LA ARQUITECTURA DE LA LEALTAD

Cómo **MILENIO** integró tecnología, datos, comunidad y gamificación para construir **Puntos Milenio**



MULTIMEDIOS

inma
International News Media Association

MILENIO®

- 26 años de periodismo con calidad, inteligencia y carácter.
- Multiplataforma: Diario digital, Impreso, Radio y Televisión.
- MILENIO.COM el sitio con más audiencia en México, según Comscore Mayo 2026.
- MILENIO.COM el sitio con mayor credibilidad en México, según Reuters Institute 2026.



MULTIMEDIOS

inma
International News Media Association

Google News Initiative

Programa Latam, de los cuales 30 proyectos fueron seleccionados y uno de ellos fue **MILENIO**

MULTIMEDIOS

inma International News Media Association

De clics a relaciones

“Durante años, el éxito en los medios se medía en clics, páginas vistas y alcance. Pero ese modelo tiene un límite: no construye relación. Y sin relación, no hay negocio sostenible.”



El problema

¿Cómo construimos lealtad antes de pedir una suscripción?

- Dependencia del tráfico de alcance y redes sociales.
- Usuarios anónimos a usuarios conocidos.
- Cookieless.
- Crear comunidad.
- Preparación para suscripciones M+



La visión

La lealtad como producto

Más que lanzar un programa de puntos, queríamos construir una plataforma capaz de:

- Identificar usuarios valiosos.
- Incentivar comportamientos positivos.
- Crear hábitos de consumo.
- Aumentar engagement.
- Generar señales para futuras suscripciones.

La respuesta: Puntos Milenio

Un programa de lealtad y gamificación

Objetivos:

- Crear hábito.
- Aumentar engagement.
- Incrementar recurrencia.
- Reconocer usuarios más comprometidos.
- Preparar el camino a la suscripción.

Bienvenidos a

Puntos Milenio



MULTIMEDIOS
inma
International News Media Association

¿Cómo funciona?

Usuario registrado en PM

↓Consume contenido

↓Genera puntos

↓Acumula puntos

↓Canjea recompensas

↓Regresa

↓Genera más valor





¿Qué acciones generan puntos?

Consumo

Participación

Difusión





La lógica detrás de los puntos

Lo que el usuario ve:
Puntos y recompensas

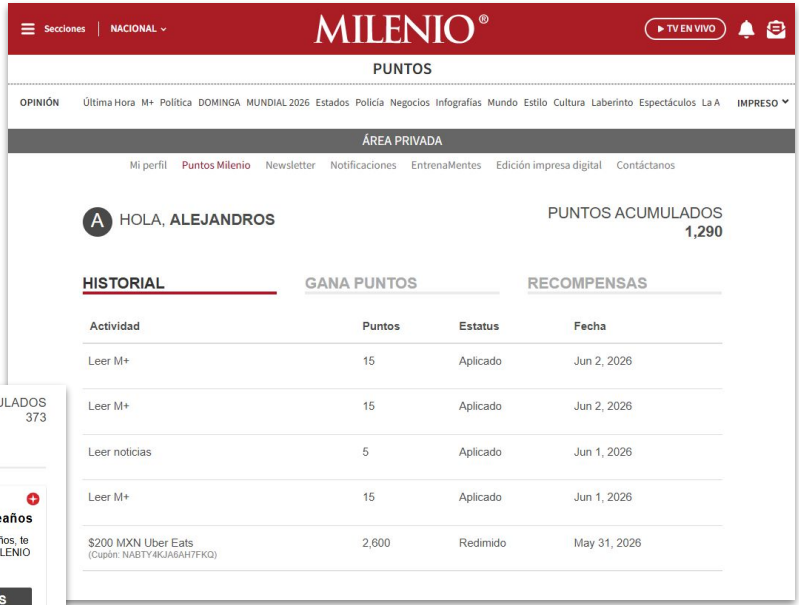
Lo que nosotros vemos:
Señales de engagement

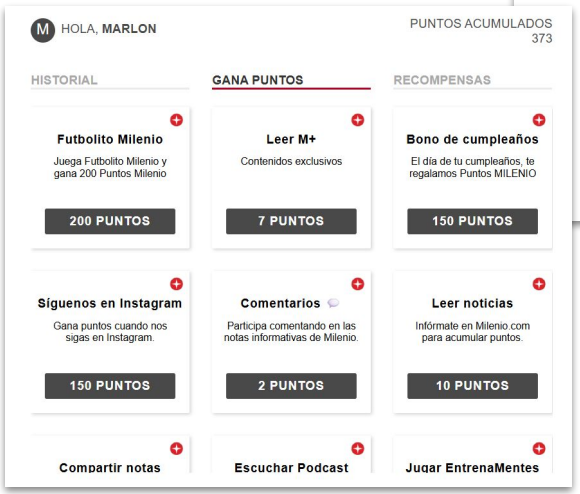
- Frecuencia
- Profundidad
- Participación
- Recurrencia



La experiencia del usuario

- Dashboard
- Historial
- Saldo
- Catálogo



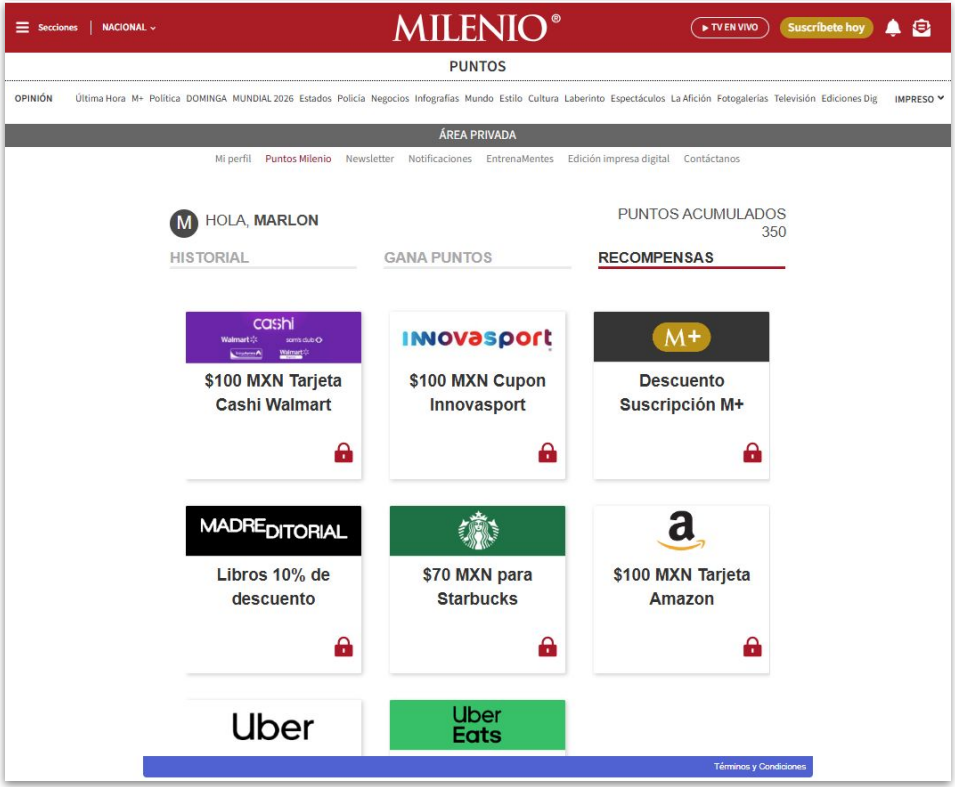


Las recompensas

Beneficios comerciales

- Amazon
- Starbucks
- Spotify
- Google Play

Experiencias MILENIO





"Detrás de una experiencia simple existe una arquitectura compleja."

Capa 1: Tecnología

La base del sistema

- Integración de distintas plataformas en una sola experiencia.
- Registro unificado (SSO).
- Motor de puntos.
- Eliminación de fricción.
- Data Analytics.

Capa 2: Comunidad

Donde nace la relación

- Migración de comentarios.
- Conversación dentro del ecosistema.
- Moderación híbrida.
- Identidad local.

Capa 3: Datos

Entender el comportamiento real

- Usuarios registrados y suscriptores.
- Segmentación por comportamiento.
- Identificación de “Lovers”.

Capa 4: Gamificación

Incentivar el comportamiento correcto

- Leer.
- Comentar.
- Ver contenido.
- Compartir.

Resultados

+ 1.8 M de Puntos Milenio

+ 134K puntos redimidos en recompensas.



Consumo de usuarios

Registrados con Puntos Milenio consumen **7x** más páginas y su tiempo de lectura es **30%** mayor, que un registrado.

Suscriptores con Puntos Milenio consumen **2x** más páginas y su tiempo de lectura es **8.5%** mayor, que un suscriptor.

Aprendizajes

- La lealtad puede diseñarse.
- La comunidad genera valor.
- La gamificación acelera hábitos.
- Los datos anticipan suscripciones.



La arquitectura de la lealtad

"Muchas organizaciones construyen programas de recompensas. En MILENIO intentamos construir algo más ambicioso: una infraestructura de lealtad.

Porque en los medios, el activo más importante ya no es la audiencia que llega; es la audiencia que regresa."



MILENIO®

Gracias

Informarte tiene recompensas

Juan Manuel Nava Madrazo
Gerente de audiencias y programa de lealtad
juan.nava@milenio.com

MULTIMEDIOS

inma
International News Media Association