEL EXPEDIENTE

Parte Ix

01 9.2 Bloqueos y cómo se resolvieron Bloqueo: Cloudflare respondió 403 a curl · Resolución: Se usó el navegador integrado (el reto pasó sin interacción; no se resolvió ningún CAPTCHA) Bloqueo: Bloqueo de IP (error 1106) · Resolución: Pausa de ~25 min y rastreo manual lento; sin cambiar de IP ni evadir el bloqueo Bloqueo: Cerebro (puerto 5000 ocupado por AirPlay) · Resolución: Se dejó documentado; análisis realizado sin historial

02 Bloqueo: Sin acceso a GSC/GA4 · Resolución: Las estimaciones de Ubersuggest se etiquetaron como estimaciones Bloqueo: Bing: extracciones interrumpidas por una redirección · Resolución: Espera de 4 s y nuevo intento Bloqueo: Bing site: degradado · Resolución: Se descartó ese método Bloqueo: ChatGPT/Perplexity/Gemini con sesión · Resolución: Pendiente 9.3 Herramientas Navegador integrado (Claude Browser), curl, whois, dig y Python; MCP Ubersuggest (domain_overview, domain_top_pages, competitors, serp_analysis, match_keywords, google_suggestions, pagespeed_audit); MCP Google (gsc_list_sites); WebSearch; scripts del método GOA (ai_crawlers_test.sh, sov.py, build_pdf_goa.py).

03 PARTE X — CONCLUSIÓN DEL AUDITOR El problema de Creditaria se puede decir en una frase: es la red de brókers hipotecarios más grande de México, pero su sitio parece diseñado para no ser encontrado ni contactado.

04 Tres asuntos pueden definir el resultado, en este orden. Primero, permitir el acceso de los sistemas de búsqueda con IA. Mientras Cloudflare trate a ChatGPT, Perplexity y Claude como atacantes, la marca dependerá de lo que publiquen Rankia, Dinero.mx o un directorio de franquicias. Segundo, comunicar los datos de la empresa de forma consistente: año de fundación, sede, razón social y adquisición por Grupo HIR en 2025. Copilot ya repite una fecha incorrecta que aparece en la propia página de inicio. Tercero,

LECTURA DEL EXPEDIENTE

Parte X

01 facilitar el contacto a las personas que ya llegan al sitio. Se estiman 7,000 visitas mensuales a artículos útiles, pero la página de inicio no muestra teléfono, WhatsApp ni formulario. La página de contacto, además, muestra a «Claire Olson», y el aviso de privacidad está vacío.

02 La competencia relevante no es la banca, que domina las búsquedas de «crédito hipotecario». Es SOC Asesores: aunque recibe menos tráfico total, gana búsquedas por ciudad con un directorio de oficinas bien desarrollado. También compiten brókers digitales como Credimejora y Solución Hipotecaria, que Copilot cita cuando le preguntan dónde recibir asesoría gratuita, una promesa central de Creditaria.

03 Sin los accesos necesarios, no puedo determinar cuántos leads genera hoy el sitio, a qué páginas dirigen los ~700 anuncios de Google, cuántas reseñas tiene la ficha de Google ni si los bots verificados de Google y Bing reciben el mismo trato que recibieron las pruebas. Tampoco puedo confirmar el año de fundación o la sede oficial: esas decisiones corresponden al cliente.

04 Recomiendo comenzar con una semana de trabajo, sin rediseñar el sitio: ajustar Cloudflare, publicar el aviso de privacidad, resolver la página de contacto, añadir una CTA a la página de inicio, unificar las fechas y corregir el schema. Así se corrigen los obstáculos principales del sitio. Después, las 971 fichas de franquicia representan la oportunidad más grande del proyecto: convertirlas en un directorio de oficinas con datos reales permitiría competir en búsquedas locales como lo hace SOC.

LECTURA DEL EXPEDIENTE

Parte X

01 — Group ONE Agency, Senior SEO Project Manager APÉNDICES A. Inventario de entregables y datos crudos INFORME-INTEGRAL-SEO-GEO-creditaria.com.mx.md / .pdf GEO-AUDIT-REPORT.md · MARKETING-AUDIT.md · POSICIONAMIENTO-MX.md GEO-CITABILITY-SCORE.md (home) · GEO-CITABILITY-SCORE-creditos-hipotecarios.md · GEO-CITABILITY-SCORE-clausula-ad-corpus.md STATUS.md

02 datos-auditoria-2026-09-27/ : DATA-BRIEF.md, crawl_resumen.tsv, robots.txt, pagina-404.html, respuestas-curl/, competidores/, terceros/, posicionamiento-2026-09-27/bing_mx.json y bing_mx_all.json B. Composición del sitemap y del rastreo Tipo: Posts · URL: 2,183 (2,116 únicas) · Nota: 67 repetidas entre sitemaps Tipo: Fichas de franquicia · URL: 976 (971 únicas) · Nota: 43-56 palabras Tipo: Páginas · URL: 19 · Nota: Incluye home -v2 y franquicia-form

03 Tipo: Categorías · URL: 16 · Nota: Descripción ausente Tipo: Rastreadas · URL: 34 · Nota: 27 con fetch + 7 manuales C. Consultas SERP y prompts utilizados Bing categoría (19): broker hipotecario · asesor hipotecario · asesoría hipotecaria gratuita · mejor crédito hipotecario méxico · franquicia hipotecaria · franquicias financieras en méxico · cofinavit · comparar créditos hipotecarios · franquicias rentables méxico · cómo ser broker hipotecario · crédito pyme · crédito hipotecario para independientes · broker hipotecario cdmx · broker hipotecario monterrey · broker hipotecario guadalajara · cómo sacar un crédito hipotecario · cambiar mi hipoteca a otro banco ·

04 préstamos para pensionados imss · traspasar casa infonavit. Bing marca (4): creditaria · creditaria opiniones · creditaria es confiable · creditaria franquicia costo. Google (Ubersuggest): broker hipotecario · franquicia hipotecaria · asesor hipotecario · creditaria.

LECTURA DEL EXPEDIENTE

Panorama del informe

01 Copilot (7): ¿cuál es el mejor broker hipotecario en México? · ¿dónde consigo asesoría hipotecaria gratuita en Ciudad de México? · ¿qué franquicia hipotecaria conviene comprar en México? · ¿cuánto cobra un broker hipotecario en México? · ¿qué es Creditaria y quién es su dueño? · ¿conviene usar un broker hipotecario o ir directo al banco? · ¿Creditaria o SOC, cuál es mejor para mi crédito hipotecario? D. Schema Organization recomendado Este bloque reemplazaría el FinancialService manual de la página de inicio y no incluye aggregateRating . Los valores entre corchetes deben confirmarse antes de publicar.

02 { "@context": "https://schema.org", "@graph": [{ "@type": ["Organization", "FinancialService"], "@id":

03 "https://www.creditaria.com.mx/#organization", "name": "Creditaria México", "alternateName": "Creditaria", "legalName": "Puntacatoche Ibérica, S. de R.L. de C.V. [CONFIRMAR]", "url":

04 "https://www.creditaria.com.mx/", "logo": "https://www.creditaria.com.mx/wp-content/uploads/2023/11/CREDITARIA-LOGOTIPO-HORIZONTAL-scaled-e1766256983385.png", "description": "Red mexicana de brókers hipotecarios que asesora sin costo para créditos hipotecarios, PyME, automotrices, seguros y fondos de inversión, con más de 1,000 franquicias en México.

LECTURA DEL EXPEDIENTE

Panorama del informe

01 Parte de Grupo HIR desde septiembre de 2025.", "foundingDate": "[CONFIRMAR año de fundación]", "telephone": "+52-55-5282-2041", "email": "marketing@creditaria.com", "address":

02 { "@type": "PostalAddress", "streetAddress": "[CONFIRMAR: Leibnitz 117, Anzures | Jorge Eliot 12, piso 8, Polanco V Sección]", "addressLocality": "Miguel Hidalgo", "addressRegion":

03 "Ciudad de México", "postalCode": "[CONFIRMAR: 11590 | 11560]", "addressCountry": "MX" }, "areaServed": {"@type": "Country", "name": "México"},

04 "parentOrganization": {"@type": "Organization", "name": "Grupo HIR"}, "knowsAbout": ["Crédito hipotecario", "Sustitución de hipoteca", "Crédito PyME", "Crédito automotriz", "Seguros", "Franquicias financieras"], "sameAs": [

LECTURA DEL EXPEDIENTE

Panorama del informe

01 "https://www.facebook.com/creditaria.mexico/", "https://www.instagram.com/creditariamex/", "https://twitter.com/creditariamex", "https://www.tiktok.com/@creditariamexico",

02 "https://www.youtube.com/@CreditariaMexico", "https://mx.linkedin.com/company/creditaria", "https://universidadcreditaria.com/"] },

03 { "@type": "FAQPage", "@id": "https://www.creditaria.com.mx/#faq", "mainEntity": [{ "@type":

04 "Question", "name": "¿Cuál es el costo por los servicios de un asesor Creditaria?", "acceptedAnswer": {"@type": "Answer", "text": "La asesoría de Creditaria no tiene costo para el cliente.

LECTURA DEL EXPEDIENTE

Panorama del informe

01 Los honorarios del asesor los pagan los bancos y financieras con los que Creditaria tiene alianza cuando el crédito se formaliza."} }, { "@type": "Question", "name":

02 "¿Qué hace exactamente un asesor financiero de Creditaria?", "acceptedAnswer": {"@type": "Answer", "text": "Analiza el perfil del cliente, compara tasas y condiciones de varias instituciones en créditos hipotecarios, PyME, automotrices, seguros e inversiones, y gestiona el trámite hasta la firma."}

03 }] }] } ANEXO 1 — Auditoría GEO Fecha de auditoría: 27 de septiembre de 2026 URL: [F001] Tipo de negocio: bróker hipotecario con red de franquicias (B2C crédito + B2B franquicias), México Páginas analizadas: 27 URL mediante fetch de sesión + 7 URL en navegador; sitemap de 3,166 URL Stack detectado: WordPress · Elementor Pro · tema Finpath · Yoast · Cloudflare (WAF + bloqueo IA) · GA4/GTM · Pipedrive Auditor: Group ONE Agency — Senior SEO Project Manager

04 Resumen ejecutivo GEO Score global: 40/100 (Deficiente)

LECTURA DEL EXPEDIENTE

Anexo 1

01 Creditaria cuenta con activos que pocos competidores tienen: una historia de marca documentada en prensa nacional (adquisición por Grupo HIR en 2025), 1,000 dominios que la enlazan y el primer puesto en Bing para «franquicia hipotecaria». Sin embargo, los motores de IA encuentran poca información útil y algunos datos incorrectos. Hay tres causas principales: Cloudflare bloquea a GPTBot y ClaudeBot y presenta un reto de JavaScript a OAI-SearchBot y PerplexityBot;

02 el sitio muestra cinco años de fundación distintos y Copilot ya repite el error («adquirida por HIR en 2023»); y varias señales de confianza que se revisan en temas relacionados con decisiones financieras (YMYL, Your Money or Your Life) están incompletas. Entre ellas: aviso de privacidad vacío, testimonio de demostración en /contacto/, autor del blog identificado con un correo electrónico y AggregateRating fijo en el marcado de datos estructurados (schema).

03 Componente: Citabilidad por IA · Peso: 25 % · Score: 45 · Ponderado: 11,3 Componente: Autoridad de marca · Peso: 20 % · Score: 52 · Ponderado: 10,4 Componente: Contenido E-E-A-T · Peso: 20 % · Score: 40 · Ponderado: 8,0 Componente: GEO técnico · Peso: 15 % · Score: 27 · Ponderado: 4,1 Componente: Schema · Peso: 10 % · Score: 30 · Ponderado: 3,0 Componente: Plataformas · Peso: 10 % · Score: 32 · Ponderado: 3,2

04 Componente: Total · Peso: · Score: · Ponderado: 40 Alcance y límites Cloudflare respondió 403 a curl con cualquier agente de usuario (UA) y bloqueó la dirección IP de la agencia (error 1106) después de aproximadamente 27 solicitudes en una sesión válida. Se completó el rastreo desde el navegador, a menor velocidad. No se rastrearon publicaciones fuera de la muestra.

LECTURA DEL EXPEDIENTE

Anexo 1

01 No se tuvo acceso a Search Console ni a GA4 del dominio (no aparece entre las propiedades de la agencia). Por eso, el tráfico se presenta como estimación de Ubersuggest. La prueba de rastreadores se hizo desde una IP de la agencia. Los bots reales, verificados por IP, podrían recibir un tratamiento distinto. El bloqueo basado en el agente de usuario («Your request was blocked.») sí fue consistente en la prueba.

02 ChatGPT, Perplexity y Gemini requieren una sesión. Por ese motivo, la medición de Share of AI Voice (participación de voz en IA) cubrió solo Copilot/Bing. Problemas críticos C1. Cloudflare bloquea rastreadores de IA Evidencia: GPTBot, ClaudeBot, CCBot, Bytespider y Amazonbot recibieron HTTP 403 con el texto «Your request was blocked.»; OAI-SearchBot, ChatGPT-User, PerplexityBot, Perplexity-User, Claude-User, Applebot y meta-externalagent recibieron 403 con «Just a moment…», un reto de JavaScript que un bot no puede resolver. robots.txt no los bloquea: el bloqueo está en Cloudflare («Block AI bots» y reglas de bots).

03 Impacto: ChatGPT Search y Perplexity no pueden leer el sitio para responder. La marca depende de menciones de terceros como Rankia, Dinero.mx, Mejor Trato y directorios de franquicias.

04 Corrección: en Cloudflare → Security → Bots, desactivar «Block AI Scrapers and Crawlers» o crear una excepción (Skip) para bots de búsqueda verificados: OAI-SearchBot, ChatGPT-User, PerplexityBot, Perplexity-User, Claude-User/Claude-SearchBot, Applebot, Bingbot y Googlebot. Consultar con el cliente por separado si se permite el rastreo para entrenamiento (GPTBot, ClaudeBot, Google-Extended). Declarar la política en robots.txt. C2. El aviso de privacidad está vacío en un sitio que recopila datos financieros Evidencia: [F002] — noindex y 83 palabras (solo menú y pie de página), revisado en el DOM y en una captura. El formulario de precalificación pide nombre, correo, celular e ingreso mensual.

LECTURA DEL EXPEDIENTE

Anexo 1

01 Impacto: no ofrece una señal de confianza suficiente para usuarios ni sistemas de IA; podría implicar un riesgo frente a la LFPDPPP [CONFIRMAR con el área legal] . Corrección: publicar el aviso completo con responsable (razón social), domicilio, finalidades, derechos ARCO y fecha; enlazarlo desde la aplicación de precalificación. C3. Contenido de demostración y una promesa incumplida en /contacto/ Evidencia: [F003] — el texto invita a escribir para recibir respuesta, pero no hay formulario (0 <form> , 0 iframes de formulario). También aparece un testimonio de demostración del tema: «Claire Olson — Founder & CEO».

02 Corrección: insertar un formulario (Pipedrive, como el de franquicias) y WhatsApp; eliminar el testimonio de demostración. C4. Hay datos contradictorios de la entidad y ya se propagaron a la IA Evidencia: /quienes-somos/ indica «Fundada en el año 2000» y «18 años»; la página de inicio dice «Desde el 2023 ayudamos a los mexicanos»; tufranquicia.com.mx y creditaria.info indican «25 años». El 27-sep-2026, Copilot respondió: «se fundó en 2008… Grupo HIR… adquiriendo la empresa en 2023». La compra ocurrió en septiembre de 2025.

03 Corrección: acordar una cronología oficial (año de fundación, adquisición en 2025 y número de franquicias con fecha de referencia) y repetirla igual en la página de inicio, «Quiénes somos», schema, LinkedIn y directorios de franquicias. Problemas altos #: H1 · Hallazgo: El autor aparece como el correo de un tercero · Evidencia/URLs: meta author y Person.name = giovanni@ibryx.com en publicaciones (por ejemplo, /clausula-ad-corpus-que-es-como-funciona/) · Corrección: Crear el perfil de un autor real (asesor certificado) con biografía, foto, cargo y sameAs; retirar el correo

04 #: H2 · Hallazgo: AggregateRating fijo de 4.1/42 en FinancialService · Evidencia/URLs: Página de inicio, JSON-LD manual · Corrección: Retirarlo (una organización no puede usar su propia reseña como valoración elegible); mostrar reseñas reales si se desea #: H3 · Hallazgo: NAP incoherente · Evidencia/URLs: Leibnitz 117 Anzures (schema, mapa) frente a Jorge Eliot 12 Polanco (LinkedIn, D&B, SAT/directorios) · Corrección: Definir la sede oficial y unificar las fuentes

LECTURA DEL EXPEDIENTE

Anexo 1

01 #: H4 · Hallazgo: El firewall de aplicaciones web (WAF) bloqueó la IP después de aproximadamente 27 solicitudes · Evidencia/URLs: Error 1106 en sesión válida · Corrección: Relajar la regla de límite de solicitudes (umbral y acción challenge en lugar de block); excluir bots verificados

02 #: H5 · Hallazgo: 976 fichas de franquicia tienen poco contenido · Evidencia/URLs: /franquicia/aguascalientes/ = 56 palabras, H1 sin texto, sin dirección · Corrección: Crear plantilla con NAP, zona, servicios, asesor y LocalBusiness ; aplicar noindex a las fichas inactivas #: H6 · Hallazgo: Hay una copia indexable de la página de inicio · Evidencia/URLs: /creditaria-mexico-broker-hipotecario-asesor-de-creditos-hipotecarios-v2/ · Corrección: Redirigir con código 301 a la página de inicio

03 #: H7 · Hallazgo: La entidad está fragmentada entre varios dominios · Evidencia/URLs: creditaria.com/.mx → despacho en Madrid; creditaria.digital, creditaria.info, creditaria.us, creditaria-esencial.com.mx sin enlace al sitio oficial · Corrección: Inventariar los dominios; enlazar o consolidar los propios y vigilar el uso de marca en los ajenos

04 #: H8 · Hallazgo: La página de inicio no ofrece un canal de contacto · Evidencia/URLs: 0 teléfono, 0 WhatsApp, 0 formularios; CTA del hero → #servicioshome · Corrección: Añadir el botón «Precalifica gratis» (preca.creditaria.app), teléfono y WhatsApp Problemas medios #: M1 · Hallazgo: No hay FAQPage · Evidencia: Página de inicio y /faqs/ tienen 6 o más preguntas · Corrección: Añadir JSON-LD FAQPage

LECTURA DEL EXPEDIENTE

Anexo 1

01 #: M2 · Hallazgo: Organization está incompleto · Evidencia: Faltan telephone, address, sameAs, legalName y parentOrganization · Corrección: Usar el bloque del Apéndice D #: M3 · Hallazgo: Faltan metadescripciones · Evidencia: /faqs/, /contacto/, /quienes-somos/, /prensa/, /blog/ y categorías · Corrección: Redactar las descripciones

02 #: M4 · Hallazgo: Hay 67 URL repetidas entre los sitemaps de publicaciones · Evidencia: post-sitemap frente a post-sitemap2 · Corrección: Volver a generar los sitemaps de Yoast #: M5 · Hallazgo: Hay secciones ocultas en todos los dispositivos · Evidencia: 5 H2/H3 con elementor-hidden-* ×3 · Corrección: Mostrar o eliminar esas secciones

03 #: M6 · Hallazgo: Hay afirmaciones sin respaldo · Evidencia: «Grupo de intermediación financiera más importante de Latinoamérica», «Top Companies #72», «Rankia mejor bróker 2024», «certificados ante AHMX/AHMEX» · Corrección: Añadir enlaces a las fuentes o retirar las afirmaciones; unificar el nombre de la asociación #: M7 · Hallazgo: Las redirecciones añaden 1,5 s en móvil · Evidencia: PSI · Corrección: Enlazar siempre a https://www. y revisar la regla de Cloudflare

04 #: M8 · Hallazgo: No hay llms.txt · Evidencia: 404 · Corrección: Publicar llms.txt con hechos verificados Problemas bajos L1 5/17 imágenes sin alt en la página de inicio · L2 H1 de la página de inicio = lista rotativa sin la marca · L3 errores de escritura («adicidnales», «Adquisión», «delsector») · L4 YouTube y LinkedIn no enlazados · L5 TBT móvil 748 ms (JavaScript sin usar: 474 KB). Análisis por categoría Citabilidad (45) La página de inicio obtuvo 38; /creditos-hipotecarios/, 36; y /clausula-ad-corpus-que-es-como-funciona/, 57 (detalle en GEO-CITABILITY-SCORE*.md). El contenido más fácil de citar está en las preguntas frecuentes de la página de inicio (respuesta sobre el costo y explicación de lo que hace un asesor) y en la definición que cita a la SCJN en el artículo sobre ad corpus. Los puntos débiles son los eslóganes («Encuentra las mejores tasas»),

LECTURA DEL EXPEDIENTE

Anexo 1

01 los bloques de 11-17 palabras sin sujeto y la falta de cifras acompañadas de una fuente. Autoridad de marca (52) Superficie: Prensa · Estado: Milenio, La Jornada, LexLatin, El Economista (2015), Mundo Ejecutivo — cobertura sólida Superficie: Enlaces · Estado: 1,004 dominios de referencia, DA 32 Superficie: YouTube · Estado: @CreditariaMexico 3,87 K suscriptores, 651 vídeos — no enlazado desde el sitio

02 Superficie: LinkedIn · Estado: company/creditaria (sede Jorge Elliot 12) — no enlazado desde el sitio Superficie: Directorios de franquicias · Estado: tufranquicia, franquixia, 100franquicias, negocius, mejoresfranquiciasenmexico Superficie: Wikidata/Wikipedia · Estado: No existe una entrada Superficie: Reseñas · Estado: Mejor Trato, PrestamosFrescos, Indeed; distintivo de Google 4.1

03 Superficie: Incoherencias · Estado: 2 domicilios, 5 años de fundación, dominios ajenos y confusión con «Creditea» en autocompletar E-E-A-T (40) Experiencia 12/25 · Pericia 8/25 · Autoridad 14/25 · Confianza 6/25. Hace falta: autores reales, casos con cifras, una fuente para «14 % del mercado», aviso de privacidad y testimonios verificables. Técnico (27) Cálculo presentado en la auditoría: base 100 – C1 (15) – problema alto de rastreadores de búsqueda en reto (8) – H4 (8) – H5 (8) – H6 (8) – M3/M4/M5/M7 (16) – canónicos poco habituales (4) – H1 (4) – L (3) = 27. Aspectos positivos: SSR, datos de campo CrUX en verde y HTTPS.

04 Schema (30) Inventario: WebSite, Organization mínima, WebPage, BreadcrumbList, Article, Person (correo) y FinancialService con valoración fija. Faltan: FAQPage, LocalBusiness por franquicia, parentOrganization y sameAs . El JSON-LD recomendado se incluye en el Informe Integral, Apéndice D (validado). Plataformas (32) Plataforma: Google AI Overviews · Score: 35 · Motivo: AIO aparece en «asesor hipotecario» y «franquicia hipotecaria»; Creditaria no aparece en los principales resultados orgánicos de categoría, salvo archivos y fichas

LECTURA DEL EXPEDIENTE

Anexo 1

01 Plataforma: ChatGPT Search · Score: 25 · Motivo: OAI-SearchBot recibe un reto; depende de terceros Plataforma: Perplexity · Score: 20 · Motivo: PerplexityBot recibe un reto Plataforma: Gemini · Score: 40 · Motivo: La entidad en Google es sólida para búsquedas de marca; falta Wikidata Plataforma: Copilot · Score: 40 · Motivo: Cita la marca en 1/7 prompts, con una fecha incorrecta Mejoras rápidas (semana 1) Crear en Cloudflare una excepción para bots de búsqueda con IA. 2. Publicar el aviso de privacidad. 3. Añadir formulario y WhatsApp a /contacto/ y retirar «Claire Olson». 4. Corregir «Desde el 2023» y unificar el año de fundación. 5. Retirar AggregateRating fijo. 6. Usar el nombre de un autor real en lugar del correo. 7. Redirigir la página de inicio -v2 con 301. 8. Añadir la CTA «Precalifica gratis» al hero. 9. Añadir FAQPage . 10. Completar Organization con parentOrganization Grupo HIR.

02 Plan de 30 días Semana 1: ejecutar las mejoras rápidas 1-10. Semana 2: unificar el NAP oficial en schema, LinkedIn, D&B y directorios; enlazar YouTube y LinkedIn; publicar llms.txt. Semana 3: reescribir primero la respuesta de la página de inicio, /creditos-hipotecarios/ y las 10 publicaciones principales; crear la plantilla para las fichas de franquicia. Semana 4: volver a medir los rastreadores, Copilot, SoV de Bing y citabilidad (/geo-compare).

03 Apéndice A — Páginas analizadas Consultar datos-auditoria-2026-09-27/crawl_resumen.tsv (27 URL), además de contacto, franquicia-form, créditos-hipotecarios, quiénes-somos, cláusula ad corpus, aviso de privacidad y /franquicia/aguascalientes/, revisadas en navegador. Apéndice B — Acceso de crawlers Agente: GPTBot, ClaudeBot, CCBot, Bytespider, Amazonbot · Resultado: 403: bloqueo explícito

04 Agente: OAI-SearchBot, ChatGPT-User, Claude-User, PerplexityBot, Perplexity-User, Applebot, meta-externalagent, DuckAssistBot · Resultado: 403: reto de JavaScript Agente: Googlebot, Bingbot (UA falso) · Resultado: 403 — resultado no concluyente Apéndice C — Composición del sitemap Posts 2,183 (2,116 únicos) · fichas de franquicia 976 (971 únicas) · páginas 19 · categorías 16 · total ≈ 3,166 URL (≈ 31 % son fichas con poco contenido).

LECTURA DEL EXPEDIENTE

Anexo 2

01 ANEXO 2 — Auditoría de marketing Fecha: 27 de septiembre de 2026 · URL: [F001] Marketing Score global: 43/100 (Nota: D) Resumen ejecutivo Creditaria ofrece dos servicios desde un mismo sitio: asesoría hipotecaria gratuita para consumidores y franquicias para emprendedores. La oferta de franquicia está mejor resuelta: hay cinco páginas de franquicia, un formulario de Pipedrive que funciona y el primer puesto de Bing para «franquicia hipotecaria». En cambio, la ruta para el consumidor pierde oportunidades desde el inicio: la página principal no muestra teléfono, WhatsApp ni formulario,

02 el botón principal solo desplaza a otra sección y la página de contacto promete un formulario que no existe.

03 Uno de los principales activos de la marca no aparece en los lugares donde el cliente toma decisiones: la adquisición por Grupo HIR, la red de más de 1,000 franquicias y la cifra difundida en prensa «1 de cada 7 hipotecas bancarias». No se usan en el hero ni en «Quiénes somos». En su lugar, el sitio muestra un testimonio de demostración del tema, un aviso de privacidad vacío y cinco años distintos de fundación. Como existe la búsqueda «creditaria es confiable»,

04 esas señales de confianza merecen atención antes de invertir en campañas. La pauta existe, pero está dispersa: se observan ~700 anuncios de Google del anunciante verificado Puntacatoche Ibérica y ~80 anuncios activos en Meta publicados por franquiciatarios con nombres propios (Creditaria Herrada, Contry, Cancún, Colima, Hipotecarium…). No se observa un mensaje central ni una medición común.

LECTURA DEL EXPEDIENTE

Anexo 2

01 Para corregir el contacto y reforzar la confianza no hace falta rediseñar el sitio. La proyección presentada es que los leads del sitio corporativo podrían multiplicarse por 2-4×; los supuestos están en § Impacto. Desglose Categoría: Contenido y mensaje · Score: 45 · Peso: 25 % · Ponderado: 11,3 · Hallazgo clave: Hero genérico («Encuentra las mejores tasas»); H1 sin marca; activos de prensa sin usar

02 Categoría: Conversión · Score: 33 · Peso: 20 % · Ponderado: 6,6 · Hallazgo clave: Página de inicio sin canal; /contacto/ sin formulario; precalificación y franquicias sí funcionan Categoría: SEO y descubribilidad · Score: 45 · Peso: 20 % · Ponderado: 9,0 · Hallazgo clave: 7,120 visitas/mes, casi todo informativo; categoría comercial débil

03 Categoría: Competencia · Score: 50 · Peso: 15 % · Ponderado: 7,5 · Hallazgo clave: Red más grande, #1 Bing en franquicia; SOC gana en búsquedas locales y tiene simulador Categoría: Marca y confianza · Score: 45 · Peso: 10 % · Ponderado: 4,5 · Hallazgo clave: Prensa y HIR frente a contenido de prueba, privacidad vacía y contradicciones

04 Categoría: Crecimiento · Score: 45 · Peso: 10 % · Ponderado: 4,5 · Hallazgo clave: Universidad Creditaria, CRM y pauta; sin recurso gratuito para captar leads ni simulador Categoría: Total · Score: · Peso: · Ponderado: 43 · Hallazgo clave: Mejoras rápidas En el hero, cambiar el botón por «Precalifica gratis en 5 pasos» → preca.creditaria.app (ahora lleva a #servicioshome).

LECTURA DEL EXPEDIENTE

Anexo 2

01 Añadir teléfono y WhatsApp con enlaces activos en la cabecera y el pie (ahora solo /contacto/ tiene tel:). Añadir un formulario en /contacto/ (reutilizar Pipedrive) y retirar «Claire Olson — Founder & CEO». Publicar el aviso de privacidad completo. Añadir bajo el hero una franja de confianza: «Parte de Grupo HIR · +1,000 franquicias · +2,000 asesores · Asesoría sin costo». Corregir «Desde el 2023» y las demás fechas.

02 Sustituir «Maria Fernanda» por testimonios que incluyan nombre, ciudad y producto [CONFIRMAR autorización] . Separar en la página de inicio los dos tipos de público: «Quiero un crédito» / «Quiero una franquicia». Recomendaciones estratégicas Crear un simulador hipotecario propio (SOC ya tiene uno; «simulador crédito hipotecario» registra 8,100 búsquedas/mes).

03 Crear un directorio de oficinas por estado y ciudad, con fichas completas (el modelo de socasesores.com/oficinas/ aparece en búsquedas como «financieras en Mérida/Torreón»). Preparar un kit común de marca y pauta para franquiciatarios, con nombres, páginas de destino y seguimiento consistentes. Publicar «Creditaria y Grupo HIR» con una cronología y datos que puedan auditarse.

04 Crear un centro editorial orientado a conversión: enlazar las publicaciones principales (traspaso Infonavit, ad corpus, libre de gravamen) con la precalificación. A largo plazo Crear un programa de reseñas verificadas por franquicia (Perfil de Negocio de Google). 2. Publicar un informe anual propio del mercado hipotecario, con datos que puedan citarse. 3. Crear la entidad en Wikidata con fuentes de prensa. Análisis detallado Conversión — rutas auditadas Ruta: Hero de la página de inicio «Descubre las mejores tasas» · Qué ocurre: Baja a #servicioshome · Veredicto: No lleva directamente a una conversión

LECTURA DEL EXPEDIENTE

Anexo 2

01 Ruta: Página de inicio → teléfono/WhatsApp · Qué ocurre: No existen · Veredicto: Ruta interrumpida Ruta: /contacto/ · Qué ocurre: Texto «escríbanos» sin formulario; tel 55 5282 2041, marketing@creditaria.com; mapa Leibnitz 117 · Veredicto: La página promete contacto, pero no incluye formulario Ruta: /creditos-hipotecarios/ «Solicitar crédito» · Qué ocurre: preoferta.creditaria.app → preca.creditaria.app, paso 1/5 (nombre, apellidos, correo, celular, ingreso), reCAPTCHA · Veredicto: Funciona

02 Ruta: /franquicia-form/ · Qué ocurre: iframe Pipedrive · Veredicto: Funciona Ruta: Ficha de franquiciatario · Qué ocurre: Teléfono del asesor + iframe de cotizador creditaria.online · Veredicto: Funciona, pero sin contexto Ruta: Newsletter / chat · Qué ocurre: No detectados · Veredicto: No disponibles Competencia Competidor: socasesores.com · Tráfico Google MX (ago-26): 4,296 · Keywords: 428 · DA: 35 · Ventajas frente a Creditaria: Simulador, directorio de oficinas por ciudad, franquicias en Bing #2

03 Competidor: credimejora.com · Tráfico Google MX (ago-26): n/d · Keywords: n/d · DA: 31 · Ventajas frente a Creditaria: LocalBusiness, simulador, contenido «asesoría gratuita», citado por Copilot Competidor: finanz.com.mx · Tráfico Google MX (ago-26): n/d · Keywords: n/d · DA: 14 · Ventajas frente a Creditaria: Pack local «asesor hipotecario»

04 Competidor: solucionhipotecaria.mx · Tráfico Google MX (ago-26): n/d · Keywords: n/d · DA: n/d · Ventajas frente a Creditaria: Citado por Copilot en «asesoría hipotecaria gratuita CDMX» Competidor: solidezhipotecaria.com · Tráfico Google MX (ago-26): n/d · Keywords: n/d · DA: n/d · Ventajas frente a Creditaria: Competidor directo en franquicia Comparativa (1-10) Factor: Canal de contacto en home · Creditaria: 2 · SOC: 6 · Credimejora: 7

LECTURA DEL EXPEDIENTE

Anexo 2

01 Factor: Herramienta (simulador/precalificación) · Creditaria: 6 · SOC: 8 · Credimejora: 7 Factor: Prueba social verificable · Creditaria: 3 · SOC: 5 · Credimejora: 4 Factor: Autoridad/prensa · Creditaria: 8 · SOC: 6 · Credimejora: 4 Factor: SEO informativo · Creditaria: 8 · SOC: 5 · Credimejora: 5 Factor: SEO local · Creditaria: 4 · SOC: 8 · Credimejora: 5 Factor: Oferta de franquicia online · Creditaria: 8 · SOC: 7 · Credimejora: 1

02 Factor: Confianza legal (aviso, NAP) · Creditaria: 2 · SOC: 6 · Credimejora: 6 Impacto en ingresos Sin GA4 ni datos de colocación no se puede calcular una cifra absoluta. La estimación más sólida disponible es un multiplicador: al mostrar un canal de contacto en la página de inicio y añadir un formulario a /contacto/, la tasa de leads del sitio corporativo podría pasar de ~0,3-0,5 % [SUPUESTO] a ~1-1,5 %, es decir, 2-4× .

03 Escenario: Conservador · Visitas/mes: 7,120 · Tasa actual → objetivo: 0,3 % → 0,8 % · Leads adicionales/mes: ~36 · Supuestos: Visitas = Ubersuggest [SUPUESTO — GA4] Escenario: Moderado · Visitas/mes: 7,120 · Tasa actual → objetivo: 0,4 % → 1,2 % · Leads adicionales/mes: ~57 · Supuestos: Tasas [SUPUESTO — GA4/Pipedrive] Escenario: Agresivo · Visitas/mes: 10,000 · Tasa actual → objetivo: 0,5 % → 1,5 % · Leads adicionales/mes: ~100 · Supuestos: Crecimiento por SoV [SUPUESTO]

04 Valor por lead = comisión media × tasa de cierre [SUPUESTO — obtener de Creditaria] . Próximos pasos Obtener accesos a GA4, Search Console, Cloudflare, WordPress y Pipedrive. 2. Ejecutar las mejoras rápidas durante la primera semana. 3. Medir los leads por fuente (hero, contacto, WhatsApp y precalificación). ANEXO 3 — Citabilidad: página de inicio URL: [F001] · Fecha: 2026-09-27 Score de citabilidad: 38/100 · Cobertura (bloques > 70): 0 % Método: segmentación secuencial por encabezado del área principal (Elementor wp-page), 986 palabras en HTML, 22 bloques; se excluyeron las secciones ocultas en todos los dispositivos.

LECTURA DEL EXPEDIENTE

Anexo 3

01 Resumen de puntuación Categoría: Respuesta · Peso: 30 % · Score: 35 · Lectura: Solo las FAQ comienzan con una respuesta; el resto son eslóganes Categoría: Autocontención · Peso: 25 % · Score: 40 · Lectura: 11 de 22 bloques no mencionan a Creditaria ni presentan un hecho Categoría: Estructura · Peso: 20 % · Score: 45 · Lectura: H1 = lista rotativa sin marca; H2 genéricos; no hay tablas

02 Categoría: Datos · Peso: 15 % · Score: 25 · Lectura: «18 años» y «1,000 franquicias» sin fuente; contradicción con «desde el 2023» Categoría: Singularidad · Peso: 10 % · Score: 45 · Lectura: El modelo de franquicia y la Universidad son propios, pero se explican poco Bloques más fuertes FAQ 6 — «¿Cuál es el costo…?» (≈45 palabras): «Nuestro servicio no tiene costo. Nuestros honorarios son cubiertos por las instituciones financieras…». Es una respuesta directa que se entiende por sí sola. Score 68.

03 FAQ 5 — «¿Qué hace exactamente un asesor…?» : describe el proceso y los productos. Score 62. «¿Qué es Creditaria?» (77 palabras): define la entidad, pero incluye la contradicción «más de 18 años» / «Desde el 2023». Score 50. Bloques más débiles Bloque: Hero (H1) · Apertura actual: «Crédito Hipotecario Crédito Pyme…» + «Encuentra las mejores tasas» · Problema: Es un eslogan sin sujeto ni dato concreto · Reescritura: H1: «Creditaria: bróker hipotecario con más de 1,000 franquicias en México»

04 Bloque: «¿Qué es Creditaria?» · Apertura actual: «Somos el Master Bróker lider…» · Problema: Fecha contradictoria; no se identifica al propietario · Reescritura: Ver reescritura extensa (147 palabras) abajo Bloque: Testimonio · Apertura actual: «Me siento confiada… Maria Fernanda» · Problema: No incluye apellido, ciudad ni producto · Reescritura: Usar un testimonio verificable o retirarlo

LECTURA DEL EXPEDIENTE

Anexo 3

01 Bloque: Servicios (6 bloques de 11-17 palabras) · Apertura actual: «Asesoría hipotecaria personalizada...» · Problema: Son demasiado breves para que se puedan citar · Reescritura: Usar 40-60 palabras por servicio e indicar qué es, para quién y cuánto cuesta Reescritura «¿Qué es Creditaria?» (147 palabras, cita larga):

02 Creditaria es una red mexicana de brókers hipotecarios que asesora sin costo a personas y empresas para obtener créditos hipotecarios, créditos PyME, crédito automotriz, seguros y fondos de inversión con los principales bancos y financieras del país. Opera con un modelo de franquicias: según el comunicado de Grupo HIR de septiembre de 2025, la red suma más de 1,000 franquicias y 2,000 asesores en la República. Desde septiembre de 2025 Creditaria forma parte de Grupo HIR, que adquirió la totalidad de sus acciones.

03 Un asesor Creditaria analiza el perfil del solicitante, compara tasas, plazos y comisiones entre instituciones y gestiona el trámite hasta la firma de la escritura. Sus honorarios los pagan las instituciones financieras cuando el crédito se formaliza, por lo que el cliente no paga por la asesoría. La empresa acumula [COMPLETAR: años de trayectoria con año de fundación verificado] en el mercado hipotecario mexicano. Reescritura sobre el costo (54 palabras, para AI Overview):

04 La asesoría de Creditaria no tiene costo para el cliente. Los honorarios del asesor los pagan los bancos y financieras con los que Creditaria tiene alianza cuando el crédito se formaliza. El cliente recibe la comparación de tasas y condiciones y la gestión completa del trámite sin pagar una comisión adicional por el servicio. Reescritura sobre la franquicia (53 palabras):

LECTURA DEL EXPEDIENTE

Anexo 3

01 Una franquicia Creditaria es un negocio de intermediación financiera: el franquiciatario asesora a clientes y coloca créditos hipotecarios, PyME, automotrices, seguros e inversiones con las instituciones aliadas y cobra comisión por cada colocación. Creditaria entrega capacitación en la Universidad Creditaria, manual de identidad, soporte legal y comercial y acceso a sus convenios bancarios. Recomendaciones y mejora estimada Acción: Corregir la fecha y añadir la reescritura extensa · Mejora: +8

02 Acción: Crear un H1 con la marca y la categoría · Mejora: +4 Acción: Añadir FAQPage + 4 FAQ para consumidores (requisitos, tiempos, bancos, Infonavit/Cofinavit) · Mejora: +7 Acción: Crear una tabla «Productos · para quién · costo» · Mejora: +5 Acción: Añadir una franja de datos con fuente (HIR 2025) · Mejora: +4 Acción: Rango tras aplicarlas · Mejora: 62-68 Puntuación por sección Sección: Hero · Palabras: 45 · Score: 15

03 Sección: Nuestros servicios (7 bloques) · Palabras: 11-17 c/u · Score: 28 Sección: ¿Qué es Creditaria? · Palabras: 77 · Score: 50 Sección: Red más grande / pasos Registro-Validación-Firma · Palabras: 22-26 · Score: 35 Sección: ¿Quieres comprar una franquicia? + testimonio · Palabras: 32 · Score: 20 Sección: Créditos y seguros a tu medida · Palabras: 25 · Score: 22 Sección: FAQ (6) · Palabras: 456 · Score: 60

04 Sección: Últimas noticias (3 extractos) · Palabras: 12 c/u · Score: 10 ANEXO 4 — Citabilidad: /creditos-hipotecarios/ URL: [F004] · Fecha: 2026-09-27 Puntuación de citabilidad: 36/100 · Porcentaje de bloques con más de 70 puntos: 0 % En esta auditoría, la citabilidad es una estimación de qué tan fácil resulta para un buscador o sistema de IA tomar un bloque como respuesta y atribuirlo a la página. Cada bloque recibe una puntuación sobre 100; se considera que supera el umbral indicado cuando obtiene más de 70. Las categorías tienen pesos distintos y se combinan para obtener el total.

LECTURA DEL EXPEDIENTE

Anexo 4

01 No es una medición oficial de Google ni garantiza que la página aparecerá en una respuesta de IA. Método: se revisó el HTML en el navegador y se separó en bloques. Se encontraron 407 palabras, 5 bloques con texto y 5 encabezados vacíos que pertenecen a una sección oculta. Resumen de puntuación Categoría: Respuesta · Peso: 30 % · Puntuación: 35 · Qué se observa: El encabezado pregunta qué hace un asesor, pero el texto solo enumera beneficios y no explica las tareas que realiza

02 Categoría: Autocontención · Peso: 25 % · Puntuación: 40 · Qué se observa: El bloque menciona a Creditaria, pero no ofrece por sí mismo datos concretos sobre bancos, plazos o requisitos Categoría: Estructura · Peso: 20 % · Puntuación: 40 · Qué se observa: El título principal de la página (H1) dice «Crédito Hipotecario»; el subtítulo de sección (H2) no lleva tilde y hay 5 encabezados H2/H3 vacíos que permanecen ocultos

03 Categoría: Datos · Peso: 15 % · Puntuación: 15 · Qué se observa: No incluye cifras que ayuden a comparar tasas, plazos o cuántos bancos participan Categoría: Singularidad · Peso: 10 % · Puntuación: 45 · Qué se observa: Presenta tres servicios pertinentes: comprar una vivienda, cambiar la hipoteca de banco y financiar una construcción Secciones con mejor puntuación «1 - Adquisición de vivienda nueva o usada» : Explica con claridad que la empresa acompaña al cliente. 55.

04 «2 - Sustitución de hipoteca» : Parte de una preocupación concreta: «¿Tu mensualidad sube cada año?». 52. «Solicita la asesoría de un bróker hipotecario» : Indica que la asesoría es gratuita y menciona los tipos de crédito. 45. Secciones con menor puntuación y propuestas de reescritura Bloque: «Que hace un asesor hipotecario» · Qué falta o debe corregirse: Enumera ventajas, pero no explica en qué consiste el trabajo del asesor · Propuesta de texto (palabras): (56) «Un asesor hipotecario de Creditaria compara créditos de varios bancos con un solo expediente, elige la opción con mejor tasa y condiciones para el perfil del cliente y gestiona el trámite hasta la firma. Creditaria gestiona créditos para adquisición de vivienda nueva o usada, sustitución de hipoteca y construcción o remodelación,

LECTURA DEL EXPEDIENTE

Anexo 4

01 sin costo para el cliente.»

02 Bloque: «2 - Sustitución de hipoteca» · Qué falta o debe corregirse: La pregunta no explica el servicio y aparece la errata «adicidnales» · Propuesta de texto (palabras): (55) «La sustitución de hipoteca consiste en trasladar un crédito hipotecario vigente a otro banco que ofrece mejor tasa, menor mensualidad o un plazo más conveniente. Creditaria gestiona la portabilidad sin costo para el cliente: revisa el saldo y las condiciones actuales, compara ofertas de varias instituciones y, si el perfil lo permite,

03 obtiene liquidez adicional.»

04 Bloque: Falta bloque de requisitos · Qué falta o debe corregirse: No responde una consulta frecuente sobre los requisitos · Propuesta de texto (palabras): (55) «Para iniciar un crédito hipotecario con Creditaria se necesita [COMPLETAR: lista oficial de requisitos por producto]. El primer paso es la precalificación en línea, que pide nombre, correo, teléfono celular e ingreso mensual neto y tiene cinco pasos. Con esos datos un asesor compara la oferta de los bancos aliados y confirma qué documentos faltan.»

LECTURA DEL EXPEDIENTE

Anexo 4

01 Recomendaciones y mejora estimada La mejora indicada es una proyección de puntos para la auditoría, no un resultado garantizado. Acción: Aplicar las reescrituras propuestas y convertir el H2 en una pregunta · Mejora estimada: +10 Acción: Añadir una tabla que compare para quién es cada producto, para qué sirve y cuál es su plazo habitual [COMPLETAR] · Mejora estimada: +6

02 Acción: Añadir preguntas frecuentes (FAQ) sobre Infonavit, Cofinavit, Fovissste y créditos para trabajadores independientes · Mejora estimada: +6 Acción: Mostrar o retirar la sección oculta y corregir los errores de escritura · Mejora estimada: +3 Acción: Lista de bancos aliados [COMPLETAR] · Mejora estimada: +4 Acción: Rango estimado tras aplicar las acciones · Mejora estimada: 60-66 Puntuación por sección Sección evaluada: Título principal y subtítulo de la página · Puntuación: 20

03 Sección evaluada: Solicita la asesoría de un bróker hipotecario · Puntuación: 45 Sección evaluada: «Qué hace un asesor hipotecario» · Puntuación: 30 Sección evaluada: Créditos hipotecarios (3 productos) · Puntuación: 50 Sección evaluada: Sección oculta con 5 encabezados vacíos · Puntuación: 0 ANEXO 5 — Citabilidad: artículo «Cláusula ad corpus» URL: [F005] · Fecha: 2026-09-27 Puntuación de citabilidad: 57/100 · Porcentaje de bloques con más de 70 puntos: 0 % Método: el texto principal tiene 611 palabras: una introducción de 328 palabras y una sola sección H2 de 283. Según Ubersuggest, es la página con más visitas orgánicas estimadas del sitio (≈1,264 al mes); «ad corpus» ocupa la posición 3 y registra 1,900 búsquedas al mes. Estas cifras son estimaciones de la herramienta, no datos de Google Analytics.

04 Resumen de puntuación Categoría: Respuesta · Peso: 30 % · Puntuación: 50 · Qué se observa: La explicación de qué significa ad corpus aparece cerca de la palabra 150; la sección «¿Qué significa…?» tampoco empieza con la respuesta directa Categoría: Autocontención · Peso: 25 % · Puntuación: 65 · Qué se observa: El lector puede entender el tema, pero el término se repite en casi todas las frases, lo que hace el texto pesado

LECTURA DEL EXPEDIENTE

Anexo 5

01 Categoría: Estructura · Peso: 20 % · Puntuación: 45 · Qué se observa: El artículo tiene un solo encabezado de sección (H2), no usa listas ni tablas y sus dos bloques rondan las 300 palabras Categoría: Datos · Peso: 15 % · Puntuación: 60 · Qué se observa: Incluye una cita textual de la Suprema Corte de Justicia de la Nación (SCJN), publicada en el Semanario Judicial, y un ejemplo de contrato

02 Categoría: Singularidad · Peso: 10 % · Puntuación: 70 · Qué se observa: Incluye un ejemplo de cláusula con datos concretos: Departamento 406, 69.50 m² Secciones con mejor puntuación Cita de la SCJN : «aquella en la cual se calcula el precio en forma alzada...». Es una fuente primaria. 72. Ejemplo de contrato : Es un fragmento real, poco común en páginas competidoras. 65.

03 Preventa : Indica que estas cláusulas son «comunes cuando se compra un departamento en preventa...». 58. Secciones débiles y propuestas de reescritura Problema: La página no comienza con una definición directa · Propuesta de texto (palabras): (60) «La cláusula ad corpus es una modalidad de compraventa en la que el precio se fija por el inmueble en conjunto y no por sus metros cuadrados. La Suprema Corte la describe como aquella en que el precio se calcula en forma alzada, sin referencia a una unidad de medida; por eso una diferencia de metraje no cambia el precio.»

04 Problema: El riesgo para quien compra queda poco claro dentro del H2 · Propuesta de texto (palabras): (56) «Comprar bajo la cláusula ad corpus implica aceptar el inmueble con el metraje y el estado que el comprador declaró haber revisado. Si después aparece una diferencia de metros o un desperfecto visible, el comprador pierde, por regla general, la posibilidad de reclamar una rebaja. Los vicios ocultos siguen protegidos si el contrato incluye esa cláusula.»

LECTURA DEL EXPEDIENTE

Anexo 5

01 Problema: La compra en preventa no tiene una sección específica · Propuesta de texto (palabras): (56) «La cláusula ad corpus es frecuente en la compra de departamentos en preventa, porque el metraje final puede variar durante la construcción respecto al proyecto arquitectónico. Antes de firmar conviene comparar la superficie del plano con la de la escritura, pedir una inspección del inmueble y revisar que el contrato mantenga la protección por vicios ocultos.»

02 Antes de publicar, el área legal debe revisar el texto jurídico [CONFIRMAR] . Recomendaciones y mejora estimada La mejora indicada es una proyección de puntos para la auditoría, no un resultado garantizado. Acción: Abrir con una definición y organizar el contenido con preguntas: ¿Qué es?, ¿Qué riesgos tiene?, ¿Ad corpus o ad mensuram?, ¿En preventa? · Mejora estimada: +8 Acción: Tabla «Ad corpus vs ad mensuram» · Mejora estimada: +5

03 Acción: Enlazar la tesis de la SCJN e incluir su número de registro [COMPLETAR] · Mejora estimada: +3 Acción: Identificar a un autor real (abogado o asesor certificado) en lugar de giovanni@ibryx.com · Mejora estimada: +4, principalmente en experiencia, conocimientos, autoridad y confiabilidad (E-E-A-T) Acción: Añadir al final un botón o enlace para iniciar la precalificación · Mejora estimada: Ayudaría a que más lectores pasen de consultar el artículo a iniciar una solicitud

04 Acción: Rango estimado tras aplicar las acciones · Mejora estimada: 72-78 Puntuación por sección Sección: Introducción (incluye ejemplo y cita de la SCJN) · Palabras: 328 · Puntuación: 60 Sección: «¿Qué significa una cláusula ad corpus?» · Palabras: 283 · Puntuación: 54 ANEXO 6 — Posicionamiento geolocalizado en México Fecha: 27 de septiembre de 2026 Conclusión en una página Creditaria aparece bien posicionada cuando la búsqueda usa su nombre o trata sobre franquicias: ocupa el primer lugar en Bing para «franquicia hipotecaria» y en Google para «creditaria». Su blog también recibe tráfico de personas que buscan información sobre traspasos de Infonavit, la cláusula ad corpus y el certificado de libre gravamen.

LECTURA DEL EXPEDIENTE

Anexo 6

01 En cambio, cuando alguien busca ayuda para elegir un crédito —por ejemplo, «asesor hipotecario», «asesoría hipotecaria gratuita» o «broker hipotecario Guadalajara»— aparecen SOC Asesores, Credimejora, Solución Hipotecaria y fichas locales de terceros. En las 19 búsquedas de categoría revisadas en Bing, Creditaria ocupó el 4,0 % de las apariciones; SOC Asesores, el 6,5 %. Esta proporción se llama share of voice (SoV): indica qué parte de los resultados observados corresponde a cada dominio,

02 no la proporción de clientes ni de ventas. Copilot mencionó a Creditaria en 1 de 7 consultas y dio un dato incorrecto («adquirida en 2023»). Método y límites Se revisaron páginas de resultados del buscador (SERP, por sus siglas en inglés), es decir, las listas que aparecen después de hacer una búsqueda. Los resultados dependen del buscador, la consulta y la ubicación; esta muestra no representa todas las búsquedas en México ni garantiza posiciones permanentes.

03 Fuente: Bing (navegador, mercado es-MX, formulario) · Estado de la revisión: OK · Qué se observó: Se hicieron 23 consultas: 19 de categoría y 4 de marca. Bing muestra entre 2 y 10 resultados orgánicos; el paquete local dependió de la ubicación de la IP (Querétaro/Hidalgo) Fuente: Copilot en Bing · Estado de la revisión: OK parcial · Qué se observó: Se probaron 7 consultas; 5 generaron una respuesta generada por inteligencia artificial (IA)

04 Fuente: Google (Ubersuggest, locId 2484) · Estado de la revisión: OK · Qué se observó: Se consultaron el resumen del dominio, las páginas principales, competidores, 4 análisis de resultados de búsqueda, palabras coincidentes y sugerencias de Google Fuente: Resultados directos de Google · Estado de la revisión: No se usaron · Qué se observó: No se consultaron las páginas de resultados porque Google bloqueó por actividad inusual la dirección IP compartida; esta limitación ya se conocía

LECTURA DEL EXPEDIENTE

Anexo 6

01 Fuente: ChatGPT / Perplexity / Gemini · Estado de la revisión: Pendiente · Qué se observó: No se pudieron revisar: para hacerlo se necesita una sesión iniciada y, además, Cloudflare bloquea sus rastreadores (bots, programas que visitan páginas automáticamente) Fuente: Search Console / GA4 · Estado de la revisión: Sin acceso · Qué se observó: La agencia no tiene este dominio dentro de sus propiedades Resultados de búsqueda de Bing — participación de voz (19 consultas de categoría) La tabla muestra el porcentaje de apariciones en estas 19 consultas y cuántas incluyeron cada dominio. No equivale a cuota de mercado ni a porcentaje de clics.

02 Dominio: bbva.mx · Porcentaje de resultados (SoV): 7,7 % · Consultas donde apareció: 6/19 Dominio: socasesores.com · Porcentaje de resultados (SoV): 6,5 % · Consultas donde apareció: 7/19 Dominio: dinero.mx · Porcentaje de resultados (SoV): 5,2 % · Consultas donde apareció: 6/19 Dominio: infonavit (varios) · Porcentaje de resultados (SoV): 4,7 % · Consultas donde apareció: 3/19

03 Dominio: creditaria.com.mx · Porcentaje de resultados (SoV): 4,0 % · Consultas donde apareció: 5/19 Dominio: condusef.gob.mx · Porcentaje de resultados (SoV): 3,3 % · Consultas donde apareció: 4/19 Dominio: rankia.mx · Porcentaje de resultados (SoV): 3,2 % · Consultas donde apareció: 4/19 Dominio: ahmex.com.mx · Porcentaje de resultados (SoV): 2,6 % · Consultas donde apareció: 3/19

04 Posiciones orgánicas observadas para Creditaria (número menor significa un lugar más alto en la lista): broker hipotecario #2 · franquicia hipotecaria #1 y #6 · cómo ser broker hipotecario #6 y #7 · broker hipotecario cdmx #10 · broker hipotecario monterrey #8. No apareció en estas consultas: asesor hipotecario, asesoría hipotecaria gratuita, mejor crédito hipotecario, comparar créditos, cómo sacar un crédito, cambiar hipoteca de banco, independientes, cofinavit, crédito pyme, franquicias financieras,

LECTURA DEL EXPEDIENTE

Anexo 6

01 franquicias rentables, broker hipotecario guadalajara, préstamos pensionados IMSS, traspasar casa Infonavit (en Google es #2).

02 Resultados para búsquedas con el nombre de la marca: «creditaria» → 2 resultados propios + creditaria.mx (redirige a despacho en Madrid) + creditaria.digital + portalzoho.creditaria.com + Facebook; pack local con franquicias de Querétaro (Creditaria, Creditaria Rivas, Creditaria Tafolla). «creditaria opiniones» y «creditaria es confiable» → Mejor Trato, Financera («empresas fraudulentas», «financieras confiables»), Condusef (suplantación de instituciones), Creditea (colisión de nombre).

03 «creditaria franquicia costo» → post propio «desde $95,000 hasta $450,000» + 8 directorios de franquicias. Términos de búsqueda y volúmenes estimados (Google México) Término de búsqueda: crédito hipotecario · Volumen mensual: 27,100 · Posición o presencia de Creditaria: No; en los resultados revisados aparecen bancos Término de búsqueda: simulador crédito hipotecario · Volumen mensual: 8,100 · Posición o presencia de Creditaria: No; Creditaria no tiene simulador

04 Término de búsqueda: precalificación infonavit · Volumen mensual: 33,100 · Posición o presencia de Creditaria: #11 Término de búsqueda: estado de cuenta fovissste · Volumen mensual: 33,100 · Posición o presencia de Creditaria: #13 Término de búsqueda: crédito pyme · Volumen mensual: 2,400 · Posición o presencia de Creditaria: No aparece en los resultados observados

LECTURA DEL EXPEDIENTE

Anexo 6

01 Término de búsqueda: broker hipotecario · Volumen mensual: 720 · Posición o presencia de Creditaria: Google #10 (ficha de franquicia «Broker 777»); Bing #2 Término de búsqueda: mejor crédito hipotecario · Volumen mensual: 590 · Posición o presencia de Creditaria: No aparece en los resultados observados Término de búsqueda: franquicias rentables · Volumen mensual: 1,000 · Posición o presencia de Creditaria: No aparece en los resultados observados

02 Término de búsqueda: franquicias rentables méxico · Volumen mensual: 880 · Posición o presencia de Creditaria: No aparece en los resultados observados Término de búsqueda: asesor hipotecario · Volumen mensual: 90 · Posición o presencia de Creditaria: Google #8 (post) Término de búsqueda: creditaria · Volumen mensual: 2,400 · Posición o presencia de Creditaria: #1 Competidores en los resultados de búsqueda Las cifras de visitas, palabras clave y autoridad de dominio proceden de Ubersuggest y son estimaciones de esa herramienta. La autoridad de dominio (DA) es una métrica externa comparativa; no es una medida oficial de Google.

03 SOC Asesores (socasesores.com: 4,296 visitas estimadas, 428 palabras clave y autoridad de dominio (DA) 35; su directorio /oficinas/estado/ciudad aparece en búsquedas locales), Credimejora, Solución Hipotecaria, Certeza Hipotecaria, Finanz, Solidez Hipotecaria e Hipotecas MX (franquicia), Opción Financiera y El Bróker Hipotecario (contenido sobre «cómo ser bróker»). Ubersuggest también identifica competidores informativos como Vivanuncios, Condusef, BBVA e Inmuebles24,

04 aunque no compiten necesariamente por clientes hipotecarios. Entidad, fichas y citaciones Google: para «creditaria», los resultados locales muestran creditaria.com.mx y creditaria-esencial.com.mx, que corresponde a una franquicia. Razón social: la fuente consultada identifica a Puntacatoche Ibérica, S. de R.L. de C.V. y la ubica en Jorge Eliot 12, Polanco. El marcado schema del sitio usa Leibnitz 117, Anzures.

LECTURA DEL EXPEDIENTE

Anexo 6

01 Directorio de oficinas: Dinero.mx publica decenas de oficinas Creditaria por ciudad y sus correos @creditaria.com. La red tiene menciones en línea, aunque en este caso la cita proviene de un tercero. Wikidata y Wikipedia: no se encontraron registros. Ficha de Google Business Profile (perfil de negocio, 28-sep-2026) La ficha «Creditaria México» muestra una calificación de 4,1 y 43 reseñas, la dirección Leibnitz 117, Anzures, y el teléfono 55 5282 2041. Su categoría principal es «Consultora financiera». En la búsqueda «broker hipotecario» aparece como «Corredor hipotecario», posiblemente como categoría secundaria.

02 En las 23 fichas revisadas en CDMX, 16 usan la categoría «Corredor hipotecario». Entre ellas están las franquicias Creditaria Esencial y Creditaria Sapiens. En Google Trends México, durante los últimos 5 años, el índice medio de interés de búsqueda (una comparación relativa, no una cantidad de búsquedas) es: «broker hipotecario» 4; «asesor hipotecario» 1; «agente hipotecario» 0; y «corredor hipotecario» 0.

03 Acción propuesta: elegir «Corredor hipotecario» como categoría principal, abrir la descripción con «Broker hipotecario» y nombrar los servicios usando los términos habituales del mercado. Publicidad activa Google Ads Transparency (México): se encontraron ~600 anuncios asociados al dominio creditaria.com.mx. El anunciante verificado es PUNTACATOCHE IBERICA , con ~700 anuncios de texto y video; el último se observó el 27-sep-2026. Ubersuggest no detecta palabras clave pagadas en este caso; sus estimaciones de publicidad no son confiables para esta cuenta.

04 Meta Ad Library (México, anuncios activos de «creditaria»): hay ~80 anuncios. La mayoría pertenece a páginas de franquiciatarios (Creditaria Herrada, Contry, CrediCaribe Roo, Cancún, Hipotecarium, Colima, Master 8) e invita a contactar por WhatsApp. Están en circulación desde abr-jun 2026. Respuestas generadas por IA (Copilot en Bing) Consulta: ¿Cuál es el mejor broker hipotecario en México? · ¿Menciona a Creditaria?: No se generó respuesta de IA; en resultados normales aparecen Rankia y Dinero.mx · Respuesta o fuente que apareció: — · Lectura: La respuesta visible depende de otras fuentes

LECTURA DEL EXPEDIENTE

Anexo 6

01 Consulta: ¿Dónde consigo asesoría hipotecaria gratuita en CDMX? · ¿Menciona a Creditaria?: No · Respuesta o fuente que apareció: Solución Hipotecaria, Hypothek, Credimejora, Fidemid · Lectura: La consulta sobre asesoría gratuita no menciona a Creditaria

02 Consulta: ¿Qué franquicia hipotecaria conviene comprar? · ¿Menciona a Creditaria?: Creditaria aparece en los resultados normales en los puestos #1 y #2; no se generó respuesta de IA · Respuesta o fuente que apareció: creditaria.com.mx/franquicias/ · Lectura: Buena visibilidad orgánica en esta consulta Consulta: ¿Cuánto cobra un broker hipotecario? · ¿Menciona a Creditaria?: No · Respuesta o fuente que apareció: Cronoshare, calcu.mx · Lectura: Conviene responder esta pregunta en una sección de preguntas frecuentes

03 Consulta: ¿Qué es Creditaria y quién es su dueño? · ¿Menciona a Creditaria?: Sí · Respuesta o fuente que apareció: «fundó en 2008… Grupo HIR… adquiriendo en 2023» — fuentes /quienes-somos/ y post «16 años» · Lectura: Respuesta con fechas erróneas, según la evidencia citada en el informe Consulta: ¿Conviene broker o banco? · ¿Menciona a Creditaria?: No · Respuesta o fuente que apareció: calcu.mx, expedientehipotecario.com · Lectura: Hace falta explicar las diferencias en el sitio

04 Consulta: ¿Creditaria o SOC? · ¿Menciona a Creditaria?: No hubo respuesta generada por IA; la página principal de Creditaria apareció en el puesto #2 · Respuesta o fuente que apareció: SOC apareció con 3 URL · Lectura: Sin ventaja clara en esta muestra Ubersuggest detectó un resumen de Google generado con inteligencia artificial (AI Overview) para «asesor hipotecario» y «franquicia hipotecaria». Evolución estimada en Google según Ubersuggest Mes: sep-2024 · Visitas: 1,724 · Keywords: 558

LECTURA DEL EXPEDIENTE

Anexo 6

01 Mes: ene-2025 · Visitas: 1,189 · Keywords: 179 Mes: oct-2025 · Visitas: 458 · Keywords: 214 Mes: ene-2026 · Visitas: 952 · Keywords: 197 Mes: feb-2026 · Visitas: 3,362 · Keywords: 963 Mes: mar-2026 · Visitas: 9,928 · Keywords: 1,518 Mes: may-2026 · Visitas: 7,598 · Keywords: 1,294 Mes: jul-2026 · Visitas: 4,863 · Keywords: 1,061 Mes: ago-2026 · Visitas: 7,120 · Keywords: 1,205

02 Interpretación: el aumento de febrero a marzo de 2026 coincide con una republicación masiva de artículos (691 muestran lastmod , la fecha de modificación, de 2026 en post-sitemap; 67 URL aparecen duplicadas entre sitemaps). Esta coincidencia no demuestra que la republicación causara el aumento. La caída estimada de 51 % en julio sugiere que el tráfico depende de unas pocas publicaciones informativas. La oportunidad propuesta es facilitar que parte de esas visitas continúe hacia una solicitud. Acciones concretas Las siguientes son recomendaciones; no indican que los cambios ya se hayan realizado.

03 Permitir en Cloudflare el acceso de los bots de búsqueda con inteligencia artificial (programas que visitan páginas automáticamente) y volver a medir Copilot, ChatGPT y Perplexity en 30 días. Crear un directorio de oficinas por estado y ciudad, siguiendo como referencia el patrón de SOC y aprovechando las 971 fichas existentes. Crear la página «asesoría hipotecaria gratuita». Debe responder en 40-60 palabras y aclarar en preguntas frecuentes (FAQ) el costo y las comisiones.

04 Desarrollar un simulador hipotecario. Publicar una página de información comprobable sobre «Creditaria y Grupo HIR» y corregir las fechas. Enlazar los artículos con más visitas a la página de precalificación. ANEXO 7 — Análisis de la página principal (home, 14-oct-2026) URL: [F001] Fecha: 14 de octubre de 2026, 21:54-22:05 UTC (navegador integrado; curl recibe el reto de Cloudflare) Última modificación declarada: 2026-10-08 (dateModified de Yoast) Base: auditoría integral del 27-sep-2026 (INFORME-INTEGRAL-SEO-GEO-creditaria.com.mx.pdf)

LECTURA DEL EXPEDIENTE

Anexo 7

01 Tarjeta de puntuación La puntuación global combina cinco áreas de la página y se calcula con los pesos indicados debajo. Es una evaluación de auditoría, no una calificación oficial de Google.

02 Overall Score: 51/100 On-Page SEO: 55/100 [redacted] Content Quality: 50/100 [redacted] Technical: 45/100 [redacted] Schema:

03 40/100 [redacted] Images: 68/100 [redacted] El resultado combina estas áreas: posicionamiento en buscadores dentro de la página (SEO), 25 %; calidad del contenido (Content Quality), 25 %; aspectos técnicos (Technical), 20 %; datos estructurados (Schema), 15 %; e imágenes (Images), 15 %. Cambios desde la auditoría del 27-sep La tabla compara lo observado el 27 de septiembre con lo observado el 14 de octubre de 2026. TTFB indica cuánto tarda el servidor en comenzar a enviar la página.

04 Elemento revisado: «Desde el 2023 ayudamos a los mexicanos» · Estado al 27-sep: Presente · Estado al 14-oct: Retirado Elemento revisado: Bloque «¿Qué es Creditaria?» · Estado al 27-sep: «18 años… Desde el 2023…» · Estado al 14-oct: «más de 1,000 franquicias y 19 años de experiencia… reconocidos como Mejor Bróker del año por varios años consecutivos»

LECTURA DEL EXPEDIENTE

Anexo 7

01 Elemento revisado: Tiempo hasta recibir el primer byte (TTFB) de la página principal · Estado al 27-sep: ~0,7 s · Estado al 14-oct: Varió durante la prueba: error 524 (21:54 UTC), 92,5 s (21:56), 0,53-0,69 s (22:00-22:01) Elemento revisado: Otros elementos (título principal H1, botón de acción, canales de contacto, valoración fija y testimonio) · Estado al 27-sep: — · Estado al 14-oct: Sin cambios

02 Problemas encontrados Críticos N.o: 1 · Problema detectado: El servidor de origen respondió con demoras intermitentes · Evidencia: En la primera carga apareció «Error code 524: The origin web server timed out» (21:54:48 UTC). En la segunda, el inicio de la respuesta (responseStart) tardó 92,472 ms. Las siguientes cargas tardaron 530 y 691 ms; Cloudflare indicó que la respuesta no procedía de su caché (cf-cache-status: DYNAMIC) · Cambio recomendado: Revisar los registros del hosting de esa hora (procesos PHP, tareas automáticas cron,

03 respaldos y consultas lentas); configurar reglas de caché de página completa en

04 Cloudflare (Cache Rules / APO) para visitantes anónimos; vigilar si el sitio responde cada 1-5 min

LECTURA DEL EXPEDIENTE

Anexo 7

01 N.o: 2 · Problema detectado: La página principal no ofrece un canal de contacto directo · Evidencia: No hay enlaces tel: , acceso a WhatsApp ni formularios. El botón de acción (CTA) del encabezado principal dice «Descubre las mejores tasas» y lleva a #servicioshome · Cambio recomendado: Cambiar el CTA principal a «Precalifica gratis en 5 pasos» y dirigirlo a preca.creditaria.app. Añadir el teléfono y WhatsApp a la cabecera

02 Altos N.o: 3 · Problema detectado: Falta el término más usado para describir el servicio · Evidencia: «broker hipotecario» no aparece en el texto visible, salvo en «Mejor Bróker del año»; «crédito hipotecario» aparece 3 veces. En Google Trends, el interés relativo por «broker hipotecario» es 4 frente a 1 para «asesor hipotecario»; Ubersuggest estima 720 búsquedas al mes para el primer término · Cambio recomendado: Incluir «broker hipotecario» en el título principal (H1),

03 en la explicación «¿Qué es Creditaria?» y en una pregunta frecuente

04 N.o: 4 · Problema detectado: El encabezado principal (H1) no identifica la marca ni la categoría · Evidencia: El encabezado principal (H1) cambia entre «Crédito Hipotecario · Crédito Pyme · Crédito Automotriz · Seguros…» · Cambio recomendado: Fijar el H1 como «Broker hipotecario: tu crédito con el mejor banco, sin costo»

LECTURA DEL EXPEDIENTE

Anexo 7

01 N.o: 5 · Problema detectado: Los datos estructurados contienen una valoración fija · Evidencia: El tipo FinancialService incluye una valoración manual (ratingValue 4.1, ratingCount 42), mientras que la ficha de Google muestra 43 reseñas · Cambio recomendado: Retirar esa valoración: la empresa no debe marcar sus propias reseñas como una calificación independiente, y el total declarado de 42 no coincide con las 43 reseñas visibles en Google

02 N.o: 6 · Problema detectado: Se añadió una afirmación sin fuente · Evidencia: Entre el 27-sep y el 8-oct se incorporó «Reconocidos como Mejor Bróker del año por varios años consecutivos» · Cambio recomendado: Añadir el nombre de quien otorga el premio, los años correspondientes y un enlace de respaldo; si no se cuenta con esos datos, retirar la afirmación Medios N.o: 7 · Problema detectado: El título que puede mostrar Google es demasiado largo · Evidencia: 72 caracteres («Creditaria Mexico | Bróker Hipotecario - Asesor de Créditos Hipotecarios»); «Mexico» sin tilde · Cambio recomendado: «Creditaria México: broker hipotecario sin costo» (47) o similar ≤ 60

03 N.o: 8 · Problema detectado: La descripción que puede mostrar Google supera la longitud aconsejada · Evidencia: 241 caracteres; Google la corta a ~155-160 · Cambio recomendado: «Broker hipotecario con más de 1,000 franquicias en México. Comparamos bancos y gestionamos tu crédito hipotecario sin costo. Precalifica en 5 pasos.» (148)

04 N.o: 9 · Problema detectado: Los encabezados siguen una jerarquía irregular · Evidencia: Los encabezados de nivel H6 aparecen antes que los H2 («Tu mejor aliado», «PERSPECTIVA Y ASISTENCIA», «Blog»); el nombre del testimonio usa H5; y H4 «Registro/Validación/Firma» está bajo el H2 de otra sección · Cambio recomendado: Mostrar los antetítulos como párrafos <p> o elementos con estilo, y presentar el nombre del testimonio sin convertirlo en encabezado

LECTURA DEL EXPEDIENTE

Anexo 7

01 N.o: 10 · Problema detectado: Hay un bloque oculto en escritorio, tableta y móvil · Evidencia: Un encabezado H6 y 5 encabezados H2 llevan las clases elementor-hidden-desktop/tablet/mobile ; entre ellos está «Nuestros servicios no tienen NINGÚN COSTO» · Cambio recomendado: Mostrar el bloque en los dispositivos o retirarlo si no se va a usar

02 N.o: 11 · Problema detectado: El testimonio no permite identificar a la persona que lo escribió · Evidencia: «Me siento confiada… — Maria Fernanda» · Cambio recomendado: Testimonio verificable (nombre, ciudad, producto, fecha) o retirarlo N.o: 12 · Problema detectado: La página no menciona a Grupo HIR · Evidencia: El nombre «HIR» no aparece en el texto revisado · Cambio recomendado: Añadir bajo el bloque principal una frase de contexto: «Parte de Grupo HIR desde 2025»

03 N.o: 13 · Problema detectado: La página transfiere muchos datos al navegador · Evidencia: El HTML pesa 534 KB (367 KB corresponden a estilos CSS de Elementor insertados directamente en la página); hubo 69 solicitudes, se transfirieron 1,82 MB y se cargaron 25 scripts · Cambio recomendado: Activar «Improved CSS loading» en Elementor para cargar los estilos CSS desde un archivo separado; retirar widgets que no se usan, como Review Slider Bajos N.o: 14 · Problema detectado: A 5 de las 17 imágenes les falta texto alternativo · Evidencia: teamV1/V2/V3.jpg, que-es-creditaria.webp, Imagen-home_resena…jpg · Cambio recomendado: Añadir un texto alternativo que describa cada imagen

04 N.o: 15 · Problema detectado: Una imagen pesa demasiado · Evidencia: Imagen-home_resena_2623065413-2.jpg: 425 KB; archivo de 1120×630 mostrado a 610×343 (carga diferida, más abajo en la página) · Cambio recomendado: Comprimirla a WebP de 80 KB o menos, con un ancho de 1220 px N.o: 16 · Problema detectado: El logotipo se descarga a un tamaño mucho mayor que el de pantalla · Evidencia: Se sirve una imagen de 1120 px para mostrarla a 146 px · Cambio recomendado: Usar una variante de 300 px

LECTURA DEL EXPEDIENTE

Anexo 7

01 N.o: 17 · Problema detectado: La información para compartir en Twitter está incompleta · Evidencia: Existe twitter:card , pero faltan twitter:title y twitter:image ; por ahora Twitter puede tomar esos datos de los metadatos Open Graph (OG) · Cambio recomendado: Opcional: definir los campos de Twitter en Yoast

02 N.o: 18 · Problema detectado: Hay errores ortográficos · Evidencia: «delsector», «tramite» sin tilde en la metadescripción, «Descubre como» · Cambio recomendado: Separar correctamente «del sector» y añadir las tildes que faltan Elementos que ya funcionan bien La página permite que los buscadores la incluyan en sus resultados (index, follow), indica que esa misma URL es la versión preferida (URL canónica), declara el idioma español (lang="es") y usa HTTPS.

03 El contenido principal tiene 961 palabras. No se encontraron textos de relleno Lorem ipsum ni enlaces al sitio de pruebas (staging). La página incluye 47 enlaces distintos a otras páginas del mismo sitio, entre ellas servicios, franquicias, preguntas frecuentes (FAQ) y el blog. Los datos Open Graph, que controlan cómo se presenta un enlace compartido en redes sociales, incluyen título, descripción, imagen, URL y tipo de página.

04 Todas las imágenes indican su ancho y alto (width y height), lo que reduce el riesgo de que el contenido salte mientras cargan; la mayoría usa formato WebP. Ningún script detiene la carga inicial de la página: todos usan los atributos async o defer para cargarse sin bloquear el contenido principal. Las preguntas frecuentes explican con claridad que el servicio no tiene costo para el cliente porque las instituciones financieras cubren los honorarios.

LECTURA DEL EXPEDIENTE

Anexo 7

01 Se retiró la frase con la fecha contradictoria «Desde el 2023». Evaluación del contenido Extensión: 961 palabras. La recomendación mínima para una página principal es de 500. Legibilidad: la fórmula de Fernández-Huerta asigna 56,8 («algo difícil») al texto formado por 372 palabras en párrafos. El promedio es de 2,26 sílabas por palabra y 14,3 palabras por oración. Las frases son breves, aunque incluyen términos largos como «intermediación», «franquiciatario» y «acompañamiento».

02 Uso de términos de búsqueda: «broker hipotecario» no aparece en el texto visible; «crédito hipotecario» aparece 3 veces (0,3 %). Falta la expresión que describe a Creditaria dentro de su categoría.

03 Experiencia, conocimientos, autoridad y confiabilidad (E-E-A-T): no se citan fuentes para las cifras de la red (1,000 franquicias y 19 años) ni para el premio. Tampoco se menciona a Grupo HIR y el testimonio no identifica a la persona. Como señal favorable, las preguntas frecuentes responden directamente y el pie de página muestra sellos de confianza. Actualización: el campo dateModified indica 2026-10-08. Core Web Vitals: señales técnicas; no son mediciones de campo Tiempo de carga del elemento principal visible (LCP): el mayor riesgo es la demora intermitente del servidor. Si la respuesta tarda 92 segundos, la página no puede cumplir el objetivo de carga. En condiciones normales, el elemento principal es una imagen de fondo de Elementor; se recomienda cargarla por adelantado.

04 Rapidez de respuesta a las interacciones (INP): se encontraron 25 scripts y una medición de laboratorio de tiempo de bloqueo total (TBT) de 748 ms (PageSpeed Insights, 27-sep). Esto señala un riesgo medio de que la página tarde en responder a algunas acciones. Estabilidad visual mientras carga la página (CLS): el riesgo parece bajo porque las imágenes declaran sus dimensiones; PageSpeed Insights registró CLS 0. Recomendaciones en orden de prioridad Hoy: revisar con el proveedor de hosting el error 524 y la demora de 92 segundos; activar la caché de página en Cloudflare. Impacto esperado: disponibilidad y rastreo.

LECTURA DEL EXPEDIENTE

Anexo 7

01 Semana 1: añadir al encabezado principal una llamada a precalificar, teléfono y WhatsApp; incluir «broker hipotecario» en el H1; retirar AggregateRating ; reducir el título a ≤ 60 caracteres y la descripción a ≤ 160. Impacto esperado: conversión y relevancia. Semana 2: añadir la fuente del premio «Mejor Bróker del año», una mención de Grupo HIR y un testimonio verificable; retirar el bloque oculto y ordenar los encabezados. Impacto esperado: confianza y posibilidad de ser citado.

02 Semana 3: cargar el CSS de Elementor desde un archivo externo, retirar widgets que no se usan y optimizar la imagen de 425 KB. Impacto esperado: menos peso y menor TBT. Datos estructurados propuestos (schema) El schema es información organizada en un formato que ayuda a los buscadores a identificar qué entidad describe la página y cuáles son sus datos; no cambia por sí mismo el aspecto visible del sitio.

03 Este bloque sustituiría el FinancialService manual y omite aggregateRating . No incluye FAQPage : según la nota de esta auditoría, desde mayo de 2026 Google dejó de mostrar resultados enriquecidos de preguntas frecuentes. Además, la página principal no usa actualmente ese marcado. Esta decisión se atribuye a la evidencia consignada por la fuente; no se vuelve a verificar aquí. El cliente debe confirmar los valores entre corchetes.

04 { "@context": "https://schema.org", "@type": ["Organization", "FinancialService"], "@id": "https://www.creditaria.com.mx/#organization", "name": "Creditaria México",

LECTURA DEL EXPEDIENTE

Anexo 7

01 "alternateName": "Creditaria", "legalName": "Puntacatoche Ibérica, S. de R.L. de C.V. [CONFIRMAR]", "url": "https://www.creditaria.com.mx/", "logo": "https://www.creditaria.com.mx/wp-content/uploads/2026/02/CREDITARIA-LOGOTIPO-HORIZONTAL-Menu.png",

02 "description": "Broker hipotecario con más de 1,000 franquicias en México. Compara bancos y gestiona créditos hipotecarios, PyME, automotrices, seguros y fondos de inversión sin costo para el cliente. Parte de Grupo HIR desde 2025.", "telephone": "+52-55-5282-2041", "address": { "@type":

03 "PostalAddress", "streetAddress": "Leibnitz 117, Anzures", "addressLocality": "Miguel Hidalgo", "addressRegion": "Ciudad de México", "postalCode": "11590",

04 "addressCountry": "MX" }, "geo": {"@type": "GeoCoordinates", "latitude": 19.4294386, "longitude": -99.1780937}, "hasMap": "https://www.google.com/maps?cid=12975618052005695632", "areaServed": {"@type":

LECTURA DEL EXPEDIENTE

Anexo 7

01 "Country", "name": "México"}, "parentOrganization": {"@type": "Organization", "name": "Grupo HIR"}, "knowsAbout": ["Broker hipotecario", "Crédito hipotecario", "Sustitución de hipoteca", "Crédito PyME", "Crédito automotriz", "Seguros", "Franquicias financieras"], "sameAs":

02 ["https://www.facebook.com/creditaria.mexico/", "https://www.instagram.com/creditariamex/", "https://twitter.com/creditariamex", "https://www.tiktok.com/@creditariamexico",

03 "https://www.youtube.com/@CreditariaMexico", "https://mx.linkedin.com/company/creditaria"] } Alcance y límites de la medición La revisión se hizo con el navegador integrado. Cloudflare devuelve error 403 a las solicitudes realizadas mediante curl , una herramienta para pedir páginas desde la línea de comandos.

04 El error 524 y la espera de 92 segundos se registraron una sola vez, dentro de un intervalo de tres minutos. Se necesita monitoreo para saber si ocurre con frecuencia. No se tuvo acceso a Search Console ni a Google Analytics 4 (GA4) del dominio. Esta revisión corrige una recomendación del informe de septiembre: FAQPage ya no genera resultados enriquecidos en Google.

LECTURA DEL EXPEDIENTE

Anexo 8

01 ANEXO 8 — Análisis complementarios: ficha de Google, categorías, término del mercado, sistema de gestión de contenidos (CMS), plan, arquitectura y blog Esta sección reúne preguntas que surgieron después del Informe Integral y la evidencia consultada para responderlas. Las mediciones se hicieron con el navegador integrado, Google Maps y Google Trends. Cloudflare devuelve error 403 a las solicitudes realizadas con curl , una herramienta de línea de comandos. Los bots o rastreadores son programas que visitan páginas automáticamente para recopilar información; la prueba de esta auditoría salió desde una IP de la agencia.

02 C1. Términos de búsqueda y ficha de Google (28-sep-2026) La ficha se consultó en Google Maps sin iniciar sesión como propietario. Su identificador es 0x85d201fedf4fa527:0xb412a7dedaf21090 (CID 12975618052005695632), el mismo que aparece en el enlace de la insignia «4.1 Reviews» de la página principal. Campo de la ficha: Nombre · Dato visible: Creditaria México · Qué indica: Incluye solo la marca, en línea con las políticas de Google que prohíben añadir términos de búsqueda al nombre

03 Campo de la ficha: Categoría principal · Dato visible: Consultora financiera · Qué indica: Es una categoría general y no coincide con la actividad «broker hipotecario» ni con la búsqueda observada Campo de la ficha: Categorías secundarias · Dato visible: No visibles · Qué indica: Para revisarlas se necesita acceso de propietario

04 Campo de la ficha: Dirección · Dato visible: Leibnitz 117, Anzures, 11590 · Qué indica: Coincide con los datos estructurados del sitio, pero difiere de LinkedIn y D&B, que muestran Jorge Eliot 12 Campo de la ficha: Teléfono y sitio · Dato visible: 55 5282 2041 · creditaria.com.mx · Qué indica: Ambos datos son coherentes entre sí Campo de la ficha: Valoración · Dato visible: 4,1 · 43 reseñas · Qué indica: El marcado de datos estructurados del sitio declara 42 reseñas

LECTURA DEL EXPEDIENTE

Anexo 8

01 Campo de la ficha: Publicación más reciente · Dato visible: 28-jul-2026 (Roadshow 2026) · Qué indica: El texto ofrece asesoría sin costo sobre créditos hipotecarios, PyME y automotrices, además de seguros Conclusión: la ficha no incorpora términos de búsqueda comercial en su contenido. La categoría es la única señal de relevancia disponible en la ficha y resulta demasiado general. C2. ¿La categoría «consultora financiera» describe a Creditaria? En sentido estricto, no. Es un intermediario de crédito (broker hipotecario) con modelo de franquicias .

02 Cómo se describe: usa expresiones como «Master Bróker» e «intermediación financiera profesional», y afirma que es «el puente entre tú y las principales instituciones financieras» (preguntas frecuentes del sitio). Cómo recibe ingresos: declara que «nuestros honorarios son cubiertos por las instituciones financieras». El modelo descrito corresponde a comisiones por colocar créditos, no a cobros al cliente por asesoramiento.

03 Qué servicio presta: acompaña la gestión del crédito desde la precalificación hasta la firma. Cómo la clasifican otras fuentes: D&B ubica a Puntacatoche Ibérica, S. de R.L. de C.V. entre las «otras instituciones de intermediación crediticia y financiera no bursátil». La cobertura de la compra por Grupo HIR habla de «asesoría y comercialización de productos financieros, principalmente hipotecarios».

04 Otra línea de negocio: venta de franquicias. En una publicación propia se indica un canon de $95,000 a $450,000.

LECTURA DEL EXPEDIENTE

Anexo 8

01 La categoría «Consultora financiera» refleja solo una parte de la actividad: la asesoría sin costo y los productos complementarios. También podría dar a entender que la empresa ofrece asesoría de inversiones, actividad regulada en México por la Comisión Nacional Bancaria y de Valores (CNBV). En esta auditoría no se comprobó si Creditaria tiene el registro necesario para ofrecer fondos de inversión [CONFIRMAR] . C3. Categorías disponibles en el Perfil de Negocio de Google (Google Business Profile) Consulta «broker hipotecario» en Google Maps, CDMX (28-sep-2026): se revisaron 23 perfiles de negocios que aparecieron en el mapa. Los resultados pueden variar según la ubicación y el momento de la búsqueda.

02 Categoría: Corredor hipotecario · Fichas: 16 · Ejemplos: Bnrhipotecasa, Casa Cue, Urbanzza, GFH, Holacasa, Hipotecare, LC Patrimonial, Crediexpres, Top Broker 360, Creditaria Esencial, Creditaria Sapiens Categoría: Corredor de finanzas · Fichas: 2 · Ejemplos: Tu House, MB Concilium Categoría: Planificador financiero · Fichas: 2 · Ejemplos: Hipoteca Genial, Brokers Financieros HF Categoría: Asesor financiero · Fichas: 1 · Ejemplos: Finadvisor

03 Categoría: Consultora financiera · Fichas: 1 · Ejemplos: AR Brokers En esa búsqueda, Creditaria México también apareció etiquetada con la categoría «Corredor hipotecario» (4,1 · 43 reseñas), aunque la ficha consultada muestra «Consultora financiera» como principal. Es posible que «Corredor hipotecario» ya esté añadida como categoría secundaria; hay que confirmarlo en el panel del propietario [CONFIRMAR en el panel] .

04 Consulta «crédito hipotecario» en Google Maps, CDMX: se contaron perfiles de negocios únicos que aparecieron en los resultados. Categoría en Google: Corredor hipotecario · Fichas: 6 · ¿Aplica a Creditaria?: Sí Categoría en Google: Consultora financiera · Fichas: 9 (incluye Creditaria México) · ¿Aplica a Creditaria?: Parcial Categoría en Google: Corredor de finanzas · Fichas: 3 (incluye Creditaria Sapiens) · ¿Aplica a Creditaria?: Sí, secundaria

LECTURA DEL EXPEDIENTE

Anexo 8

01 Categoría en Google: Servicio de asesoramiento crediticio · Fichas: 2 · ¿Aplica a Creditaria?: Sí, secundaria Categoría en Google: Prestamista hipotecario · Fichas: 4 (Yave, SHF, Centro Hipotecario) · ¿Aplica a Creditaria?: No : es para quien presta su propio dinero Categoría en Google: Sociedad de crédito hipotecario · Fichas: 1 · ¿Aplica a Creditaria?: No : instituciones otorgantes

02 Categoría en Google: Agencia de préstamos / Institución financiera / Banco · Fichas: 2 / 15 / 2 · ¿Aplica a Creditaria?: No : prestan directamente Google no ofrece «Crédito hipotecario» como categoría , porque es un producto, no un tipo de negocio. El término se puede usar en los servicios, la descripción y las publicaciones, pero no debe añadirse al nombre del negocio.

03 Configuración recomendada: elegir Corredor hipotecario como categoría principal y Consultora financiera, Corredor de finanzas y Servicio de asesoramiento crediticio como secundarias, si el panel confirma que están disponibles. No seleccionar categorías que hagan parecer que Creditaria presta su propio dinero. C4. Término más usado en México Google Trends en México, periodo de 5 años; consulta del 28-sep-2026:

04 Término: broker hipotecario · Índice medio de interés: 4 · Semanas con datos (de 262): 19 · Suma del índice: 1,121 Término: asesor hipotecario · Índice medio de interés: 1 · Semanas con datos (de 262): 4 · Suma del índice: 136 Término: agente hipotecario · Índice medio de interés: 0 · Semanas con datos (de 262): 2 · Suma del índice: 123 Término: corredor hipotecario · Índice medio de interés: 0 · Semanas con datos (de 262): 1 · Suma del índice: 62

LECTURA DEL EXPEDIENTE

Anexo 8

01 Término: asesores hipotecarios · Índice medio de interés: 0 · Semanas con datos (de 262): 1 · Suma del índice: 49 En Ubersuggest, «broker hipotecario» registra 720 búsquedas mensuales estimadas en Google México y «asesor hipotecario», 90. La herramienta no muestra un volumen medible para «corredor hipotecario» ni «agente hipotecario».

02 Interpretación de estos datos: en los datos consultados, «broker hipotecario» es la expresión con mayor interés para describir esta actividad; «corredor hipotecario» es el nombre de una categoría de negocio disponible en Google. Google Trends compara el interés relativo durante el periodo seleccionado; sus valores no son conteos de búsquedas. Para estimar cantidades mensuales se usó Ubersuggest: «crédito hipotecario» registra 27,100 y «simulador crédito hipotecario», 8,100 búsquedas al mes.

03 Cómo aplicarlo: elegir «Corredor hipotecario» en la ficha. Usar «broker hipotecario» en su descripción, en el H1, en el título SEO y en los anuncios; reservar los nombres de productos para las páginas de servicio. C5. Sistema de gestión de contenidos (CMS) y tecnologías detectadas Componente: Sistema de gestión de contenidos (CMS) · Detectado: WordPress · Evidencia: /wp-content/ , wp-login.php en robots.txt

04 Componente: Constructor · Detectado: Elementor 3.34.4 + Elementor Pro · Evidencia: meta generator , atributos data-elementor-type Componente: Tema · Detectado: Finpath (KeyDesign) + tema hijo · Evidencia: /wp-content/themes/finpath/ , keydesign-framework Componente: SEO · Detectado: Yoast SEO · Evidencia: Bloque Yoast en robots.txt, sitemap_index.xml , schema @graph Componente: Complementos · Detectado: ElementsKit, WP Review Slider Pro · Evidencia: /wp-content/plugins/

LECTURA DEL EXPEDIENTE

Anexo 8

01 Componente: Red de distribución de contenido (CDN) y seguridad · Detectado: Cloudflare · Evidencia: server: cloudflare , cf-ray , retos y error 1106 Componente: Medición · Detectado: GA4 G-T297Q1T3J8 , GTM GTM-TDPF9MTD · Evidencia: Etiquetas en el HTML Componente: Servicios externos a WordPress · Detectado: preca.creditaria.app, Pipedrive, creditaria.online · Evidencia: Páginas a las que llevan botones y contenido incrustado mediante iframes

02 C6. Plan de trabajo para mejorar el sitio No es realista esperar 100/100 en todas las áreas. La meta propuesta es alcanzar 85-90 puntos globales en 6 meses. Los aspectos técnicos, los datos estructurados (schema) y la optimización dentro de las páginas sí podrían llegar a 95-100 puntos.

03 Fase 0 (semana 0): preparar el trabajo - Accesos necesarios: Search Console (GSC), Google Analytics 4 (GA4), Cloudflare, WordPress, hosting, la ficha de Google Business Profile, Bing Webmaster Tools, Pipedrive y Google Ads. - Decisiones y datos que debe confirmar el cliente: año de fundación, domicilio, acceso de bots de inteligencia artificial, razón social y relación con Grupo HIR, dominios con nombres similares,

04 fuentes de premios y cifras, revisión legal y situación ante la CNBV. - Protocolo de trabajo: preparar una copia de pruebas (staging) donde se puedan revisar cambios sin afectar el sitio público, guardar un respaldo y registrar las mediciones iniciales (línea base).

LECTURA DEL EXPEDIENTE

Anexo 8

01 Área de trabajo: 1. Infraestructura y rendimiento · Tareas previstas: Investigar el error 524 y la espera de 92 segundos; configurar la caché de página en Cloudflare; permitir el acceso de rastreadores de búsqueda con IA; revisar el límite de solicitudes para que presente un reto (challenge) en lugar de bloquear de inmediato; cargar el CSS de Elementor desde un archivo externo; retirar complementos innecesarios; redirigir permanentemente (301) la página principal duplicada -v2 ;

02 revisar los mapas del sitio (sitemaps), las URL preferidas (canónicas), el orden de encabezados, los títulos, las descripciones y las imágenes; añadir llms.txt y HSTS (instrucción de seguridad que fuerza el uso de HTTPS)

03 Área de trabajo: 2. Datos estructurados y entidad · Tareas previstas: Completar Organization / FinancialService sin una valoración fija; identificar a los autores reales; añadir datos LocalBusiness para cada oficina; acordar una cronología única; revisar D&B y LinkedIn; evaluar si corresponde crear una entrada en Wikidata; preparar un manual de marca para las franquicias

04 Área de trabajo: 3. Contacto y confianza · Tareas previstas: Añadir la precalificación, teléfono y WhatsApp al encabezado principal; corregir el formulario de /contacto/ y retirar el testimonio de demostración; publicar el aviso de privacidad; usar testimonios que puedan verificarse y mostrar señales de confianza; medir en GA4 las acciones cuando una persona pasa de un dominio a otro; preparar páginas de destino para los anuncios

LECTURA DEL EXPEDIENTE

Anexo 8

01 Área de trabajo: 4. Contenido y visibilidad en buscadores y sistemas de IA (GEO) · Tareas previstas: Reescribir la página principal y 6 servicios para responder directamente a las preguntas; crear 6 páginas orientadas al negocio; mejorar los 20 artículos principales y combinar los más débiles cuando se repitan; crear páginas sobre Grupo HIR y «¿Es confiable?»; desarrollar un simulador y un informe propio del mercado

02 Área de trabajo: 5. Presencia local en buscadores · Tareas previstas: Mejorar la ficha de Google (categoría, servicios, publicaciones y reseñas); organizar las ~971 páginas de franquicia en el directorio /oficinas/ ; definir reglas para las fichas de franquicia; revisar las fichas de Bing Places y Apple

03 Área de trabajo: 6. Autoridad y reputación · Tareas previstas: Publicar las fuentes en /prensa/; mantener consistentes los datos en los directorios de franquicias; revisar la presencia en AMF/AHMEX; integrar videos de YouTube y crear un programa para solicitar reseñas auténticas Área de trabajo: 7. Medición · Tareas previstas: Crear un tablero mensual y una herramienta que avise si el sitio deja de responder; repetir la auditoría a los 30, 90 y 180 días

04 Periodo de trabajo: Semana 0-1 · Puntuación global estimada: 41 → ~52 Periodo de trabajo: Mes 1 · Puntuación global estimada: ~62 Periodo de trabajo: Mes 2-3 · Puntuación global estimada: ~72-78 Periodo de trabajo: Mes 4-6 · Puntuación global estimada: ~82-90 C7. Estructura del sitio web (14-oct-2026) Veredicto: 4/10. Las páginas comerciales están bien organizadas; el resto del sitio parece haber crecido con el tiempo sin una estructura común.

LECTURA DEL EXPEDIENTE

Anexo 8

01 creditaria.com.mx/ ├── Servicios (menú) /creditos-hipotecarios/ /pyme/ /credito-de-auto/ /seguros/ /fondos-de-inversion/ /prestamos-personales/ ├── Franquicias (menú) /franquicias/ /franquicia-deluxe/ /franquicia-de-creditos-pyme/ /franquicia-fas/ /franquicia-ap/ /franquicia-form/

02 ├── Empresa /quienes-somos/ /contacto/ /faqs/ /prensa/ /bolsa-de-trabajo/ ├── Home duplicada /...-v2/ (indexable) ├── Blog /blog/ → 221 páginas (solo en el pie); posts en la raíz ├── Categorías (dos bases) /topic/... (10) y raíz:

03 /credito-automotriz/ /prestamo-personal/ /seguro/ /franquicia-pyme/ /franquicias-en-mexico/ /inversiones-seguras/ ├── Fichas de franquicia /franquicia/<slug>/ (~971, ~50 palabras) └── Fuera del dominio preca.creditaria.app · creditaria.online · universidadcreditaria.com

04 En el esquema, «(indexable)» significa que los buscadores pueden incluir esa página duplicada en sus resultados. Área del sitio: Navegación · Evaluación: Aceptable · Evidencia observada: Desde la página principal se llega a servicios y franquicias en 1 clic, aunque el único botón de la cabecera invita a «Adquiere tu Franquicia» Área del sitio: Blog · Evaluación: Deficiente · Evidencia observada: No aparece en el menú; tiene 221 páginas, pero la navegación solo permite ir a la página 2 o a la 221

LECTURA DEL EXPEDIENTE

Anexo 8

01 Área del sitio: Categorías · Evaluación: Deficiente · Evidencia observada: Las categorías usan dos formatos de URL; un artículo de la muestra está asignado a 10 categorías Área del sitio: Páginas que compiten entre sí · Evaluación: Deficiente · Evidencia observada: Hay páginas con nombres y temas muy parecidos: /credito-automotriz/ y /credito-de-auto/ ; /prestamo-personal/ y /prestamos-personales/ ; /seguro/ y /seguros/ ; /franquicia-pyme/ y /franquicia-de-creditos-pyme/

02 Área del sitio: Enlaces desde el blog · Evaluación: Deficiente · Evidencia observada: «Cómo traspasar una casa Infonavit» enlaza una vez a una página de servicio y no dirige a la precalificación

03 Área del sitio: Enlaces rotos o mal dirigidos · Evaluación: Deficiente · Evidencia observada: En ese artículo: /como-elegir-el-mejor-banco-en-2025 muestra 404; /es-seguro-otorgar-acceso-consulta-buro-de-credito lleva a la página principal; /evita-ser-victima-de-fraudes-inmobiliarios redirige a la misma dirección con una barra final

04 Área del sitio: Migas de pan · Evaluación: Deficiente · Evidencia observada: No aparecen en las páginas y el marcado BreadcrumbList solo indica «Inicio», sin mostrar al usuario dónde está dentro del sitio Área del sitio: Fichas de franquicia · Evaluación: Deficiente · Evidencia observada: Tienen poco contenido y las direcciones preferidas que indican a los buscadores (URL canónicas) no siguen un criterio coherente

LECTURA DEL EXPEDIENTE

Anexo 8

01 Área del sitio: Acceso a servicios · Evaluación: Bueno · Evidencia observada: Las páginas están a 1 clic y la página principal contiene 47 enlaces internos distintos

02 Estructura propuesta: crear una página central para cada servicio y páginas específicas, como /credito-hipotecario/sustitucion-de-hipoteca/ y /cofinavit/ ; añadir /simulador-credito-hipotecario/ ; organizar el directorio como /oficinas/<estado>/<ciudad>/<oficina>/ ; y crear secciones principales para franquicias, guías temáticas (/guias/) y empresa (/empresa/ , con Grupo HIR, prensa y «¿es confiable?»). Añadir migas de pan a todas las plantillas, para que la persona pueda ver en qué parte del sitio se encuentra.

03 Orden recomendado para hacer los cambios: 1. Revisar todas las páginas del sitio; para ello, permitir temporalmente la dirección IP del equipo auditor en Cloudflare mediante una lista blanca. 2. Unificar la organización de las categorías y redirigir permanentemente (301) las que compiten con páginas de servicios. 3.

04 Corregir las páginas 404 y las redirecciones que llevan a la página principal. 4. Añadir enlaces pertinentes desde los artículos hacia las páginas de servicios y la precalificación. 5. Añadir migas de pan para mostrar la ubicación de cada página dentro del sitio. 6.

LECTURA DEL EXPEDIENTE

Anexo 8

01 Crear el directorio de oficinas. 7. Añadir el blog al menú y reparar su paginación. 8. Redirigir permanentemente (301) a la página principal duplicada -v2 hacia la versión oficial. 9. Si se cambia la dirección de una página de servicio, preparar una lista de las redirecciones necesarias,

02 probarlas en staging y revisar en Search Console que Google haya detectado el cambio. C8. Artículos de blog publicados al 14-oct-2026 Indicador: Artículos únicos en el sitemap de Yoast · Resultado: 2,124 Indicador: Entradas totales · Resultado: 2,208 (incluye /blog/ y 83 repetidas entre sitemaps; 67 el 27-sep) Indicador: Variación · Resultado: +8 desde el 27-sep (2,116) Indicador: Paginación del blog · Resultado: 221 páginas

03 Fecha lastmod (última modificación declarada en el sitemap): 2017-2019 · Número de artículos: 174 Fecha lastmod (última modificación declarada en el sitemap): 2020-2022 · Número de artículos: 114 Fecha lastmod (última modificación declarada en el sitemap): 2023-2024 · Número de artículos: 22 Fecha lastmod (última modificación declarada en el sitemap): 2026 · Número de artículos: 1,898

04 Casi el 90 % de los artículos figura como modificado en 2026, principalmente por una republicación masiva en enero. La interfaz de programación (API REST) de WordPress no permitió consultar más datos y devolvió el error 401. Además, el sitemap no incluye borradores, contenido privado ni páginas marcadas para que los buscadores no las indexen (noindex). Para conocer el total exacto, hay que revisar el panel de WordPress. ANEXO 9 — Resumen de datos de la auditoría (data brief) Identidad y datos de la empresa Marca y razón social: las marcas observadas son Creditaria, Creditaria México y «Creditaria – El valor de la experiencia». Google Ads Transparency identifica al anunciante verificado y los directorios D&B, mexicopymes y directorioempresarialmexico registran la razón social Puntacatoche Ibérica, S. de R.L. de C.V. En Monterrey aparece la variante «Punta Catoche Ibérica, S.A. de C.V.» [CONFIRMAR con el cliente] .

LECTURA DEL EXPEDIENTE

Anexo 9

01 Propiedad: las fuentes citadas informan que Grupo HIR compró el 100 % de las acciones. Según esas fuentes, la operación habría cerrado el 11-sep-2025 y se anunció el 22-sep-2025 (Milenio, La Jornada y LexLatin, 17-oct-2025); parte del financiamiento provino de Banco Ve. El sitio publicó una nota (/creditaria-mexico-se-une-a-grupo-hir-casa/), pero la página /quienes-somos/ y los datos estructurados (schema) no mencionan la relación.

02 Modelo de negocio: opera como bróker hipotecario o «master broker» (intermediario que compara opciones de varias instituciones) mediante franquicias hipotecarias, Deluxe, PyME, FAS y AP. Recibe comisiones de bancos y financieras. Atiende a personas consumidoras (B2C, de empresa a consumidor) y vende franquicias a otras empresas (B2B, de empresa a empresa).

03 Cifras publicadas, pendientes de atribución y fecha de referencia: un comunicado de HIR menciona «más de 1,000 franquicias y 2,000 asesores»; la prensa de septiembre de 2025 afirma que la red participa en «1 de cada 7 hipotecas bancarias (~14 %)», sin que el sitio aporte una fuente primaria; el sitio también habla de «miles de millones de pesos colocados», pero no precisa una cantidad.

04 Año de fundación — DATOS CONTRADICTORIOS, no resueltos en esta auditoría: "Fundada en el año 2000" (/quienes-somos/, "Creditaria Corporation"); "18 años de experiencia" (home, /quienes-somos/ H1, prensa 2025 → ≈2007); "Desde el 2023 ayudamos a los mexicanos" (home); "25 años" (tufranquicia.com.mx, creditaria.info); Copilot responde "fundada en 2008" y "adquirida por HIR en 2023". Dominio creditaria.com.mx registrado el 2007-01-04 (whois NIC México).

LECTURA DEL EXPEDIENTE

Anexo 9

01 Domicilio — DATOS CONTRADICTORIOS, pendiente de confirmación: los datos estructurados FinancialService y mapa de /contacto/: Leibnitz 117, Anzures, Miguel Hidalgo, 11590 . LinkedIn, D&B y directorios: Jorge Eliot 12, piso 8, Polanco V Sección, 11560 (misma dirección que la franquicia "Creditaria Alpha").

02 Datos de contacto visibles: /contacto/ → tel:5552822041 y mailto:marketing@creditaria.com (dominio de correo .com, que en web redirige a un despacho de abogados en Madrid). Home: 0 tel, 0 WhatsApp, 0 formularios. Precalificación en preoferta.creditaria.app → preca.creditaria.app (5 pasos, reCAPTCHA). Franquicias: iframe Pipedrive en /franquicia-form/.

03 Redes sociales enlazadas desde el sitio: Facebook /creditaria.mexico, X @creditariamex, Instagram @creditariamex, TikTok @creditariamexico, Universidad Creditaria. No enlaza YouTube (@CreditariaMexico: 3,87 K suscriptores, 651 vídeos, 4,28 M vistas, desde 21-ene-2011) ni LinkedIn (company/creditaria). Autor que aparece en el blog: meta author y Person de Yoast = "giovanni@ibryx.com" (correo de un tercero publicado como autor).

04 Tecnologías detectadas: el sitio usa WordPress, Elementor 3.34.4 y Elementor Pro, el tema Finpath (KeyDesign), ElementsKit, WP Review Slider Pro y Yoast SEO. Cloudflare actúa como intermediario y como firewall de aplicaciones web (WAF, que filtra solicitudes al sitio); tiene activa la opción «Block AI bots» y un límite de solicitudes que puede bloquear direcciones IP. La medición utiliza GA4 G-T297Q1T3J8 y Google Tag Manager (GTM) GTM-TDPF9MTD . Pipedrive se usa para franquicias.

LECTURA DEL EXPEDIENTE

Anexo 9

01 La aplicación de precalificación está en creditaria.app y los cotizadores de franquiciatarios en creditaria.online. Archivos disponibles para el análisis Estos son los archivos de evidencia consultados durante la auditoría.

02 crawl_resumen.tsv (27 URL con 200), pagina-404.html (única página que curl recibió completa; 404 significa que la página solicitada no se encontró), robots.txt , respuestas-curl/ (retos 403 de Cloudflare), competidores/ (SOC, Finanz, Credimejora, Hipoteca Genial), terceros/ (Milenio, LexLatin, Dinero.mx, Rankia), posicionamiento-2026-09-27/bing_mx*.json . Rastreo y acceso al sitio Acceso: las solicitudes hechas con curl , sin importar el agente de usuario (UA), recibieron el error 403 cf-mitigated: challenge (acceso denegado mientras se exige completar una verificación). El navegador integrado sí permitió acceder sin interactuar con el reto. Una consulta automática (fetch) enviada desde el mismo sitio obtuvo respuestas correctas (200) para 27 URL; cerca de la petición 28 (con intervalos de ≈1,5 s), Cloudflare respondió 403 (solicitud bloqueada) y luego Error 1106,

03 «The owner of this website has banned your IP address» (el servidor informa que bloqueó esa dirección IP) . El bloqueo duró alrededor de 25 minutos. Después se continuó manualmente, a razón de una página cada 15 s: contacto, franquicia-form, créditos-hipotecarios, quiénes-somos, cláusula ad corpus, aviso de privacidad y una ficha de franquicia.

04 Mapas del sitio (sitemaps) de Yoast: hay 7 archivos que enumeran páginas para los buscadores. Contienen 2,183 URL de artículos, de las cuales 2,116 son únicas; 67 se repiten entre post-sitemap y post-sitemap2 . También aparecen 976 URL de fichas /franquicia/<slug>/ (971 únicas), 19 páginas, 16 categorías y 0 portfolio_section . En post-sitemap , 691 artículos tienen lastmod de 2026, asociado a una republicación masiva en enero.

LECTURA DEL EXPEDIENTE

Anexo 9

01 robots.txt : usa el bloque estándar de Yoast y no contiene instrucciones específicas para bots de inteligencia artificial. El bloqueo se aplica en Cloudflare. llms.txt devuelve 404.

02 Rastreadores de inteligencia artificial (programas que visitan páginas automáticamente; se probaron distintos agentes de usuario [UA] desde la IP de la agencia): GPTBot, ClaudeBot, CCBot, Bytespider, Amazonbot → 403 "Your request was blocked." (bloqueo explícito, 25 B). ChatGPT-User, OAI-SearchBot, Claude-User, PerplexityBot, Perplexity-User, Applebot, meta-externalagent, DuckAssistBot → 403 reto JS "Just a moment...". Googlebot/Bingbot falsos → 403 (esperable: Cloudflare verifica bots por IP;

03 no concluyente para bots reales). Páginas duplicadas: /creditaria-mexico-broker-hipotecario-asesor-de-creditos-hipotecarios-v2/ (copia de la página principal, 954 palabras, permite que Google la incluya en resultados y declara su propia URL como canónica o versión preferida). /franquicia-form/ reutiliza el título de Franquicia Deluxe. Direcciones preferidas (URL canónicas) inesperadas: /franquicia/ → /franquiciatario/ ; /franquicia/grupopremierge/ → /franquicia/slp/grupopremierge/ .

04 Descripciones para buscadores ausentes: campo de descripción vacío en /faqs/, /contacto/, /quienes-somos/, /bolsa-de-trabajo/, /prensa/, /blog/, categorías, fichas de franquicia. Páginas de franquicias: contienen 43-56 palabras; el encabezado principal H1 está vacío o sin contenido; muestran el teléfono del franquiciatario y un cotizador incrustado desde creditaria.online, pero no una dirección ni datos LocalBusiness . Las 976 URL tienen poco contenido y permiten que los buscadores las incluyan en sus resultados.

LECTURA DEL EXPEDIENTE

Anexo 9

01 Textos de demostración: /contacto/ muestra testimonio de demo del tema "Claire Olson — Founder & CEO"; home muestra "Maria Fernanda" (sin apellido ni contexto) [CONFIRMAR si es real] .

02 Aviso de privacidad: /aviso-de-privacidad/ está marcado para que los buscadores no lo incluyan en resultados (noindex) y está sin contenido (solo menú y pie; verificado en DOM y captura).

03 Contenido oculto: tanto la página principal como /creditos-hipotecarios/ incluyen una sección con 5 encabezados de nivel H2/H3, entre ellos «Nuestros servicios no tienen NINGÚN COSTO». La página oculta esa sección en escritorio, tableta y móvil (elementor-hidden-desktop/tablet/mobile), aunque el texto permanece en el código HTML.

04 Datos estructurados (schema) Los datos estructurados o schema son etiquetas que describen a los buscadores qué entidad, página o contenido están leyendo. No sustituyen la información visible para las personas. En este ejemplo, Organization identifica a la organización y FinancialService describe su tipo de servicio. - Datos estructurados globales de Yoast: incluyen WebSite y Organization , pero solo indican nombre, URL y logotipo. Faltan teléfono, dirección,

LECTURA DEL EXPEDIENTE

Anexo 9

01 perfiles oficiales vinculados (sameAs), razón social (legalName) y organización matriz (parentOrganization). - Página principal (marcado manual): incluye FinancialService para «Creditaria

02 México» y una valoración fija (AggregateRating 4.1/42), además del teléfono «55 5282 2041» y la dirección Leibnitz 117. La insignia visible «4.1 Reviews» (WP Review Slider Pro) enlaza a la ficha de Google;

03 el no de reseñas no es visible en la página. - Blog: el marcado usa Article y Person , pero identifica a la persona autora con una dirección de correo. No hay FAQPage , aunque la página principal

04 y /faqs/ contienen 6 o más preguntas. Las fichas de franquicia no tienen LocalBusiness . BreadcrumbList solo indica «Inicio», por lo que no ayuda a entender en qué sección del sitio está cada página.

LECTURA DEL EXPEDIENTE

Anexo 9

01 Rendimiento y configuración técnica PageSpeed (PSI vía Ubersuggest, 27-sep-2026): los datos de campo de Chrome (CrUX) califican como «FAST» (rápido) LCP/FCP/CLS en escritorio; en móvil, LCP y CLS son «FAST» y FCP «AVERAGE» (promedio). En una prueba de laboratorio móvil: primer contenido visible (FCP) 2,8 s · elemento principal (LCP) 4,1 s · índice de velocidad (SI) 4,0 s · bloqueo total (TBT) 748 ms · tiempo hasta quedar interactiva (TTI) 11,9 s · cambio de diseño (CLS) 0. La herramienta señala 474 KB de JavaScript y 90 KB de CSS sin usar,

02 y 1,5 s asociados a redirecciones. En escritorio: LCP 0,9 s y TBT 220 ms. Cabeceras de respuesta de la página: cache-control: no-cache, must-revalidate, max-age=0, no-store, private y cf-cache-status: DYNAMIC ; esto indica que el HTML no se sirve desde la caché perimetral. También aparecen XFO SAMEORIGIN, nosniff y Referrer-Policy: strict-origin-when-cross-origin . No se observó el encabezado de seguridad HSTS (que indica al navegador que use HTTPS) en la respuesta de la página 404 [CONFIRMAR] .

03 Cómo se entrega el contenido: el sitio prepara el HTML en el servidor (SSR), por lo que el texto principal ya está en la respuesta que recibe el navegador. Elementor también aplica animaciones de entrada (elementor-invisible) que se activan al desplazarse por la página. lang="es" , sin hreflang. Visibilidad estimada por Ubersuggest en Google México (locId 2484) Las cifras de tráfico y palabras clave que siguen son estimaciones de Ubersuggest, no mediciones directas de Google Analytics. - Agosto de 2026: 1,205 palabras clave, 7,120 visitas mensuales estimadas, autoridad de dominio (DA) 32, 31,089 enlaces entrantes desde otros sitios (backlinks), 1,004 dominios de referencia y 0 palabras clave pagadas detectadas. - Evolución estimada:

04 1,724 visitas en sep-2024; 952 en ene-2026; 3,362 en febrero y 9,928 en marzo ; 4,863 en julio y 7,120 en agosto. - Páginas con más visitas estimadas: cláusula ad corpus (1,264), traspaso Infonavit (1,178), página principal (1,115), Día del Banquero (912), Universidad Creditaria (392) y Mejor Afore (329). - Búsquedas de marca: «creditaria» tiene 2,400 al mes;

LECTURA DEL EXPEDIENTE

Anexo 9

01 «creditaria méxico/mexico», 320+320; «universidad creditaria», 590; y «webmail/correo creditaria», 480+210 (consultas de uso interno). Para SOC, «soc asesores» registra 1,900 y «soc» 4,400, aunque este último término es ambiguo. Creditaria México — auditoría de reputación pública Emisor: Group ONE Agency (GOA) Entidad: Creditaria México, creditaria.com.mx Corte de observación: 16 de octubre de 2026, México Estado: diagnóstico basado en información pública. No se revisaron mensajes privados, herramientas de moderación ni paneles internos.

02 Resumen ejecutivo La reputación pública de Creditaria se ve favorable en promedio, pero vulnerable en la experiencia de servicio . La ficha corporativa localizada en Google Maps — Creditaria México, Leibnitz 117, Anzures, teléfono 55 5282 2041 y enlace a creditaria.com.mx — muestra 4,1/5 con 43 reseñas : 28 de cinco estrellas, cinco de cuatro, tres de tres, ninguna de dos y siete de una. El promedio es positivo, aunque las críticas con más detalle se repiten en algunos temas: seguimiento, tiempos,

03 explicación clara del crédito y actuación de asesores. Una reseña de tres estrellas, publicada aproximadamente en julio de 2026, cuestiona la consistencia del proceso y la credibilidad de algunas reseñas. Eso describe la percepción de quien escribió la reseña; no demuestra que hubiera manipulación . Creditaria respondió solicitando más detalles por correo. Ficha corporativa de Google Maps [F006].

04 La página oficial de Facebook [F007] indica que 72 % de 345 opiniones recomienda la empresa . Ese resultado requiere una revisión más amplia: desde la vista pública y sin iniciar sesión solo se pudo leer una muestra pequeña. En ella hay recomendaciones de dos páginas que parecen tener relación con la red Creditaria. Por esa limitación, la muestra no basta para determinar el sentimiento de los clientes.

LECTURA DEL EXPEDIENTE

Reputación pública

01 En Reddit México Financiero [F008] hay tanto recomendaciones por la atención profesional como una crítica concreta al seguimiento y a la explicación de las tablas de amortización (cuadros que muestran cómo se reparte cada pago entre capital e intereses). Los mensajes de foros son testimonios no verificados y publicados en distintas fechas; no son incidencias comprobadas.

02 Prioridad: establecer un protocolo nacional para responder y escalar reseñas, medir la experiencia por franquicia y por proceso, y mejorar la ruta para presentar quejas. La reputación no se corrige aumentando el promedio de estrellas. Hace falta que cada cliente reciba información coherente, fechas claras para el seguimiento y una persona responsable del caso hasta la firma o el cierre. Alcance y método Se identificó la ficha corporativa por la coincidencia de nombre, dominio, teléfono y dirección. Las fichas de franquicias y otros negocios relacionados se mantuvieron aparte. La ficha central muestra Leibnitz 117 . En Jorge Eliot 12 aparecen, entre otras, Creditaria México Mortgage Hub (sin reseñas visibles), Creditaria Alpha (5,0/5; una reseña; temporalmente cerrada) y Creditaria | Digital (sin reseñas visibles). Sus calificaciones no se sumaron a la ficha corporativa.

03 Se revisó Google Maps directamente y se ordenaron las reseñas de la más reciente a la más antigua y de menor a mayor valoración. Se consultó el desglose completo de estrellas y las siete reseñas de una estrella. La interfaz muestra fechas relativas, por lo que se indican como aproximadas. No se descargó el historial completo ni se calculó la frecuencia global de publicaciones o respuestas.

04 Se consultaron Facebook, Instagram, X, YouTube, LinkedIn, TikTok y Threads. Se registró solo lo que se podía ver sin iniciar una sesión nueva ni interactuar con usuarios. Lo que no estuvo disponible se marca como ND (no disponible), no como ausencia de críticas. También se buscaron menciones en Reddit, Rankia, Trustburn, portales de préstamos, Indeed y Glassdoor. Se diferenciaron las opiniones de usuarios, el contenido comercial, los testimonios de franquiciatarios y las opiniones laborales.

LECTURA DEL EXPEDIENTE

Reputación pública

01 No se calculó un «sentiment score» (puntuación agregada de sentimiento). Las plataformas miden cosas diferentes, las muestras públicas son parciales y no se pudieron identificar y eliminar posibles registros duplicados de clientes, empleados y franquiciatarios. 1. Google Business Profile: ficha corporativa Indicador: Valoración · Observación: 4,1 / 5 · Lectura: Promedio visible, 16-oct-2026 Indicador: Total de reseñas · Observación: 43 · Lectura: Ficha Leibnitz 117

02 Indicador: 5 / 4 / 3 / 2 / 1 estrellas · Observación: 28 / 5 / 3 / 0 / 7 · Lectura: Las de una estrella son el 16,3 % del total Indicador: Reseña más reciente visible · Observación: Hace 3 meses aprox. · Lectura: La siguiente visible al ordenar por fecha era de hace un año; la actividad reciente parece baja, aunque no hay un historial completo para confirmarlo

03 Indicador: Respuesta global del propietario · Observación: ND · Lectura: Se vieron respuestas individuales; no se revisaron las 43 reseñas una por una para contar respuestas

04 Temas favorables observados. Una reseña de cinco estrellas menciona el seguimiento, las explicaciones y la atención de un asesor en Estado de México. Otra reseña, de cuatro estrellas, habla de la orientación recibida sobre Cofinavit por Creditaria Esencial. Por tanto, la ficha corporativa también recibe experiencias relacionadas con franquicias o asesores de otras ciudades. Esto puede ayudar a la marca matriz, pero hace más difícil saber qué sucursal prestó el servicio. Google Maps — Creditaria México [F006].

LECTURA DEL EXPEDIENTE

Reputación pública

01 Críticas concretas. Entre las siete reseñas de una estrella, una persona relata falta de seguimiento y desacuerdo con lo que le ofreció un asesor (hace unos dos años). Otra dice que recibió una explicación deficiente sobre una sustitución hipotecaria y que, según su experiencia, la consulta del Buró afectó su puntuación (hace unos tres años). Una tercera relata que esperó más de ocho meses sin resolución y que le pidieron los mismos documentos varias veces (hace unos tres años).

02 Otras reseñas cuestionan la claridad de las cifras y cláusulas, un posible sesgo al recomendar productos y la falta de respuesta a llamadas. Una incluye una acusación general de fraude sin aportar detalles que permitan comprobarla ; este informe no la presenta como un hecho. Google Maps — reseñas de Creditaria México [F006].

03 Respuesta observada. Ante una crítica reciente de tres estrellas, la empresa se disculpó y pidió por correo el nombre del asesor, la franquicia y los datos de contacto. En otra reseña de una estrella, respondió aproximadamente un año después de su publicación y dirigió a la persona a quejas@creditaria.com . Varias críticas de una estrella visibles en la muestra no tenían respuesta. Estas respuestas muestran que existe atención pública, pero no prueban que el caso se haya resuelto ni que se hayan cumplido plazos.

04 Antes de proponer ambos correos como canales oficiales, es necesario confirmar que existen y quién los administra. Google Maps — reseñas y respuestas [F006]. 2. Redes sociales Canal oficial observado: Facebook [F007] · Señal pública: 44 mil seguidores aprox.; 72 % recomendado, 345 opiniones · Comentarios/reputación que se pudo leer: En la muestra visible hay recomendaciones favorables; al menos dos proceden de páginas de la propia red o relacionadas con ella · Límite: No se pudo leer el conjunto de 345 textos ni los hilos completos; no se puede concluir que todos sean opiniones independientes de clientes

LECTURA DEL EXPEDIENTE

Reputación pública

01 Canal oficial observado: Instagram [F009] · Señal pública: 4.939 seguidores; publicaciones recientes en octubre · Comentarios/reputación que se pudo leer: Se pudieron ver el perfil y las fechas de publicación · Límite: Al abrir publicaciones, Instagram pidió iniciar sesión; comentarios ND

02 Canal oficial observado: X [F010] · Señal pública: 4.688 seguidores; publicaciones visibles · Comentarios/reputación que se pudo leer: Se pudieron revisar el perfil y parte de la actividad · Límite: X mostró una pantalla de inicio de sesión al abrir una publicación; respuestas de terceros ND

03 Canal oficial observado: YouTube [F011] · Señal pública: 3,88 mil suscriptores; 651 videos · Comentarios/reputación que se pudo leer: Un video reciente del Roadshow Guadalajara tenía 0 comentarios al revisarlo · Límite: Una sola pieza no representa todo el canal; no se calculó el sentimiento general

04 Canal oficial observado: LinkedIn [F012] · Señal pública: 8.429 seguidores en la vista consultada · Comentarios/reputación que se pudo leer: En una publicación reciente, una persona pidió contacto; Creditaria respondió solicitando nombre completo, teléfono y correo en un comentario público · Límite: Es una observación puntual; hace falta revisar otras publicaciones con un muestreo sistemático

LECTURA DEL EXPEDIENTE

Reputación pública

01 Canal oficial observado: TikTok [F013] · Señal pública: Cuenta enlazada desde Facebook oficial · Comentarios/reputación que se pudo leer: ND · Límite: El navegador se quedó en «Please wait»; no se pudieron leer publicaciones ni comentarios Canal oficial observado: Threads [F014] · Señal pública: Cuenta enlazada desde Instagram oficial · Comentarios/reputación que se pudo leer: ND · Límite: Se mostró una pantalla de inicio de sesión; los comentarios no estaban visibles

02 Hallazgo operativo en LinkedIn. En una respuesta pública a una persona interesada, la marca pidió datos de contacto dentro del hilo. La intención de atender la consulta es clara, pero es preferible compartir un formulario o invitar a continuar por mensaje privado. Así, la persona no tiene que publicar su teléfono y correo ante otros usuarios. Publicaciones de Creditaria en LinkedIn [F012]. 3. Foros públicos y reputación de terceros Fuente: Reddit: recomendación de brókers, dic-2024 [F008] · Señal trazable: Una persona recomienda el servicio y la asesoría; otra critica a Creditaria y SOC por el seguimiento y la respuesta a preguntas técnicas · Calidad/interpretación: Son opiniones de terceros. La crítica es específica, aunque quien la publicó podría tener interés comercial en una alternativa. No representa a todos los clientes

03 Fuente: Reddit: aumento salarial, sep-2025 [F015] · Señal trazable: Una persona relata que recibió trato profesional y recomienda Creditaria · Calidad/interpretación: Testimonio favorable en primera persona; no se verificó la operación descrita Fuente: Reddit: compra con Cofinavit, may-2024 [F016] · Señal trazable: Una persona afirma que Creditaria y la notaría le asesoraron y que firmó en unas cuatro semanas · Calidad/interpretación: Testimonio favorable en primera persona; describe un caso individual

04 Fuente: Reddit: compra de casa, ago-2023 [F017] · Señal trazable: Una persona describe un trámite bancario sencillo y dice que Creditaria no le cobró honorarios adicionales · Calidad/interpretación: Testimonio favorable en primera persona; las condiciones pueden depender de ese caso

LECTURA DEL EXPEDIENTE

Reputación pública

01 Fuente: Indeed: empleados [F018] · Señal trazable: 4,0/5 sobre 32 evaluaciones en la vista de búsqueda; hay un ejemplo favorable que menciona apoyo y ambiente · Calidad/interpretación: Se refiere a la experiencia laboral, no a la satisfacción de clientes; incluye distintas plazas y años

02 Fuente: Glassdoor: empleados [F019] · Señal trazable: 3,6/5 sobre 10 calificaciones; según la ficha pública, 27 % recomendaría la empresa a un amigo · Calidad/interpretación: Es una muestra pequeña y trata de empleo. Antes de usar como conclusión el comentario sobre riesgo de franquicia, conviene investigarlo

03 Fuente: Trustburn [F020] · Señal trazable: 4,1/5 sobre 12 textos · Calidad/interpretación: Baja confianza : la ficha no está verificada; las reseñas están en inglés y son genéricas, y sus autores tienen una sola evaluación. Se excluye del cálculo principal

04 Fuente: PrestamosFrescos [F021] · Señal trazable: Publica 5,0/5 sobre 446 «opiniones» y condiciones de préstamo · Calidad/interpretación: No acreditado : no se verificaron las opiniones ni que quienes las escribieron fueran clientes de la marca. Las condiciones también parecen inconsistentes. No se incluye como reputación medida

LECTURA DEL EXPEDIENTE

Reputación pública

01 En esta búsqueda no se encontraron conversaciones de usuarios en Rankia México o Promodescuentos que se pudieran atribuir con seguridad a esta entidad. La mención de Rankia localizada es editorial o comercial, no un foro de experiencias. Tampoco se incluyeron reseñas de Creditaria Estudio Legal, un despacho español con nombre similar. Diagnóstico y acciones priorizadas Prioridad: P0 · Acción propuesta: Relacionar las siete reseñas de una estrella y la crítica reciente de tres estrellas con un expediente interno, franquicia, producto y resultado, sin divulgar datos personales · Responsable sugerido: Atención al cliente + operaciones de franquicias · Indicador de verificación: Casos clasificados y cerrados con evidencia interna

02 Prioridad: P0 · Acción propuesta: Usar respuestas públicas breves, empáticas y específicas; trasladar los datos personales a un canal privado; registrar cuándo se respondió y cuándo se resolvió · Responsable sugerido: Community manager + legal/privacidad · Indicador de verificación: Tiempo mediano hasta la primera respuesta; porcentaje con seguimiento y cierre

03 Prioridad: P1 · Acción propuesta: Definir qué información de servicio se entrega por escrito: CAT (Costo Anual Total), tabla de amortización, gastos, condiciones, consulta de Buró y plazos; acordar puntos de seguimiento durante el trámite · Responsable sugerido: Producto + capacitación + compliance · Indicador de verificación: Quejas sobre información o plazos por cada 100 expedientes

04 Prioridad: P1 · Acción propuesta: Medir por separado la oficina matriz y cada franquicia; hacer un inventario de los Perfiles de Negocio de Google (GBP) por ciudad y evitar mezclar opiniones de distintas oficinas en la ficha corporativa · Responsable sugerido: SEO local + operaciones · Indicador de verificación: Fichas verificadas, nombre/dirección/teléfono (NAP) y reseñas identificables por ciudad

LECTURA DEL EXPEDIENTE

Reputación pública

01 Prioridad: P1 · Acción propuesta: Revisar la muestra completa de Facebook desde la cuenta administradora y 30 publicaciones por red social; etiquetar cada comentario como cliente, franquiciatario, empleado, socio o desconocido · Responsable sugerido: Analítica + social · Indicador de verificación: Cobertura de comentarios; análisis de sentimiento limitado al conjunto definido

02 Prioridad: P2 · Acción propuesta: Invitar de forma neutral a dejar una reseña auténtica al cerrar el servicio, según las reglas de cada plataforma y sin pedir reseñas solo a clientes satisfechos · Responsable sugerido: Atención al cliente + marketing · Indicador de verificación: Cantidad de reseñas nuevas y representatividad; sin incentivos indebidos

03 Línea base disponible: Google corporativo 4,1/43; Facebook 72 %/345. Las demás tasas —sentimiento, tiempos de respuesta y resolución, proporción de reseñas de clientes reales y resultados por franquicia — están ND . Se definirán una meta y una fecha de revisión cuando haya acceso al Perfil de Negocio de Google (GBP), Meta y el sistema de gestión de relaciones con clientes (CRM, por sus siglas en inglés). Se sugiere repetir la auditoría 30 días después de poner en marcha el protocolo y comparar el mismo periodo.

04 Fuentes y advertencias Se consultaron directamente Google Maps [F006], Facebook [F007], Instagram [F009], X [F010], YouTube [F011], LinkedIn [F012], TikTok [F013] y Threads [F014], además de los foros y directorios enlazados en las secciones anteriores. Los conteos corresponden al momento de la consulta y pueden cambiar. Cada reseña refleja lo que afirma su autor; por sí sola no demuestra fraude, mala práctica ni una calidad uniforme en toda la red. No se accedió al administrador del Perfil de Negocio de Google (GBP Manager),

LECTURA DEL EXPEDIENTE

Reputación pública

01 Meta Business Suite, bandejas privadas, CRM ni expedientes de clientes. No se modificó ninguna plataforma. Actualización de SEO local: cómo aparecen seis fichas de Creditaria en el mapa Fecha del análisis: 22 de octubre de 2026. La ficha corporativa se midió el 16 de octubre; las otras cinco, el 22 de octubre.

02 Qué se revisó. Se analizaron 6 perfiles de Google Business Profile, es decir, las fichas de empresa que aparecen en Google y Maps. La búsqueda utilizada fue «broker hipotecario». Para cada ficha se configuró un radio de 15000 m, equivalente a 15 kilómetros, y una cuadrícula de 81 puntos de búsqueda. Esta cuadrícula, llamada GeoGrid, permite ver cómo cambia la posición de una misma ficha cuando la búsqueda se realiza desde diferentes lugares.

03 Cómo leer el informe. Se eligieron 3 puntos cercanos por ficha en los que esta aparecía, para revisar sus posiciones y los negocios que competían con ella. Son 18 puntos examinados en detalle. Estas seis fichas son una muestra: no representan todas las oficinas de Creditaria en México. Los 79 folios del informe base se conservan en el archivo original; esta edición vuelve a presentar su contenido con una redacción más explicativa. Qué significan los indicadores «Entre los primeros 20» indica en cuántos puntos la ficha apareció dentro de los primeros veinte resultados. «Entre los primeros 3» indica cuántas veces ocupó uno de los tres primeros lugares. El porcentaje de cobertura describe esa presencia en la cuadrícula; no es un porcentaje de clientes, población o territorio atendido.

04 PMT y PM20 son indicadores de posición que presenta DinoRANK. Aquí se conservan las cifras de la herramienta, sin recalcularlas ni convertirlas en clientes potenciales. Los recuentos de los primeros 20 y de los primeros 3 sí se comprobaron a partir de las 81 posiciones y se contrastaron con lo mostrado en la interfaz.

LECTURA DEL EXPEDIENTE

Presencia en Google Maps

01 Un «nodo» es uno de los puntos donde se simuló la búsqueda. Su código identifica la fila y la columna: por ejemplo, r5-c5 significa fila 5, columna 5. La distancia es aproximada y se mide desde el centro utilizado para el análisis, no desde un acceso de oficina verificado por separado.

02 Los diez competidores de cada ficha se seleccionaron entre los resultados de los tres puntos revisados, excluyendo las fichas de Creditaria. «Apariciones» cuenta en cuántos de esos puntos se observó al negocio; «mejor posición» es el puesto más alto que obtuvo en ellos. El listado no es una clasificación nacional ni significa que esos diez negocios ocupen siempre los primeros diez lugares. El archivo de datos y el panel conservan los 20 resultados completos de cada punto. Alcance y comparaciones Los resultados de la corporativa, del 16 de octubre, y los de las otras fichas, del 22 de octubre, pertenecen a fechas distintas. Sirven para conocer la situación observada en cada caso, pero no para afirmar que una oficina mejoró o empeoró frente a otra en un mismo periodo.

03 Esta revisión muestra posiciones en las búsquedas medidas. No evalúa el efecto de una optimización posterior ni calcula solicitudes, ventas, ingresos o retorno de inversión. Para medir avances habrá que repetir las mismas búsquedas, con las mismas fichas, radio y configuración, en fechas comparables. Análisis descartados Tres análisis no se incluyeron porque la ficha seleccionada no correspondía al centro esperado, o no pudo confirmarse:

04 33046: centro Esencial con objetivo Sapiens. Excluido de resultados. 33047: centro Patrinium con objetivo Sapiens. Excluido de resultados. 33049: selección Esencial no confirmada; el objetivo anterior era CG Brokers. Excluido de resultados. Estos registros son incidencias de la medición, no oficinas adicionales ni resultados válidos. Creditaria México Ficha corporativa · 16 oct · broker hipotecario.

LECTURA DEL EXPEDIENTE

Presencia en Google Maps

01 Registro verificado en la fuente · análisis 32215 · 2026-10-16 · radio configurado 15000 m.

02 Resultado observado. La ficha apareció entre los primeros 20 resultados en 62/81 puntos y entre los primeros 3 en 1/81 puntos. DinoRANK reportó una cobertura de 76.54% y presencia en los tres primeros lugares de 1.2%. Sus indicadores fueron PMT: 15; PM20: 13.4. El radio configurado fue 15000 m y se utilizaron 81 puntos. Estos datos describen la visibilidad de la ficha en esta búsqueda, no la demanda ni la cantidad de clientes. Los tres puntos revisados:

03 Punto r5-c5 · fila 5, columna 5 · puesto de la ficha 3 · distancia aproximada 0 m · Creditaria México: puesto 3. Punto r4-c5 · fila 4, columna 5 · puesto de la ficha 10 · distancia aproximada 2988 m · Creditaria México: puesto 10. Punto r5-c4 · fila 5, columna 4 · puesto de la ficha 17 · distancia aproximada 3492 m · Creditaria México: puesto 17. Diez competidores observados:

04 AR- Brokers Hipotecarios · [F022] · 3 apariciones · mejor posición 1 · puntos de búsqueda: r5-c5, r4-c5, r5-c4. Urbanzza · [F023] · 3 apariciones · mejor posición 1 · puntos de búsqueda: r5-c5, r4-c5, r5-c4. Crédito Hipotecarios Tu House · web no disponible (ND) · 3 apariciones · mejor posición 2 · puntos de búsqueda: r5-c5, r4-c5, r5-c4. Broker Hipotecario he Inmobiliario · web no disponible (ND) · 3 apariciones · mejor posición 5 · puntos de búsqueda: r5-c5, r4-c5, r5-c4.

LECTURA DEL EXPEDIENTE

Presencia en Google Maps

01 Opción Financiera SA de CV · [F024] · 3 apariciones · mejor posición 6 · puntos de búsqueda: r5-c5, r4-c5, r5-c4. De La O Asesores · [F025] · 3 apariciones · mejor posición 7 · puntos de búsqueda: r5-c5, r4-c5, r5-c4. Bnrhipotecasa · web no disponible (ND) · 3 apariciones · mejor posición 11 · puntos de búsqueda: r5-c5, r4-c5, r5-c4. GFH Broker Hipotecario. · [F026] · 3 apariciones · mejor posición 14 · puntos de búsqueda: r5-c5, r4-c5, r5-c4.

02 Casa Cue - Asesores Hipotecarios · [F027] · 2 apariciones · mejor posición 2 · puntos de búsqueda: r4-c5, r5-c4. Finadvisor · [F028] · 2 apariciones · mejor posición 4 · puntos de búsqueda: r4-c5, r5-c4.

03 Cómo interpretar la ubicación. El centro corresponde al GeoGrid de DinoRANK asociado a la dirección. No se verificó de manera independiente la ubicación exacta de la entrada de la oficina. Los puntos del mapa y sus distancias son aproximados. Los competidores corresponden únicamente a los tres puntos y a la consulta indicados. Creditaria Naucalpan Ficha local · 22 oct · broker hipotecario.

04 Registro verificado en la fuente · análisis 33044 · 2026-10-22 · radio configurado 15000 m. Resultado observado. La ficha apareció entre los primeros 20 resultados en 58/81 puntos y entre los primeros 3 en 5/81 puntos. DinoRANK reportó una cobertura de 71.6% y presencia en los tres primeros lugares de 6.2%. Sus indicadores fueron PMT: 13; PM20: 10.3. El radio configurado fue 15000 m y se utilizaron 81 puntos. Estos datos describen la visibilidad de la ficha en esta búsqueda, no la demanda ni la cantidad de clientes.

LECTURA DEL EXPEDIENTE

Presencia en Google Maps

01 Los tres puntos revisados: Punto r5-c5 · fila 5, columna 5 · puesto de la ficha 1 · distancia aproximada 0 m · Creditaria Naucalpan: puesto 1. Punto r4-c5 · fila 4, columna 5 · puesto de la ficha 2 · distancia aproximada 2986 m · Creditaria Naucalpan: puesto 2. Punto r6-c5 · fila 6, columna 5 · puesto de la ficha 5 · distancia aproximada 3131 m · Creditaria Naucalpan: puesto 5. Diez competidores observados:

02 Hipotecario Nuestra Casa · web no disponible (ND) · 3 apariciones · mejor posición 1 · puntos de búsqueda: r5-c5, r4-c5, r6-c5. PROFIT & HOME Remates Hipotecarios · [F029] · 3 apariciones · mejor posición 1 · puntos de búsqueda: r5-c5, r4-c5, r6-c5. Bnrhipotecasa · web no disponible (ND) · 3 apariciones · mejor posición 3 · puntos de búsqueda: r5-c5, r4-c5, r6-c5.

03 Casa Cue - Asesores Hipotecarios · [F027] · 3 apariciones · mejor posición 4 · puntos de búsqueda: r5-c5, r4-c5, r6-c5. AR- Brokers Hipotecarios · [F022] · 3 apariciones · mejor posición 6 · puntos de búsqueda: r5-c5, r4-c5, r6-c5. Easy Homes Satélite · [F030] · 3 apariciones · mejor posición 7 · puntos de búsqueda: r5-c5, r4-c5, r6-c5. Urbanzza · [F023] · 3 apariciones · mejor posición 7 · puntos de búsqueda: r5-c5, r4-c5, r6-c5.

04 GFH Broker Hipotecario. · [F026] · 3 apariciones · mejor posición 8 · puntos de búsqueda: r5-c5, r4-c5, r6-c5. Finadvisor · [F028] · 3 apariciones · mejor posición 11 · puntos de búsqueda: r5-c5, r4-c5, r6-c5. SOFOM HIPOTECARIA HOGAR SUCURSAL IZTAPALAPA II · [F031] · 3 apariciones · mejor posición 13 · puntos de búsqueda: r5-c5, r4-c5, r6-c5.

LECTURA DEL EXPEDIENTE

Presencia en Google Maps

01 Cómo interpretar la ubicación. El centro corresponde al GeoGrid de DinoRANK asociado a la dirección. No se verificó de manera independiente la ubicación exacta de la entrada de la oficina. Los puntos del mapa y sus distancias son aproximados. Los competidores corresponden únicamente a los tres puntos y a la consulta indicados. Creditaria Sapiens Ficha local · 22 oct · broker hipotecario. Registro verificado en la fuente · análisis 33045 · 2026-10-22 · radio configurado 15000 m.

02 Resultado observado. La ficha apareció entre los primeros 20 resultados en 47/81 puntos y entre los primeros 3 en 4/81 puntos. DinoRANK reportó una cobertura de 58.02% y presencia en los tres primeros lugares de 4.9%. Sus indicadores fueron PMT: 15.7; PM20: 12.7. El radio configurado fue 15000 m y se utilizaron 81 puntos. Estos datos describen la visibilidad de la ficha en esta búsqueda, no la demanda ni la cantidad de clientes. Los tres puntos revisados:

03 Punto r5-c5 · fila 5, columna 5 · puesto de la ficha 2 · distancia aproximada 0 m · Creditaria Sapiens: puesto 2. Punto r4-c5 · fila 4, columna 5 · puesto de la ficha 4 · distancia aproximada 3059 m · Creditaria Sapiens: puesto 4. Punto r6-c5 · fila 6, columna 5 · puesto de la ficha 7 · distancia aproximada 3131 m · Creditaria Sapiens: puesto 7. Diez competidores observados:

04 Hipotecario Nuestra Casa · web no disponible (ND) · 3 apariciones · mejor posición 1 · puntos de búsqueda: r5-c5, r4-c5, r6-c5. Casa Cue - Asesores Hipotecarios · [F027] · 3 apariciones · mejor posición 2 · puntos de búsqueda: r5-c5, r4-c5, r6-c5. PROFIT & HOME Remates Hipotecarios · [F029] · 3 apariciones · mejor posición 2 · puntos de búsqueda: r5-c5, r4-c5, r6-c5.

LECTURA DEL EXPEDIENTE

Presencia en Google Maps

01 Hipotecaria Crea Mas SACV SFOM E.N.R. · [F032] · 3 apariciones · mejor posición 3 · puntos de búsqueda: r5-c5, r4-c5, r6-c5. Urbanzza · [F023] · 3 apariciones · mejor posición 4 · puntos de búsqueda: r5-c5, r4-c5, r6-c5. Finadvisor · [F028] · 3 apariciones · mejor posición 5 · puntos de búsqueda: r5-c5, r4-c5, r6-c5. AR- Brokers Hipotecarios · [F022] · 3 apariciones · mejor posición 6 · puntos de búsqueda: r5-c5, r4-c5, r6-c5.

02 Bnrhipotecasa · web no disponible (ND) · 3 apariciones · mejor posición 8 · puntos de búsqueda: r5-c5, r4-c5, r6-c5. GFH Broker Hipotecario. · [F026] · 3 apariciones · mejor posición 9 · puntos de búsqueda: r5-c5, r4-c5, r6-c5. Broker Hipotecario he Inmobiliario · web no disponible (ND) · 3 apariciones · mejor posición 10 · puntos de búsqueda: r5-c5, r4-c5, r6-c5.

03 Cómo interpretar la ubicación. El centro corresponde al GeoGrid de DinoRANK asociado a la dirección. No se verificó de manera independiente la ubicación exacta de la entrada de la oficina. Los puntos del mapa y sus distancias son aproximados. Los competidores corresponden únicamente a los tres puntos y a la consulta indicados. CREDITARIA Esencial - Bróker Hipotecario Ficha local · 22 oct · broker hipotecario.

04 Registro verificado en la fuente · análisis 33050 · 2026-10-22 · radio configurado 15000 m. Resultado observado. La ficha apareció entre los primeros 20 resultados en 58/81 puntos y entre los primeros 3 en 0/81 puntos. DinoRANK reportó una cobertura de 71.6% y presencia en los tres primeros lugares de 0%. Sus indicadores fueron PMT: 13.5; PM20: 11. El radio configurado fue 15000 m y se utilizaron 81 puntos. Estos datos describen la visibilidad de la ficha en esta búsqueda, no la demanda ni la cantidad de clientes.

LECTURA DEL EXPEDIENTE

Presencia en Google Maps

01 Los tres puntos revisados: Punto r6-c5 · fila 6, columna 5 · puesto de la ficha 7 · distancia aproximada 3134 m · CREDITARIA Esencial - Bróker Hipotecario: puesto 7. Punto r5-c4 · fila 5, columna 4 · puesto de la ficha 8 · distancia aproximada 3494 m · CREDITARIA Esencial - Bróker Hipotecario: puesto 8. Punto r5-c6 · fila 5, columna 6 · puesto de la ficha 8 · distancia aproximada 3638 m · CREDITARIA Esencial - Bróker Hipotecario: puesto 8.

02 Diez competidores observados: SOFOM HIPOTECARIA HOGAR SUCURSAL IZTAPALAPA II · [F031] · 3 apariciones · mejor posición 1 · puntos de búsqueda: r6-c5, r5-c4, r5-c6. Bnrhipotecasa · web no disponible (ND) · 3 apariciones · mejor posición 3 · puntos de búsqueda: r6-c5, r5-c4, r5-c6. LC Patrimonial · [F033] · 3 apariciones · mejor posición 4 · puntos de búsqueda: r6-c5, r5-c4, r5-c6.

03 GFH Broker Hipotecario. · [F026] · 3 apariciones · mejor posición 6 · puntos de búsqueda: r6-c5, r5-c4, r5-c6. Urbanzza · [F023] · 3 apariciones · mejor posición 10 · puntos de búsqueda: r6-c5, r5-c4, r5-c6. Holacasa · web no disponible (ND) · 3 apariciones · mejor posición 13 · puntos de búsqueda: r6-c5, r5-c4, r5-c6. Mi Bróker Hipotecario · [F034] · 2 apariciones · mejor posición 1 · puntos de búsqueda: r6-c5, r5-c4.

04 Hipoteca y Compra Segura · [F035] · 2 apariciones · mejor posición 2 · puntos de búsqueda: r6-c5, r5-c4. MEGABROKERS ASESORES FINANCIEROS E HIPOTECARIOS · [F036] · 2 apariciones · mejor posición 4 · puntos de búsqueda: r6-c5, r5-c4. KIRON CAPITAL SUR · [F037] · 2 apariciones · mejor posición 5 · puntos de búsqueda: r6-c5, r5-c4.

LECTURA DEL EXPEDIENTE

Presencia en Google Maps

01 Cómo interpretar la ubicación. El centro corresponde al GeoGrid de DinoRANK asociado a la dirección. No se verificó de manera independiente la ubicación exacta de la entrada de la oficina. Los puntos del mapa y sus distancias son aproximados. Los competidores corresponden únicamente a los tres puntos y a la consulta indicados. CREDITARIA Soluciones Inteligentes Patrinium Ficha local · 22 oct · broker hipotecario.

02 Registro verificado en la fuente · análisis 33051 · 2026-10-22 · radio configurado 15000 m.

03 Resultado observado. La ficha apareció entre los primeros 20 resultados en 9/81 puntos y entre los primeros 3 en 1/81 puntos. DinoRANK reportó una cobertura de 11.11% y presencia en los tres primeros lugares de 1.2%. Sus indicadores fueron PMT: 19.1; PM20: 11.6. El radio configurado fue 15000 m y se utilizaron 81 puntos. Estos datos describen la visibilidad de la ficha en esta búsqueda, no la demanda ni la cantidad de clientes. Los tres puntos revisados:

04 Punto r5-c5 · fila 5, columna 5 · puesto de la ficha 2 · distancia aproximada 0 m · CREDITARIA Soluciones Inteligentes Patrinium: puesto 2. Punto r4-c5 · fila 4, columna 5 · puesto de la ficha 10 · distancia aproximada 3061 m · CREDITARIA Soluciones Inteligentes Patrinium: puesto 10. Punto r6-c5 · fila 6, columna 5 · puesto de la ficha 8 · distancia aproximada 3134 m · CREDITARIA Soluciones Inteligentes Patrinium: puesto 8. Diez competidores observados:

LECTURA DEL EXPEDIENTE

Presencia en Google Maps

01 CREDIACCESS Soluciones Financieras · [F038] · 3 apariciones · mejor posición 1 · puntos de búsqueda: r5-c5, r4-c5, r6-c5. RS Broker Pyme e Hipotecario · [F039] · 3 apariciones · mejor posición 1 · puntos de búsqueda: r5-c5, r4-c5, r6-c5. Bnrhipotecasa · web no disponible (ND) · 3 apariciones · mejor posición 2 · puntos de búsqueda: r5-c5, r4-c5, r6-c5. Casa Cue - Asesores Hipotecarios · [F027] · 3 apariciones · mejor posición 2 · puntos de búsqueda: r5-c5, r4-c5, r6-c5.

02 GFH Broker Hipotecario. · [F026] · 3 apariciones · mejor posición 4 · puntos de búsqueda: r5-c5, r4-c5, r6-c5. Urbanzza · [F023] · 3 apariciones · mejor posición 6 · puntos de búsqueda: r5-c5, r4-c5, r6-c5. AR-Brokers Hipotecarios · [F022] · 3 apariciones · mejor posición 7 · puntos de búsqueda: r5-c5, r4-c5, r6-c5. KIRON CAPITAL SUR · [F037] · 3 apariciones · mejor posición 7 · puntos de búsqueda: r5-c5, r4-c5, r6-c5.

03 MEGABROKERS ASESORES FINANCIEROS E HIPOTECARIOS · [F036] · 3 apariciones · mejor posición 10 · puntos de búsqueda: r5-c5, r4-c5, r6-c5. Mi Bróker Hipotecario · [F034] · 3 apariciones · mejor posición 10 · puntos de búsqueda: r5-c5, r4-c5, r6-c5.

04 Cómo interpretar la ubicación. El centro corresponde al GeoGrid de DinoRANK asociado a la dirección. No se verificó de manera independiente la ubicación exacta de la entrada de la oficina. Los puntos del mapa y sus distancias son aproximados. Los competidores corresponden únicamente a los tres puntos y a la consulta indicados. CG Brokers Creditaria Ficha local · 22 oct · broker hipotecario.

LECTURA DEL EXPEDIENTE

Presencia en Google Maps

01 Registro verificado en la fuente · análisis 33048 · 2026-10-22 · radio configurado 15000 m.

02 Resultado observado. La ficha apareció entre los primeros 20 resultados en 53/81 puntos y entre los primeros 3 en 10/81 puntos. DinoRANK reportó una cobertura de 65.43% y presencia en los tres primeros lugares de 12.3%. Sus indicadores fueron PMT: 12.7; PM20: 8.9. El radio configurado fue 15000 m y se utilizaron 81 puntos. Estos datos describen la visibilidad de la ficha en esta búsqueda, no la demanda ni la cantidad de clientes. Los tres puntos revisados:

03 Punto r5-c5 · fila 5, columna 5 · puesto de la ficha 1 · distancia aproximada 0 m · CG Brokers Creditaria: puesto 1. Punto r4-c5 · fila 4, columna 5 · puesto de la ficha 3 · distancia aproximada 3057 m · CG Brokers Creditaria: puesto 3. Punto r6-c5 · fila 6, columna 5 · puesto de la ficha 1 · distancia aproximada 3130 m · CG Brokers Creditaria: puesto 1. Diez competidores observados:

04 SOFOM HIPOTECARIA HOGAR SUCURSAL IZTAPALAPA II · [F031] · 3 apariciones · mejor posición 1 · puntos de búsqueda: r5-c5, r4-c5, r6-c5. Bnrhipotecasa · web no disponible (ND) · 3 apariciones · mejor posición 2 · puntos de búsqueda: r5-c5, r4-c5, r6-c5. AR- Brokers Hipotecarios · [F022] · 3 apariciones · mejor posición 3 · puntos de búsqueda: r5-c5, r4-c5, r6-c5. Casa Cue - Asesores Hipotecarios · [F027] · 3 apariciones · mejor posición 3 · puntos de búsqueda: r5-c5, r4-c5, r6-c5.

LECTURA DEL EXPEDIENTE

Presencia en Google Maps

01 GFH Broker Hipotecario. · [F026] · 3 apariciones · mejor posición 4 · puntos de búsqueda: r5-c5, r4-c5, r6-c5. Urbanzza · [F023] · 3 apariciones · mejor posición 4 · puntos de búsqueda: r5-c5, r4-c5, r6-c5. HIPOTECARIA HOGAR SUCURSAL NEZAHUALCÓYOTL · web no disponible (ND) · 3 apariciones · mejor posición 6 · puntos de búsqueda: r5-c5, r4-c5, r6-c5. Hipoteca y Compra Segura · [F035] · 3 apariciones · mejor posición 9 · puntos de búsqueda: r5-c5, r4-c5, r6-c5.

02 MB Concilium Hipotecario · [F040] · 3 apariciones · mejor posición 13 · puntos de búsqueda: r5-c5, r4-c5, r6-c5. Elite Intermediación Hipotecaria · web no disponible (ND) · 2 apariciones · mejor posición 5 · puntos de búsqueda: r5-c5, r4-c5.

03 Cómo interpretar la ubicación. El centro corresponde al GeoGrid de DinoRANK asociado a la dirección. No se verificó de manera independiente la ubicación exacta de la entrada de la oficina. Los puntos del mapa y sus distancias son aproximados. Los competidores corresponden únicamente a los tres puntos y a la consulta indicados. Cómo utilizar esta medición en el seguimiento Conservar el informe base de 79 páginas como original y esta revisión como una actualización fechada. La muestra se limita a seis fichas y tres puntos examinados en detalle por cada una.

04 Para comparar resultados más adelante, repetir las mismas consultas, perfiles, radios y configuración en una fecha común. Si cambia el método, dejarlo registrado antes de comparar posiciones o cobertura. Para atribuir una mejora al trabajo de SEO local se necesita una medición inicial comparable, un registro de los cambios realizados y un periodo de seguimiento definido. La posición observada por sí sola no prueba que una acción haya producido más solicitudes o ventas.

LECTURA DEL EXPEDIENTE

Presencia en Google Maps

01 Conservar las tres incidencias descartadas en el registro del análisis. Antes de ampliar la medición, confirmar que cada ficha coincide con la oficina y el centro correctos. Fuente de esta actualización: creditaria-network.json; huella SHA-256: 9e2eb5d0ecd4d60924f38e05a5e7d1cd3dc91d3d04b7692062c2f7b09282bb5b. Esta edición modifica la comunicación del informe, no ejecuta nuevos rastreos ni cambia los datos.

02 F001 https://www.creditaria.com.mx/ F002 https://www.creditaria.com.mx/aviso-de-privacidad/ F003 https://www.creditaria.com.mx/contacto/ F004 https://www.creditaria.com.mx/creditos-hipotecarios/

03 F005 https://www.creditaria.com.mx/clausula-ad-corpus-que-es-como-funciona/ F006 https://www.google.com/maps?cid=12975618052005695632 F007 https://www.facebook.com/creditaria.mexico/reviews

04 F008 https://www.reddit.com/r/MexicoFinanciero/comments/1hei8r7 F009 https://www.instagram.com/creditariamex/ F010 https://x.com/creditariamex F011 https://www.youtube.com/@CreditariaMexico/videos

LECTURA DEL EXPEDIENTE

Fuentes y enlaces

01 F012 https://www.linkedin.com/company/creditaria/posts/ F013 https://www.tiktok.com/@creditariamexico F014 https://www.threads.com/@creditariamex F015 https://www.reddit.com/r/MexicoFinanciero/comments/1nc41bz

02 F016 https://www.reddit.com/r/MexicoFinanciero/comments/1cupoap F017 https://www.reddit.com/r/MexicoFinanciero/comments/15mhz0j F018 https://mx.indeed.com/cmp/Creditaria/reviews

03 F019 https://www.glassdoor.com.mx/Descripci%C3%B3n-general/Trabajar-en-Creditaria-EI_IE2735791.12%2C22.htm F020 https://trustburn.com/reviews/creditaria-m-xico F021 https://www.prestamosfrescos.com/mx/prestamo/Creditaria

04 F022 https://a-r.mx/ F023 http://www.urbanzza.com.mx/ F024 http://www.opcionfinanciera.com.mx/ F025 http://delaoasesores.com/

LECTURA DEL EXPEDIENTE

Fuentes y enlaces

01 F026 http://www.gfhipotecario.com/

02 F027 http://www.casacue.com/ F028 https://socasesores.com/oficinas/cdmx/miguel-hidalgo/finadvisor-kp?srsltid=AfmBOooPz0NlG603J1vdE-ZBglqeb3OKxqLA2wIEva2IB-q9veoafVc-

03 F029 https://www.profitandhome.com/ F030 http://easy-homes.com.mx/

04 F031 https://hipotecariahogar.com/ F032 http://hcreamas.com.mx/

LECTURA DEL EXPEDIENTE

Fuentes y enlaces

01 F033 https://lcpatrimonial.com.mx/ F034 http://www.mibrokerhipotecario.mx/

02 F035 http://www.hipotecaycompra.mx/ F036 http://www.megabrokers.mx/

03 F037 https://kironmexico.mx/ F038 http://www.crediaccess.com/

04 F039 https://sites.google.com/rsbroker.org/rsbroker/ F040 https://www.masterbrokerconcilium.com/

DEL DIAGNÓSTICO A LA ACCIÓN

Información clara para decidir qué sigue

Creditaria ya tiene una base de presencia y contenidos. El trabajo propuesto consiste en ordenar esa información, facilitar el contacto y medir los avances con criterios comparables.

Primero, atender las inconsistencias de identidad, contenido y acceso señaladas en el informe. Después, priorizar páginas, territorios y canales según el alcance que se acuerde.

Conservar las fuentes y fechas de cada medición. Los valores estimados y las metas propuestas no sustituyen el seguimiento de consultas, contactos y resultados propios de la empresa.

Esta edición explica el expediente completo en un lenguaje más directo. No añade una nueva medición ni modifica los datos de los documentos originales.

PUNTUACIONES · CORTE 3-NOV-2026

Cada cifra responde a una rúbrica distinta

No existe una nota única. Los valores siguientes pertenecen a instrumentos de GOA diferentes; cada uno debe leerse con su propia metodología, fecha y cobertura.

36/100	GEO · evaluación ponderada	36,25 CALCULADO; 37 ERA UN REDONDEO INCORRECTO.
34/100	Redes sociales · juicio GOA	EL INFORME TAMBIÉN DECLARA PROMEDIO SIMPLE 35; NO ES LA MISMA PUNTUACIÓN.
38 / 30	YMYL integral · consumidor / inversión	EVALUACIÓN GOA INTEGRAL; LOS DOS PÚBLICOS SE SEPARAN.
38 / 33	E-E-A-T YMYL / franquicia dedicada	SON INFORMES DIFERENTES; NO SUSTITUIR 30 POR 33 NI PROMEDIARLOS.
40 / 28	QRG · consumidor / franquicia	CALIDAD LOW–MEDIUM / LOW; PÁGINA DE FORMULARIO LOWEST.

LECTURA DE LA COMPARACIÓN

GEO en septiembre: 40/100. GEO en noviembre: 36/100 (36,25 ponderado). La diferencia observada es de 4 puntos; la segunda revisión usó muestra reducida y otras condiciones de acceso.

Las puntuaciones no son calificaciones oficiales de Google ni resultados comerciales. Los cálculos CPC y CPM existentes siguen como escenarios separados de valor equivalente publicitario, no ingresos ni ventas.

APARTADO YMYL · CORTE 5-NOV-2026

Qué significa para Creditaria

DOS DECISIONES FINANCIERAS REQUIEREN INFORMACIÓN QUE AYUDE A EVALUAR CONSECUENCIAS

YMYL significa "Your Money or Your Life": temas que pueden afectar de forma importante la salud, seguridad o estabilidad financiera. Google dice que sus sistemas dan más peso a señales de alta confiabilidad cuando una página trata estos temas.

Creditaria presenta servicios de crédito hipotecario, financiamiento PyME, seguros e inversión; además, ofrece franquicias con capital propio y expectativas de ingreso futuro. Son dos frentes distintos: quien contrata un servicio financiero y quien evalúa invertir en la red.

Esto no crea una certificación, una nota oficial de Google ni una penalización automática. E-E-A-T no es un factor único de ranking y las calificaciones de evaluadores humanos no afectan directamente posiciones. Sirve como marco para revisar precisión, confianza, autoría y pruebas.

FUENTE PRIMARIA DE GOOGLE

Search Central · contenido útil y confiable

YMYL, E-E-A-T y evaluadores

DIRECTRICES

Quality Rater Guidelines

Sección 2.3 · temas YMYL

CÓMO USARLO AQUÍ

Criterio editorial de auditoría

No certifica ni predice rankings

Fuentes: https://developers.google.com/search/docs/fundamentals/creating-helpful-content · https://guidelines.raterhub.com/searchqualityevaluatorguidelines.pdf (sección 2.3; confianza en 3.4).

EVIDENCIA OBSERVADA · 3-NOV-2026

Consumidor financiero e inversión

LAS PUNTUACIONES SON JUICIOS DE GOA CON RÚBRICAS DISTINTAS; NO SON RESULTADOS DE GOOGLE

Consumidor: E-E-A-T 38/100; integral 38/100; QRG 40/100. Se observan identidad legal y avisos; faltan autoría y respaldo visibles.

Franquicia: dedicada 33/100; integral 30/100; QRG 28/100. Se observaron promesas sin condiciones, costos no visibles y falta de datos de desempeño.

Sin datos claros de remuneración, costos, riesgos y resultados, una persona puede tener menos elementos para comparar. No demuestra daño ocurrido.

ORIGEN DEL DATO

Costos antiguos

No son cotización vigente.

RÚBRICAS

No se promedian

Evaluaciones separadas

LECTURA

Confianza y claridad

Sin daño probado

Fuente Google: https://developers.google.com/search/docs/fundamentals/creating-helpful-content. Juicios GOA.

MARCO DE REFERENCIA · 5-NOV-2026

Qué se observó y qué falta confirmar

SEPARAR BRECHA VISIBLE, OBLIGACIÓN APLICABLE Y CUMPLIMIENTO PRIVADO	Franquicias: el artículo 245 de la LFPPI y el artículo 124 de su Reglamento prevén información previa al contrato, entregada al interesado. El reglamento enumera montos, pagos, retorno, unidades y cierres. Eso no obliga a publicar todo en el sitio; que no se localice en una landing no prueba que no se entregue.

Publicidad de crédito: determinadas exigencias de CONDUSEF y Banxico dependen de la naturaleza jurídica y actividad de la entidad. No está acreditado si Creditaria otorga crédito, intermedia o cae en un régimen específico; por tanto, la aplicabilidad del CAT, la frase de oferta vinculante, SIPRES y canales institucionales queda ND.

En la muestra de 17 páginas, las notas reportan 0 menciones de "oferta vinculante", 1 de CAT, y ausencia de CONDUSEF/REDECO en contenido revisado. Son búsquedas documentales acotadas. REDECO es un registro de despachos de cobranza administrado por CONDUSEF, no un organismo separado.

VALIDAR CON LEGAL

Estatus jurídico

Confirma rol, registros y normas aplicables.

CIFRAS Y GARANTÍAS

Datos previos a la firma

Costos, retorno, unidades y avisos.

CONCLUSIÓN

Brechas observadas

No se afirma incumplimiento legal

Base: notas de marco y contraste, 5-nov. Aplicabilidad: ND. Fuentes: https://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/pdf/LFPPI.pdf · https://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/regley/Reg_LFPPI.pdf · https://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/pdf/LTOSF.pdf · https://www.banxico.org.mx/marco-normativo/normativa-emitida-por-el-banco-de-mexico/circular-21-2009/%7B29285862-EDE0-567A-BAFB-D261406641A3%7D.pdf

ACTUALIZACIÓN · 3-NOV-2026

GEO — búsqueda e IA

PUNTOS DE LLEGADA PARA EL LECTOR

En el corte del 3-nov, la auditoría GEO revisó cinco páginas y archivos técnicos; por el WAF la muestra fue reducida. En esa captura la home tenía cerca de 200 palabras visibles, carecía de H1 textual y abría con captación de franquiciados. En consulta puntual posterior del 5-nov, la portada observada ya muestra H1 textual y una FAQ que atribuye los honorarios a las instituciones financieras; no sustituye un crawl completo ni reinterpreta la captura anterior.

robots.txt (200) usa User-agent:* y no bloquea GPTBot, ClaudeBot o PerplexityBot; declara el sitemap. En pruebas con user-agent declarado y clientes no navegador, Cloudflare devolvió desafío 403. La IP real de los bots oficiales no se verificó: no se concluye que estén bloqueados.

El sitemap abrió en navegador pero recibió desafío por la ruta no navegador. /llms.txt respondió 404. PageSpeed móvil (3-nov): rendimiento 80; laboratorio LCP 3,2 s, TBT 500 ms, CLS 0; campo CWV aprobado (LCP 2 s, INP 78 ms, CLS 0). No atribuir diferencias de corridas a cambios sin evidencia.

EVIDENCIA	MUESTRA	LECTURA
3-nov	Declarada	Corte
Corte de revisión	Cobertura limitada	Lectura fechada

Fuente: auditoría correspondiente del 3-nov-2026; limitaciones indicadas en el texto.

ACTUALIZACIÓN · 3-NOV-2026

Confianza, E-E-A-T y percepción de marca

CLARIDAD Y RESPALDO PARA UNA DECISIÓN FINANCIERA

En la revisión de noviembre, el sitio presenta identidad legal y contenido útil, pero no deja visibles varios elementos que ayudan a evaluar la experiencia y la rendición de cuentas: autoría con nombre y credenciales, explicación de cómo se remunera el servicio, canal de atención y quejas, fuentes de afirmaciones de autoridad y evidencia contextual de reseñas.

Se observaron opiniones y métricas de plataformas con distintas unidades: Google 4,1 con 44 reseñas y Facebook "recomendado por el 70 %" sobre 342 opiniones. No son directamente comparables. También se anotó un bloque manual de 4,1/42 en la página; la recomendación de auditoría es mostrar datos solo con procedencia y reseñas visibles suficientes.

El informe de septiembre describió vacío el aviso de privacidad; el de noviembre lo consideró completo en las páginas revisadas. Se registran ambas observaciones en sus fechas. No se infiere la fecha, causa o responsable de un cambio entre ellas. Acceso a Search Console, CRM y perfiles privados permaneció ND.

EVIDENCIA	MUESTRA	LECTURA
3-nov	Declarada	Corte
Corte de revisión	Cobertura limitada	Lectura fechada

Fuente: auditoría correspondiente del 3-nov-2026; limitaciones indicadas en el texto.

ACTUALIZACIÓN · 3-NOV-2026

YMYL — franquicias e inversión

INFORMACIÓN PARA DECIDIR ANTES DE COMPROMETER CAPITAL	Las páginas revisadas presentan la promesa "te garantizamos tu retorno de inversión", mientras los términos de uso excluyen garantías sobre el contenido. La auditoría indica que la promesa aparece en snippets de varias páginas y que las cinco landings analizadas no exponen costos; una publicación anterior sí menciona $65.000–$450.000 más IVA, regalías del 8 % y comisión de hasta 2 %.

Esos importes y términos son observaciones del contenido revisado, no una cotización vigente ni una confirmación contractual. La existencia de garantía, condiciones y documentos previos a la firma queda pendiente de validación por Legal. La falta de una mención web a SIPRES o a organismos de protección tampoco acredita por sí sola incumplimiento regulatorio.

La información pública debería permitir entender inversión inicial, base de cálculo de regalías/comisiones, supuestos, costos recurrentes, riesgos, variabilidad y resultados reales con cobertura definida. Publicar o corregir declaraciones legales requiere aprobación del cliente y revisión de su área competente.

EVIDENCIA	MUESTRA	LECTURA
3-nov	Declarada	Corte
Corte de revisión	Cobertura limitada	Lectura fechada

Fuente: auditoría correspondiente del 3-nov-2026; limitaciones indicadas en el texto.

ACTUALIZACIÓN · 3-NOV-2026

Redes sociales y reputación pública

LA AUDIENCIA DEBE ENCONTRAR RESPUESTAS ÚTILES

La suma aproximada de unos 61 mil seguidores agrega plataformas y no deduplica personas; no es audiencia única. El informe observa cerca de 0,01 % de interacción en Facebook y menos de 100 vistas recientes en X y YouTube en publicaciones revisadas. Instagram requirió sesión y quedó ND.

El contraste de contenidos señala que los videos largos de #FinanzasEnAcción alcanzaron entre 9 mil y 19 mil vistas en episodios identificados, mientras piezas institucionales recientes tuvieron cifras mucho menores. Es una comparación de publicaciones seleccionadas, no un experimento que pruebe causalidad. La oportunidad es retomar preguntas del consumidor con formatos y medición consistentes.

Vincular perfiles oficiales desde el sitio, unificar datos de marca, responder reseñas conforme a protocolo y definir un propósito para X son recomendaciones. El acceso privado a Meta Business Suite, YouTube Studio, TikTok Analytics, GA4 y CRM continúa ND.

EVIDENCIA	MUESTRA	LECTURA
3-nov	Declarada	Corte
Corte de revisión	Cobertura limitada	Lectura fechada

Fuente: auditoría correspondiente del 3-nov-2026; limitaciones indicadas en el texto.

ACTUALIZACIÓN · 3-NOV-2026

Backlinks — perfil y gestión

RUIDO DE UNA MUESTRA QUE REQUIERE GESTIÓN	La revisión manual clasificó 668 de 1.000 filas (66,8 %) como spam. Es una muestra, no el perfil completo; algunas categorías se solapan. No acredita compra, campaña de enlaces, sanción ni impacto en ranking.

Se identificaron dominios de terceros que usan nombres similares a la marca y enlaces a dos subdominios de franquicias. La titularidad y el origen de contratación no estaban confirmados. El informe no identifica emergencia de posicionamiento y no tuvo acceso a Search Console para revisar acciones manuales o el reporte completo de enlaces.

La recomendación es proteger las diez fuentes externas señaladas como valiosas, confirmar dominios y franquiciados, corregir destinos antiguos y conservar evidencia antes de considerar acciones de desautorización. Primero deben verificarse propiedad, enlaces y cobertura en fuentes de cuenta.

EVIDENCIA	MUESTRA	LECTURA
3-nov	Declarada	Corte
Corte de revisión	Cobertura limitada	Lectura fechada

Fuente: auditoría correspondiente del 3-nov-2026; limitaciones indicadas en el texto.

ACTUALIZACIÓN · 3-NOV-2026

Arquitectura web

EL TAMAÑO DEL SITIO EXIGE REGLAS EDITORIALES CLARAS	El sitemap observado contiene 3.247 URL: 2.227 entradas, 984 fichas de franquiciatarios, 19 páginas y 17 categorías. Las 984 son fichas web; no equivalen a 984 perfiles de Google Business, oficinas activas, indexación o tráfico.

El hallazgo se conecta con el histórico de septiembre y octubre, pero no reemplaza sus conteos. Las páginas analizadas no fueron idénticas entre corridas; cualquier variación puede depender de fecha, fuente o método y debe comprobarse antes de hablar de tendencia.

Priorizar un mapa de propiedad de URL, página principal por intención y reglas para fichas de franquicia; verificar canonical, sitemap e indexación mediante Search Console antes de retirar o fusionar páginas. Acceso a GSC no estuvo disponible en este paquete, por lo que el estado de indexación es ND.

EVIDENCIA	MUESTRA	LECTURA
3-nov	Declarada	Corte
Corte de revisión	Cobertura limitada	Lectura fechada

Fuente: auditoría correspondiente del 3-nov-2026; limitaciones indicadas en el texto.

QUÉ PUEDE CONCLUIRSE

Separar observación, riesgo e incumplimiento

LA REVISIÓN DOCUMENTAL DESCRIBE SEÑALES VISIBLES EN UN SITIO Y MUESTRA CONCRETA. NO DETERMINA POR SÍ SOLA EL ESTATUS REGULATORIO, LA VALIDEZ DE UN CONTRATO NI LA EXISTENCIA DE UNA INFRACCIÓN.

ESTATUS REGULATORIO Y CONTRATO: ND. Confirmar con Legal la entidad y el esquema de intermediación. No se aportó contrato que acredite o descarte una garantía de retorno. La página sí contiene esa promesa.

INFORMACIÓN PREVIA A LA FRANQUICIA: ND. La falta de mención en páginas revisadas no demuestra que no se entregue documentación antes de la firma. El cliente debe validar el proceso y sus documentos con Legal.

DATOS PRIVADOS: ND. Search Console, CRM, Analytics y paneles de redes no estuvieron disponibles. No se concluye sobre acciones manuales, leads, conversiones o ventas.

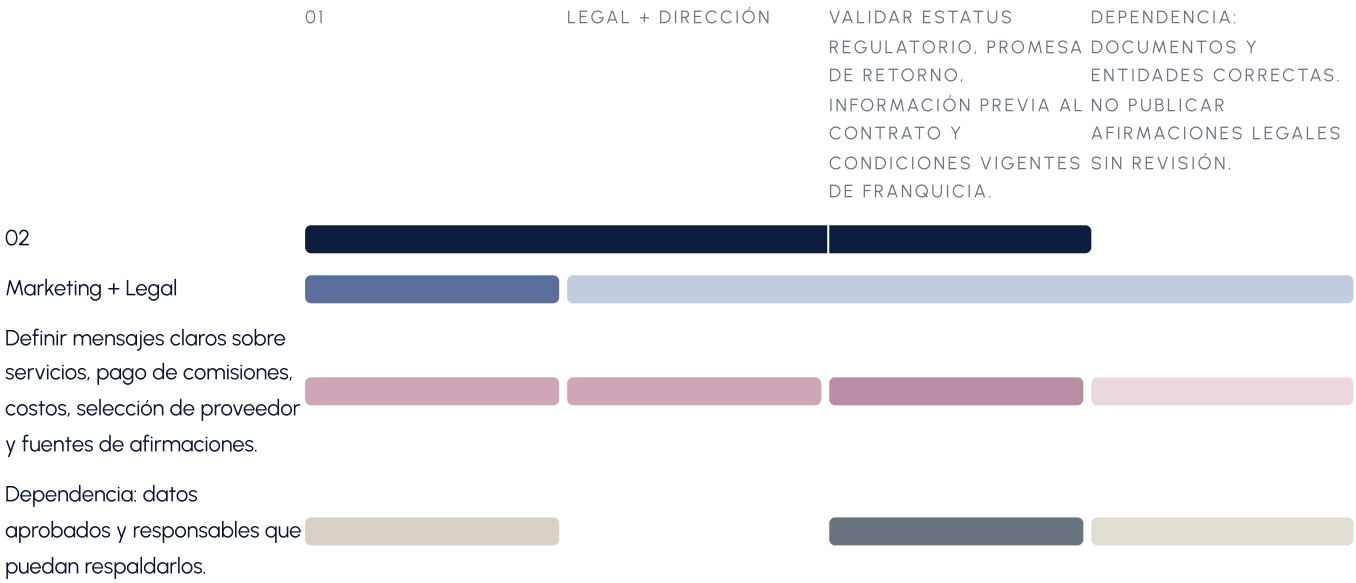
FECHA	ÁREA	CRITERIO
3 nov	Legal	ND
Muestra fechada	Valida afirmaciones	Cuando falta evidencia

Cada hallazgo corresponde a su fecha y cobertura; una estimación no se presenta como observación ni correlación como causa.

PLAN DE TRABAJO PROPUESTO · PRIORIZACIÓN

Primero resolver claridad y acceso

Las acciones siguientes se proponen a partir de hallazgos fechados. Su ejecución debe validarse con los responsables y autorizaciones del cliente. Las recomendaciones de contenido y acceso técnico no sustituyen revisiones legales.



03	TI / WEB + SEO	REVISAR EVENTOS CLOUDFLARE CON BOTS VERIFICADOS, SITEMAP, ENCABEZADOS, CANONICALS Y ARQUITECTURA DE URL.
Dependencia: acceso a WAF, Search Console y entorno de pruebas.	04	Editorial + especialistas
Acreditar autores y revisores; mejorar respuestas de FAQ, fichas de servicio y páginas de franquicia.	Dependencia: credenciales, datos vigentes y criterio experto.	05
Comunidad + dirección de marca	Acordar propósito de canales, protocolo de reseñas y calendario de piezas útiles.	Dependencia: acceso a analítica y definición de audiencia.
No se asignan fechas objetivo ni metas cuantitativas no acordadas.	Registrar línea base, fuente, periodo y métrica antes de ejecutar.	El plan no afirma que las acciones estén aprobadas o implementadas.

Revisar resultados en una ventana definida con el cliente.

MEDICIÓN · DESPUÉS DE LA IMPLEMENTACIÓN

Qué evidencia permitiría saber si mejoró

Antes del cambio, guardar capturas o exportaciones fechadas de la configuración y páginas afectadas. Después, comprobar el resultado en el mismo sistema donde se observó el hallazgo.

ACCESO IA

REVISAR EVENTOS WAF POR BOT VERIFICADO, CÓDIGO DE RESPUESTA Y URL. NO USAR SOLAMENTE USER-AGENT FALSIFICABLE.

BÚSQUEDA

Comprobar sitemap, inspección de URL e indexación en Search Console con acceso confirmado.

CONTENIDO Y CONFIANZA

Validar página publicada, autor, datos estructurados y fuentes; comparar la misma página y método.

SOCIAL Y NEGOCIO

Medir alcance e interacción por plataforma. Consultas, leads o ventas requieren fuente CRM/Analytics; actualmente ND.

GOA · creditaria.com.mx · actualización documental

No se ejecutó ningún cambio del sitio ni de las cuentas.

TRAZABILIDAD · 89 REGISTROS · TABLA DE COBERTURA

Registros 1–4 de 89

ID, fuente y destino editorial. Registro y texto contrastados contra el archivo fuente de cada auditoría.

Las repeticiones temáticas se conservan como registros separados y se enlazan por ID; no se suman como hallazgos únicos.

Cada registro mantiene periodo, hallazgo y ubicación.

Las fuentes originales conservan el detalle metodológico y la evidencia completa.

HALLAZGO Y UBICACIÓN POR CÓDIGO DE AUDITORÍA

01 GEO-01 · GEO · visibilidad en IA · [Crítico] Cloudflare bloquea a los rastreadores de IA. p. 141; detalle del registro en p. 150; ficha p. 150.

02 GEO-02 · GEO · visibilidad en IA · [Crítico] El sitemap no se abre fuera de un navegador. p. 141; detalle del registro en p. 150; ficha p. 150.

03 GEO-03 · GEO · visibilidad en IA · [Alto] No existe el archivo llms.txt. p. 141; detalle del registro en p. 150; ficha p. 150.

04 GEO-04 · GEO · visibilidad en IA · [Alto] La home no explica qué es Creditaria. p. 141; detalle del registro en p. 150; ficha p. 150.

TRAZABILIDAD · 89 REGISTROS · TABLA DE COBERTURA

Registros 5–8 de 89

ID, fuente y destino editorial. Registro y texto contrastados contra el archivo fuente de cada auditoría.

Las repeticiones temáticas se conservan como registros separados y se enlazan por ID; no se suman como hallazgos únicos.

Cada registro mantiene periodo, hallazgo y ubicación.

Las fuentes originales conservan el detalle metodológico y la evidencia completa.

HALLAZGO Y UBICACIÓN POR CÓDIGO DE AUDITORÍA

05 GEO-05 · GEO · visibilidad en IA · [Alto] Las FAQs no se pueden extraer. p. 141; detalle del registro en p. 151; ficha p. 151.

06 GEO-06 · GEO · visibilidad en IA · [Alto] Un artículo sin autor acreditado. p. 141; detalle del registro en p. 151; ficha p. 151.

07 GEO-07 · GEO · visibilidad en IA · [Medio] Cifras de marca que se contradicen. p. 141; detalle del registro en p. 151; ficha p. 151.

08 GEO-08 · GEO · visibilidad en IA · [Medio] Calificación propia sin reseñas visibles. p. 141; detalle del registro en p. 151; ficha p. 151.

TRAZABILIDAD · 89 REGISTROS · TABLA DE COBERTURA

Registros 9–12 de 89

ID, fuente y destino editorial. Registro y texto contrastados contra el archivo fuente de cada auditoría.

Las repeticiones temáticas se conservan como registros separados y se enlazan por ID; no se suman como hallazgos únicos.

Cada registro mantiene periodo, hallazgo y ubicación.

Las fuentes originales conservan el detalle metodológico y la evidencia completa.

HALLAZGO Y UBICACIÓN POR CÓDIGO DE AUDITORÍA

09	GEO-09 · GEO · visibilidad en IA · [Medio] La marca se presenta dos veces sin unir. p. 141; detalle del registro en p. 152; ficha p. 152.
10	GEO-10 · GEO · visibilidad en IA · [Bajo] Detalles menores de imágenes y nombre. p. 141; detalle del registro en p. 152; ficha p. 152.
11	GEO-11 · GEO · visibilidad en IA · [Positivo] Contenido profundo y base técnica correcta. p. 141; detalle del registro en p. 152; ficha p. 152.
12	SOC-01 · Redes sociales · [Crítico] El mensaje habla al franquiciatario, no al comprador. p. 144; detalle del registro en p. 152; ficha p. 152.

TRAZABILIDAD · 89 REGISTROS · TABLA DE COBERTURA

Registros 13–16 de 89

ID, fuente y destino editorial. Registro y texto contrastados contra el archivo fuente de cada auditoría.

Las repeticiones temáticas se conservan como registros separados y se enlazan por ID; no se suman como hallazgos únicos.

Cada registro mantiene periodo, hallazgo y ubicación.

Las fuentes originales conservan el detalle metodológico y la evidencia completa.

HALLAZGO Y UBICACIÓN POR CÓDIGO DE AUDITORÍA

13	SOC-02 · Redes sociales · [Crítico] Se abandonó el formato que funcionaba. p. 144; detalle del registro en p. 153; ficha p. 153.
14	SOC-03 · Redes sociales · [Alto] Una audiencia de 61 mil casi no reacciona. p. 144; detalle del registro en p. 153; ficha p. 153.
15	SOC-04 · Redes sociales · [Alto] X está prácticamente abandonado. p. 144; detalle del registro en p. 153; ficha p. 153.
16	SOC-05 · Redes sociales · [Alto] LinkedIn no está conectado al sitio. p. 144; detalle del registro en p. 153; ficha p. 153.

TRAZABILIDAD · 89 REGISTROS · TABLA DE COBERTURA

Registros 17–20 de 89

ID, fuente y destino editorial. Registro y texto contrastados contra el archivo fuente de cada auditoría.

Las repeticiones temáticas se conservan como registros separados y se enlazan por ID; no se suman como hallazgos únicos.

Cada registro mantiene periodo, hallazgo y ubicación.

Las fuentes originales conservan el detalle metodológico y la evidencia completa.

HALLAZGO Y UBICACIÓN POR CÓDIGO DE AUDITORÍA

17	SOC-06 · Redes sociales · [Alto] Los datos de perfil se contradicen. p. 144; detalle del registro en p. 154; ficha p. 154.
18	SOC-07 · Redes sociales · [Medio] La recomendación en Facebook es baja. p. 144; detalle del registro en p. 154; ficha p. 154.
19	SOC-08 · Redes sociales · [Medio] Enlaces acortados que diluyen el tráfico. p. 144; detalle del registro en p. 154; ficha p. 154.
20	SOC-09 · Redes sociales · [Medio] YouTube tiene volumen pero no estrategia. p. 144; detalle del registro en p. 154; ficha p. 154.

TRAZABILIDAD · 89 REGISTROS · TABLA DE COBERTURA

Registros 21–24 de 89

ID, fuente y destino editorial. Registro y texto contrastados contra el archivo fuente de cada auditoría.

Las repeticiones temáticas se conservan como registros separados y se enlazan por ID; no se suman como hallazgos únicos.

Cada registro mantiene periodo, hallazgo y ubicación.

Las fuentes originales conservan el detalle metodológico y la evidencia completa.

HALLAZGO Y UBICACIÓN POR CÓDIGO DE AUDITORÍA

21	SOC-10 · Redes sociales · [Positivo] Hay rostros, alianzas y una base que aprovechar. p. 144; detalle del registro en p. 155; ficha p. 155.
22	EEA-01 · E-E-A-T y percepción de marca · [Crítico] Un testimonio de plantilla en la página de Contacto. p. 142; detalle del registro en p. 155; ficha p. 155.
23	EEA-02 · E-E-A-T y percepción de marca · [Crítico] No se explica cómo proteger al cliente. p. 142; detalle del registro en p. 155; ficha p. 155.
24	EEA-03 · E-E-A-T y percepción de marca · [Crítico] El modelo de compensación no se explica. p. 142; detalle del registro en p. 155; ficha p. 155.

TRAZABILIDAD · 89 REGISTROS · TABLA DE COBERTURA

Registros 25–28 de 89

ID, fuente y destino editorial. Registro y texto contrastados contra el archivo fuente de cada auditoría.

Las repeticiones temáticas se conservan como registros separados y se enlazan por ID; no se suman como hallazgos únicos.

Cada registro mantiene periodo, hallazgo y ubicación.

Las fuentes originales conservan el detalle metodológico y la evidencia completa.

HALLAZGO Y UBICACIÓN POR CÓDIGO DE AUDITORÍA

25	EEA-04 · E-E-A-T y percepción de marca · [Alto] Nadie firma con credenciales. p. 142; detalle del registro en p. 156; ficha p. 156.
26	EEA-05 · E-E-A-T y percepción de marca · [Alto] Afirmaciones de autoridad sin fuente. p. 142; detalle del registro en p. 156; ficha p. 156.
27	EEA-06 · E-E-A-T y percepción de marca · [Alto] Calificación propia sin reseñas visibles. p. 142; detalle del registro en p. 156; ficha p. 156.
28	EEA-07 · E-E-A-T y percepción de marca · [Alto] Faltan avisos en el contenido financiero. p. 142; detalle del registro en p. 156; ficha p. 156.

TRAZABILIDAD · 89 REGISTROS · TABLA DE COBERTURA

Registros 29–32 de 89

ID, fuente y destino editorial. Registro y texto contrastados contra el archivo fuente de cada auditoría.

Las repeticiones temáticas se conservan como registros separados y se enlazan por ID; no se suman como hallazgos únicos.

Cada registro mantiene periodo, hallazgo y ubicación.

Las fuentes originales conservan el detalle metodológico y la evidencia completa.

HALLAZGO Y UBICACIÓN POR CÓDIGO DE AUDITORÍA

29 EEA-08 · E-E-A-T y percepción de marca · [Alto] Seguimiento, plazos y claridad de cifras. p. 142; detalle del registro en p. 157; ficha p. 157.

30 EEA-09 · E-E-A-T y percepción de marca · [Alto] La credibilidad de las propias reseñas se cuestiona. p. 142; detalle del registro en p. 157; ficha p. 157.

31 EEA-10 · E-E-A-T y percepción de marca · [Medio] La percepción casi no cambió en tres semanas. p. 142; detalle del registro en p. 157; ficha p. 157.

32 EEA-11 · E-E-A-T y percepción de marca · [Positivo] La base de identidad legal es sólida. p. 142; detalle del registro en p. 157; ficha p. 157.

TRAZABILIDAD · 89 REGISTROS · TABLA DE COBERTURA

Registros 33–36 de 89

ID, fuente y destino editorial. Registro y texto contrastados contra el archivo fuente de cada auditoría.

Las repeticiones temáticas se conservan como registros separados y se enlazan por ID; no se suman como hallazgos únicos.

Cada registro mantiene periodo, hallazgo y ubicación.

Las fuentes originales conservan el detalle metodológico y la evidencia completa.

HALLAZGO Y UBICACIÓN POR CÓDIGO DE AUDITORÍA

33	ARQ-01 · Arquitectura web · [Crítico] El directorio de franquiciatarios usa texto de plantilla. p. 146; detalle del registro en p. 158; ficha p. 158.
34	ARQ-02 · Arquitectura web · [Crítico] La página de captación de franquicias dice muy poco. p. 146; detalle del registro en p. 158; ficha p. 158.
35	ARQ-03 · Arquitectura web · [Alto] Entradas repetidas en los sitemaps. p. 146; detalle del registro en p. 158; ficha p. 158.
36	ARQ-04 · Arquitectura web · [Alto] Cinco páginas compiten por «comprar franquicia». p. 146; detalle del registro en p. 158; ficha p. 158.

TRAZABILIDAD · 89 REGISTROS · TABLA DE COBERTURA

Registros 37–40 de 89

ID, fuente y destino editorial. Registro y texto contrastados contra el archivo fuente de cada auditoría.

Las repeticiones temáticas se conservan como registros separados y se enlazan por ID; no se suman como hallazgos únicos.

Cada registro mantiene periodo, hallazgo y ubicación.

Las fuentes originales conservan el detalle metodológico y la evidencia completa.

HALLAZGO Y UBICACIÓN POR CÓDIGO DE AUDITORÍA

37 ARQ-05 · Arquitectura web · [Alto] Categorías mezcladas en dos rutas. p. 146; detalle del registro en p. 159; ficha p. 159.

38 ARQ-06 · Arquitectura web · [Alto] Ruido dentro del sitemap. p. 146; detalle del registro en p. 159; ficha p. 159.

39 ARQ-07 · Arquitectura web · [Medio] Pequeñas incoherencias de enlaces y migas. p. 146; detalle del registro en p. 159; ficha p. 159.

40 ARQ-08 · Arquitectura web · [Medio] 2.227 entradas sin hubs temáticos. p. 146; detalle del registro en p. 159; ficha p. 159.

TRAZABILIDAD · 89 REGISTROS · TABLA DE COBERTURA

Registros 41–44 de 89

ID, fuente y destino editorial. Registro y texto contrastados contra el archivo fuente de cada auditoría.

Las repeticiones temáticas se conservan como registros separados y se enlazan por ID; no se suman como hallazgos únicos.

Cada registro mantiene periodo, hallazgo y ubicación.

Las fuentes originales conservan el detalle metodológico y la evidencia completa.

HALLAZGO Y UBICACIÓN POR CÓDIGO DE AUDITORÍA

41 ARQ-09 · Arquitectura web · [Positivo] La estructura base es clara y entendible. p. 146; detalle del registro en p. 160; ficha p. 160.

42 FRQ-01 · Franquicia e inversión · [Crítico] Una garantía de retorno sin condiciones. p. 143; detalle del registro en p. 160; ficha p. 160.

43 FRQ-02 · Franquicia e inversión · [Crítico] No hay datos de rendimiento del franquiciatario. p. 143; detalle del registro en p. 160; ficha p. 160.

44 FRQ-03 · Franquicia e inversión · [Crítico] Falta la información previa al contrato. p. 143; detalle del registro en p. 160; ficha p. 160.

TRAZABILIDAD · 89 REGISTROS · TABLA DE COBERTURA

Registros 45–48 de 89

ID, fuente y destino editorial. Registro y texto contrastados contra el archivo fuente de cada auditoría.

Las repeticiones temáticas se conservan como registros separados y se enlazan por ID; no se suman como hallazgos únicos.

Cada registro mantiene periodo, hallazgo y ubicación.

Las fuentes originales conservan el detalle metodológico y la evidencia completa.

HALLAZGO Y UBICACIÓN POR CÓDIGO DE AUDITORÍA

45	FRQ-04 · Franquicia e inversión · [Alto] Superlativos sin fuente. p. 143; detalle del registro en p. 161; ficha p. 161.
46	FRQ-05 · Franquicia e inversión · [Alto] Cifras que se contradicen. p. 143; detalle del registro en p. 161; ficha p. 161.
47	FRQ-06 · Franquicia e inversión · [Alto] La entrada de costos no tiene autor ni revisor. p. 143; detalle del registro en p. 161; ficha p. 161.
48	FRQ-07 · Franquicia e inversión · [Alto] Condiciones incompletas de comisión y regalías. p. 143; detalle del registro en p. 161; ficha p. 161.

TRAZABILIDAD · 89 REGISTROS · TABLA DE COBERTURA

Registros 49–52 de 89

ID, fuente y destino editorial. Registro y texto contrastados contra el archivo fuente de cada auditoría.

Las repeticiones temáticas se conservan como registros separados y se enlazan por ID; no se suman como hallazgos únicos.

Cada registro mantiene periodo, hallazgo y ubicación.

Las fuentes originales conservan el detalle metodológico y la evidencia completa.

HALLAZGO Y UBICACIÓN POR CÓDIGO DE AUDITORÍA

49	FRQ-08 · Franquicia e inversión · [Alto] Los riesgos no se mencionan. p. 143; detalle del registro en p. 162; ficha p. 162.
50	FRQ-09 · Franquicia e inversión · [Medio] Landings delgadas y repetidas. p. 143; detalle del registro en p. 162; ficha p. 162.
51	FRQ-10 · Franquicia e inversión · [Medio] Pruebas sociales sin resultados medibles. p. 143; detalle del registro en p. 162; ficha p. 162.
52	FRQ-11 · Franquicia e inversión · [Positivo] Lo que el sitio sí informa. p. 143; detalle del registro en p. 162; ficha p. 162.

TRAZABILIDAD · 89 REGISTROS · TABLA DE COBERTURA

Registros 53–56 de 89

ID, fuente y destino editorial. Registro y texto contrastados contra el archivo fuente de cada auditoría.

Las repeticiones temáticas se conservan como registros separados y se enlazan por ID; no se suman como hallazgos únicos.

Cada registro mantiene periodo, hallazgo y ubicación.

Las fuentes originales conservan el detalle metodológico y la evidencia completa.

HALLAZGO Y UBICACIÓN POR CÓDIGO DE AUDITORÍA

53 YI-01 · YMYL integral · [Crítico] Garantía de retorno y garantía de éxito. p. 138–140 (apartado YMYL); detalle del registro en p. 163; ficha p. 163.

54 YI-02 · YMYL integral · [Alto] Los términos legales contradicen a las landings. p. 138–140 (apartado YMYL); detalle del registro en p. 163; ficha p. 163.

55 YI-03 · YMYL integral · [Crítico] La prueba social no se sostiene sola. p. 138–140 (apartado YMYL); detalle del registro en p. 163; ficha p. 163.

56 YI-04 · YMYL integral · [Crítico] Sin canal de quejas ni organismos de protección. p. 138–140 (apartado YMYL); detalle del registro en p. 163; ficha p. 163.

TRAZABILIDAD · 89 REGISTROS · TABLA DE COBERTURA

Registros 57–60 de 89

ID, fuente y destino editorial. Registro y texto contrastados contra el archivo fuente de cada auditoría.

Las repeticiones temáticas se conservan como registros separados y se enlazan por ID; no se suman como hallazgos únicos.

Cada registro mantiene periodo, hallazgo y ubicación.

Las fuentes originales conservan el detalle metodológico y la evidencia completa.

HALLAZGO Y UBICACIÓN POR CÓDIGO DE AUDITORÍA

57	YI-05 · YMYL integral · [Alto] Autoría sin credenciales. p. 138–140 (apartado YMYL); detalle del registro en p. 164; ficha p. 164.
58	YI-06 · YMYL integral · [Alto] No se explica quién paga ni cómo se elige el banco. p. 138–140 (apartado YMYL); detalle del registro en p. 164; ficha p. 164.
59	YI-07 · YMYL integral · [Alto] Cifras de la empresa que se contradicen. p. 138–140 (apartado YMYL); detalle del registro en p. 164; ficha p. 164.
60	YI-08 · YMYL integral · [Medio] Superlativos y avisos que faltan. p. 138–140 (apartado YMYL); detalle del registro en p. 164; ficha p. 164.

TRAZABILIDAD · 89 REGISTROS · TABLA DE COBERTURA

Registros 61–64 de 89

ID, fuente y destino editorial. Registro y texto contrastados contra el archivo fuente de cada auditoría.

Las repeticiones temáticas se conservan como registros separados y se enlazan por ID; no se suman como hallazgos únicos.

Cada registro mantiene periodo, hallazgo y ubicación.

Las fuentes originales conservan el detalle metodológico y la evidencia completa.

HALLAZGO Y UBICACIÓN POR CÓDIGO DE AUDITORÍA

61	YI-09 · YMYL integral · [Crítico] Ninguna landing de franquicia muestra un costo. p. 138–140 (apartado YMYL); detalle del registro en p. 165; ficha p. 165.
62	YI-10 · YMYL integral · [Crítico] No hay información previa al contrato. p. 138–140 (apartado YMYL); detalle del registro en p. 165; ficha p. 165.
63	YI-11 · YMYL integral · [Alto] Sin datos de rendimiento del franquiciatario. p. 138–140 (apartado YMYL); detalle del registro en p. 165; ficha p. 165.
64	YI-12 · YMYL integral · [Alto] La entrada de costos la firma el correo de un tercero. p. 138–140 (apartado YMYL); detalle del registro en p. 165; ficha p. 165.

TRAZABILIDAD · 89 REGISTROS · TABLA DE COBERTURA

Registros 65–68 de 89

ID, fuente y destino editorial. Registro y texto contrastados contra el archivo fuente de cada auditoría.

Las repeticiones temáticas se conservan como registros separados y se enlazan por ID; no se suman como hallazgos únicos.

Cada registro mantiene periodo, hallazgo y ubicación.

Las fuentes originales conservan el detalle metodológico y la evidencia completa.

HALLAZGO Y UBICACIÓN POR CÓDIGO DE AUDITORÍA

65	YI-13 · YMYL integral · [Medio] Landings duplicadas y fichas que no prueban nada. p. 138–140 (apartado YMYL); detalle del registro en p. 166; ficha p. 166.
66	YI-14 · YMYL integral · [Positivo] Hay una base legal y de contenido sobre la que construir. p. 138–140 (apartado YMYL); detalle del registro en p. 166; ficha p. 166.
67	QRG-01 · QRG / calidad de página · [Crítico] Hard-gate probable: retorno garantizado. p. 138–140 (apartado YMYL); detalle del registro en p. 166; ficha p. 166.
68	QRG-02 · QRG / calidad de página · [Alto] La calidad de página es baja en las páginas clave. p. 138–140 (apartado YMYL); detalle del registro en p. 166; ficha p. 166.

TRAZABILIDAD · 89 REGISTROS · TABLA DE COBERTURA

Registros 69–72 de 89

ID, fuente y destino editorial. Registro y texto contrastados contra el archivo fuente de cada auditoría.

Las repeticiones temáticas se conservan como registros separados y se enlazan por ID; no se suman como hallazgos únicos.

Cada registro mantiene periodo, hallazgo y ubicación.

Las fuentes originales conservan el detalle metodológico y la evidencia completa.

HALLAZGO Y UBICACIÓN POR CÓDIGO DE AUDITORÍA

69	QRG-03 · QRG / calidad de página · [Crítico] Contenido de plantilla y prueba social propia. p. 138–140 (apartado YMYL); detalle del registro en p. 167; ficha p. 167.
70	QRG-04 · QRG / calidad de página · [Alto] Una promesa de rentabilidad puede causar daño económico. p. 138–140 (apartado YMYL); detalle del registro en p. 167; ficha p. 167.
71	QRG-05 · QRG / calidad de página · [Crítico] Sin organismos de protección ni canal de quejas. p. 138–140 (apartado YMYL); detalle del registro en p. 167; ficha p. 167.
72	QRG-06 · QRG / calidad de página · [Crítico] Ningún costo en las landings; el precio está en el blog. p. 138–140 (apartado YMYL); detalle del registro en p. 167; ficha p. 167.

TRAZABILIDAD · 89 REGISTROS · TABLA DE COBERTURA

Registros 73–76 de 89

ID, fuente y destino editorial. Registro y texto contrastados contra el archivo fuente de cada auditoría.

Las repeticiones temáticas se conservan como registros separados y se enlazan por ID; no se suman como hallazgos únicos.

Cada registro mantiene periodo, hallazgo y ubicación.

Las fuentes originales conservan el detalle metodológico y la evidencia completa.

HALLAZGO Y UBICACIÓN POR CÓDIGO DE AUDITORÍA

73	QRG-07 · QRG / calidad de página · [Alto] Autores sin credenciales y sin fuentes. p. 138–140 (apartado YMYL); detalle del registro en p. 168; ficha p. 168.
74	QRG-08 · QRG / calidad de página · [Alto] Cifras contradictorias y superlativos sin criterio. p. 138–140 (apartado YMYL); detalle del registro en p. 168; ficha p. 168.
75	QRG-09 · QRG / calidad de página · [Alto] Los términos legales contradicen las promesas. p. 138–140 (apartado YMYL); detalle del registro en p. 168; ficha p. 168.
76	QRG-10 · QRG / calidad de página · [Medio] Landings duplicadas y fichas de oficina débiles. p. 138–140 (apartado YMYL); detalle del registro en p. 168; ficha p. 168.

TRAZABILIDAD · 89 REGISTROS · TABLA DE COBERTURA

Registros 77–80 de 89

ID, fuente y destino editorial. Registro y texto contrastados contra el archivo fuente de cada auditoría.

Las repeticiones temáticas se conservan como registros separados y se enlazan por ID; no se suman como hallazgos únicos.

Cada registro mantiene periodo, hallazgo y ubicación.

Las fuentes originales conservan el detalle metodológico y la evidencia completa.

HALLAZGO Y UBICACIÓN POR CÓDIGO DE AUDITORÍA

77 QRG-11 · QRG / calidad de página · [Medio] El formulario de franquicia no muestra qué pide. p. 138–140 (apartado YMYL); detalle del registro en p. 169; ficha p. 169.

78 QRG-12 · QRG / calidad de página · [Positivo] Las páginas legales y el FAQ sostienen el frente consumidor. p. 138–140 (apartado YMYL); detalle del registro en p. 169; ficha p. 169.

79 BL-01 · Backlinks YMYL · [Alto] Dos de cada tres enlaces son spam. p. 145; detalle del registro en p. 169; ficha p. 169.

80 BL-02 · Backlinks YMYL · [Medio] Casi la mitad son páginas que venden enlaces. p. 145; detalle del registro en p. 169; ficha p. 169.

TRAZABILIDAD · 89 REGISTROS · TABLA DE COBERTURA

Registros 81–84 de 89

ID, fuente y destino editorial. Registro y texto contrastados contra el archivo fuente de cada auditoría.

Las repeticiones temáticas se conservan como registros separados y se enlazan por ID; no se suman como hallazgos únicos.

Cada registro mantiene periodo, hallazgo y ubicación.

Las fuentes originales conservan el detalle metodológico y la evidencia completa.

HALLAZGO Y UBICACIÓN POR CÓDIGO DE AUDITORÍA

81	BL-03 · Backlinks YMYL · [Medio] Páginas que copian contenido y listas automáticas. p. 145; detalle del registro en p. 170; ficha p. 170.
82	BL-04 · Backlinks YMYL · [Alto] El nombre de la marca en apuestas y adultos. p. 145; detalle del registro en p. 170; ficha p. 170.
83	BL-05 · Backlinks YMYL · [Alto] La red de franquicias es el punto difícil de controlar. p. 145; detalle del registro en p. 170; ficha p. 170.
84	BL-06 · Backlinks YMYL · [Alto] Dominios parecidos a la marca sin dueño confirmado. p. 145; detalle del registro en p. 170; ficha p. 170.

TRAZABILIDAD · 89 REGISTROS · TABLA DE COBERTURA

Registros 85–88 de 89

ID, fuente y destino editorial. Registro y texto contrastados contra el archivo fuente de cada auditoría.

Las repeticiones temáticas se conservan como registros separados y se enlazan por ID; no se suman como hallazgos únicos.

Cada registro mantiene periodo, hallazgo y ubicación.

Las fuentes originales conservan el detalle metodológico y la evidencia completa.

HALLAZGO Y UBICACIÓN POR CÓDIGO DE AUDITORÍA

85	BL-07 · Backlinks YMYL · [Medio] Olas de enlaces nuevos en 2026. p. 145; detalle del registro en p. 171; ficha p. 171.	
86	BL-08 · Backlinks YMYL · [Medio] La mayoría de las fuentes es de baja autoridad. p. 145; detalle del registro en p. 171; ficha p. 171.	
87	BL-09 · Backlinks YMYL · [Positivo] Diez fuentes de valor real que hay que proteger. p. 145; detalle del registro en p. 171; ficha p. 171.	
88	BL-10 · Backlinks YMYL · [Positivo] Sin campaña de anclas ni dependencia de pocos sitios. p. 145; detalle del registro en p. 171; ficha p. 171.	

TRAZABILIDAD · REGISTRO FINAL

89 de 89 · BL-11

VERIFICAR DESTINOS DE ENLACES ANTIGUOS	El registro señala enlaces a la versión sin www y a rutas antiguas .asp. La recomendación es comprobar los destinos y sus redirecciones.

Fuente: YMYL-BACKLINKS-CREDITARIA-2026-11-03.md.

Detalle completo y referencias: control de cobertura anexo.

CONTROL	PERIODO	HALLAZGO DE MUESTRA
89 registros	3-nov-2026	sin extrapolar
ocho auditorías	LECTURA	La matriz conserva periodo y fuente.

Fin de la trazabilidad.

CIERRE DE LA ACTUALIZACIÓN

Evidencia útil para decidir el siguiente paso

La actualización reúne ocho instrumentos y 89 registros; conserva sus fechas y limitaciones. Su propósito es facilitar decisiones informadas y una revisión posterior con fuentes de cuenta, responsables y criterios de éxito acordados.

Los resultados de noviembre amplían el expediente de septiembre y octubre. No convierten escenarios de CPC/CPM en ingresos, no equivalen a ventas y no cambian el histórico. La puntuación GEO corregida es 36/100 (36,25 calculado); las demás evaluaciones continúan separadas por rúbrica.

Group ONE Agency · Auditoría integral explicativa de Creditaria México · 4-nov-2026

Dominio, Autoridad y Legado DigitalTM