

Mucho más que un comparador

kelisto.es SEGUROS COMUNICACIONES FINANZAS ENERGÍA FORO NOTICIAS

AHORRA HASTA UN -60%

Compara seguros de coche y contrata online

- ✓ Independiente
- ✓ Resultados en 3 minutos
- ✓ compara entre más de 25 aseguradoras

COMPARAR AHORA

Seguros de coche
Ahorra 170 € [Comparar](#)

Seguros de moto
Ahorra 143 € [Comparar](#)

Seguros de hogar
Ahorra 133 € [Comparar](#)

Seguros de salud
Ahorra 143 € [Comparar](#)

Telefonía móvil
Ahorra 240 € [Comparar](#)

Internet
Ahorra 208 € [Comparar](#)

Cuentas bancarias
Ahorra 240 € [Comparar](#)

Hipotecas
Ahorra 1.202 € [Comparar](#)

Foro

¡Los mejores CHOLLOS!
¡No te pierdas los ofertones, los descuentos y los chollazos más destacados de Internet!

[Ir al foro](#)

Comparador

¡Ahorra en tus facturas de energía!
Usa nuestro nuevo comparador y encuentra las mejores tarifas de gas y electricidad

[Comparar](#)

Noticias

Los mejores y peores coches de 2014
Conoce cuáles son los coches más y menos interesantes por calidad-precio

[Ir a noticias](#)

¡Regístrate y ahorra!

Escribe tu e-mail aquí [ENVIAR](#)

Guía de estilo editorial para el empleado

Actualizado: Septiembre 2014

1. Introducción

En este documento encontrarás la Guía de estilo editorial del portal web Kelisto.es, la web del ahorro.

Kelisto.es es un servicio online gratuito e independiente que tiene como objetivo ayudar a los consumidores a ahorrar en sus facturas del hogar y defender sus derechos mediante investigaciones periodísticas, herramientas de comparación de precios y una gran comunidad activa de personas que buscan un consumo inteligente en ámbitos como seguros, comunicaciones, energía y finanzas personales.

En esta guía no buscamos establecer normas estrictas, sino ofrecer recomendaciones que te sean de utilidad para entender la filosofía de Kelisto a la hora de redactar los contenidos. Queremos ofrecerte una herramienta de trabajo que contenga recursos útiles para entender su filosofía, alcanzar contenidos de calidad y un tono editorial coherente, accesible y sencillo.

Por eso, para poder publicar contenidos en Kelisto y que todos los textos que se incluyen en nuestra web guarden un mismo estilo, éstos **deberán seguir las normas** editoriales que describimos en la sección de Normas editoriales.

IMPORTANTE: Antes de subir ningún contenido a Kelisto, éste deberá ser aprobado por la persona responsable de contenidos de Kelisto.es. Enviad por favor un correo a manuel.moreno@kelisto.es con el texto ya redactado que quieras subir a la web. Así aseguraremos una línea editorial coherente y uniforme en toda la web. (No es necesario en textos como elegir “ir” “compara ahora” dentro de una caja, o para validar un “leer más”, pero sí en contenidos más largos y de mayor importancia....)

¿Qué se puede encontrar en esta guía?

En esta Guía trataremos:

- Los valores, objetivos y estrategia de Kelisto,
- La audiencia a la que queremos dirigirnos,
- Las categorías y formatos de contenidos que publicaremos en la web,
- Recomendaciones para el tono editorial y para la redacción de los contenidos
- Otras normas de estilo

2. Quiénes somos

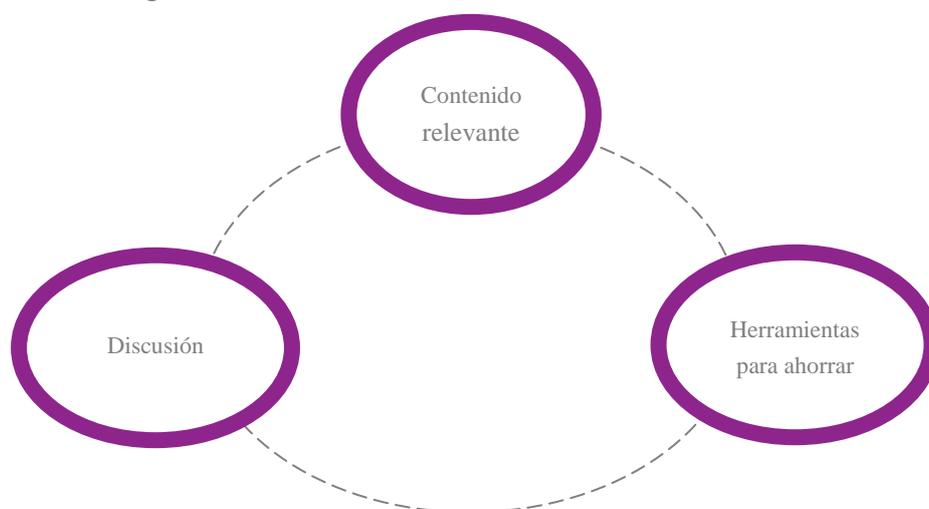
Kelisto es una *start-up* cuyo objetivo es ayudar a los consumidores a **ahorrar dinero** en las facturas del hogar y descubrir las mejores ofertas en ámbitos como seguros, comunicaciones y finanzas personales.

Somos un **servicio** telefónico y *on-line* totalmente **independiente e imparcial** pensado para ayudar a la gente a beneficiarse de los mejores precios de las compañías. Kelisto nace para ayudar a los consumidores a sacar el mayor partido de su dinero y conseguir las mejores ofertas abordando los temas que de verdad les importan. Ayudaremos a nuestros lectores a ahorrar en sus facturas con:

- **herramientas de comparación** imparciales y fáciles de usar que permitan a los lectores comparar un gran número de productos en un único lugar y a elegir aquél que mejor se adapte a sus necesidades,
- **artículos de gran calidad** basados en la investigación más detallada hasta la fecha y elaborados por profesionales y expertos,
- una **comunidad activa de personas** donde puedan compartir información y ayudarse mutuamente a ahorrar dinero, y
- **campañas** a través de las cuales nos posicionaremos junto a los consumidores y combatiremos por ellos, asegurándonos de que su voz sea escuchada.

Buscamos **conectar a los usuarios con el mejor proveedor** para sus necesidades. Nuestro beneficio viene de pequeñas comisiones pagadas por las compañías cuando un lector utiliza su servicio; el servicio es gratuito para los consumidores y nuestras tablas de resultados y contenidos son totalmente imparciales e independientes de cualquier acuerdo comercial.

Creemos en un contenido por y para los consumidores. Pero no para cualquier consumidor. Para **consumidores inteligentes**.



3. Valores de Kelisto

Los consumidores inteligentes se informan, comparan precios y están alerta ante cualquier injusticia. Buscan el ahorro no sólo como una meta económica, sino también como un estilo de vida de consumo inteligente. En Kelisto nos posicionamos junto a este consumidor, y **nuestros valores asumen la esencia de esas necesidades**.

Así, **si Kelisto fuera una persona sería...**

- ese amigo que te escucha y te da los mejores consejos
- ese profesor que te explicaba las cosas de manera sencilla y accesible
- alguien creíble e imparcial, que dice las cosas claras

Nuestros principales valores son:

INDEPENDENCIA, IMPARCIALIDAD Y HONESTIDAD	Ofreceremos contenidos rigurosos e imparciales . Sin ataduras comerciales. Kelisto “no se casa con nadie”.
CONFIANZA Y CREDIBILIDAD	Con tantas opciones en el mercado, muchas veces es imposible saber cuál es la mejor elección. Queremos ayudar al usuario a encontrar lo que mejor se adapte a sus intereses y bolsillo.
ACCESIBILIDAD Y UTILIDAD	El principal interés de Kelisto es el consumidor. Por eso, le ofreceremos contenidos que le ayuden a ser capaz de tomar sus propias decisiones conociendo las mejores opciones del mercado .
POLÉMICA Y AGITACIÓN	Buscamos desmarcarnos del resto de competidores a través del contenido. Éste será no sólo riguroso e imparcial, sino que también moverá a la acción (para usar los comparadores, para compartir o para opinar).
SOCIAL	Kelisto quiere generar una comunidad para aquellos que buscan las mejores opciones del mercado. Nuestros contenidos deberán fomentar ese valor social de la marca, invitando a ser compartidos en plataformas sociales y discutidos y comentados en el propio <i>site</i> .

4. Audiencia

El público objetivo de Kelisto es el **e-Consumer**. Englobado en el grupo de edad de entre **28-55 años**, se compone principalmente de nativos de internet que se quieren informar y que buscan pagar el mejor precio por un servicio. En definitiva, un **consumidor inteligente** al que:

- Le gusta informarse
- Busca contenido experto, cercano y reivindicativo: “no vale cualquier cosa”
- Le importa las opiniones de sus amigos y otros usuarios
- Le gusta ser escuchado
- Tiene un “yo reivindicativo” y un “yo ahorrador”.

¿Qué buscan?

Noticias, información, consejos de ahorro, ofertas, novedades, comparaciones de precios... Principalmente, **asesoramiento para elegir bien** en su compra.

5. Objetivos y Estrategia

Filosofía del contenido de Kelisto

Creemos que un **contenido de calidad** es la clave de nuestro éxito. Además, queremos que ese contenido **incite al lector a actuar**, ya sea comparando precios, cambiando de proveedor o ahorrando dinero. Ayudarle, en definitiva, a **ahorrar** en sus facturas y luchar de su parte. Lo haremos con el mejor contenido original, elaborado mediante investigación periodística y análisis en profundidad.

Nuestra meta es ser reconocidos por nuestro contenido y con él construir nuestra marca. Para ello seguiremos una serie de premisas:

- Somos **independientes e imparciales**
- Nuestra estrategia de **ayudar a los consumidores** prevalecerá en todo lo que hagamos
- Nuestro **contenido** será **objetivo e independiente** de cualquier interés comercial
- Ayudamos a las personas a **ahorrar y a sacar el máximo partido de su dinero**
- Facilitamos que los consumidores encuentren las marcas que conocen y en las que confían
- Luchamos por asegurarnos de que los usuarios perciban que los productos más baratos no se encuentran en otro lugar más que en Kelisto

Principales objetivos de la estrategia

Información y servicio. Kelisto se posiciona junto a los consumidores. Por eso, nuestros contenidos buscarán aportar información **útil, veraz e imparcial** con el fin de ayudarle a ahorrar dinero en sus facturas. Para conseguirlo, ofreceremos noticias y reportajes del sector, ofertas, trucos y consejos para ahorrar o realizar compras ventajosas, tablas comparativas, y comparadores de productos y servicios.

Tráfico y difusión. Nuestros contenidos tendrán un **ciclo de vida medio-alto** con capacidad tanto para **captar tráfico orgánico** proveniente de buscadores como para ser **compatibles en plataformas sociales**.

Comunidad. Kelisto no será sólo un lugar donde el consumidor acuda a informarse. Nuestros usuarios no son pasivos: comentan, comparten, opinan y toman sus propias decisiones. Crean en la **participación y se relacionan**, conformando una comunidad de consumidores inteligentes. Kelisto busca tener un tejido social tan fuerte como sus contenidos.

Notoriedad. Kelisto busca posicionarse como un **site de referencia** en el sector. Para ello, los contenidos serán su principal "arma" para construir su marca. Así, Kelisto no será un simple contenedor de contenidos sino un espacio donde el consumidor inteligente podrá informarse, comparar, aprender y opinar.

6. Categorías de contenido y ejemplos

En Kelisto hablamos en la actualidad de los siguientes **productos**:

- Seguros**
- Seguros de coche
 - Seguros de moto
 - Seguros de vida
 - Seguros de salud
 - Seguros de hogar
 - Seguros de empresa

- Comunicaciones**
- Telefonía móvil
 - Internet

- Finanzas personales**
- Cuentas corrientes
 - Hipotecas
 - Tarjetas
 - Préstamos

- Energía**
- Electricidad
 - Gas

Formatos de contenido

Los contenidos de Kelisto se engloban en 5 grandes categorías presentes en cada una de las grandes áreas que hemos comentado anteriormente.

ACTUALIDAD

REPORTAJES

CONSEJOS Y ANÁLISIS

MEJOR COMPRA

OFERTAS

7. Normas editoriales

Objetivos del contenido de Kelisto

En Kelisto queremos ser una fuente de referencia en la web española en materia de ahorro. Para ello, nuestro contenido deberá:

- ser **original, relevante y útil**,
- **generar confianza** legitimando a Kelisto como una marca de referencia,
- **atraer tráfico y notoriedad** (referencias en blogs y medios de comunicación, aparición en prensa especializada...),
- **favorecer la difusión** (estar presente en otros sitios y plataformas sociales a través de sus contenidos relevantes), y
- **posicionarse en buscadores** (indexar y generar tráfico orgánico. Para que el contenido indexe lo mejor posible debe ser original y debe tratar los temas por los que queremos que los usuarios nos encuentren a través de los buscadores)

¿Cómo son los contenidos de Kelisto?

Kelisto quiere ser “la voz del ahorro” y ayudar a sus lectores a informarse, a tomar sus propias decisiones y a ahorrar en sus facturas. Para ello buscamos ofrecer artículos que sean:

- **Polémicos.** Descubrirán situaciones que el consumidor desconocía, generarán debate, llevarán a la acción (uso de comparadores, comentarios en foros, compartir la información en plataformas sociales, etc.) y tendrán eco en otros medios.
- **Relevantes y de interés.** Serán originales y, por su contenido relevante, podrán entrar en las agendas de otros medios de comunicación.
- **Informativos.** Descubrirán a los lectores algo que no sabían, ya sean situaciones favorables o desfavorables que afectan a su capacidad de ahorro, trucos o consejos o productos y servicios útiles que le ayudarán a realizar una mejor compra.
- **Combativos.** Mostrarán a los lectores situaciones que merece la pena combatir y se posicionarán junto a los consumidores. Los artículos de Kelisto lucharán contra cualquier injusticia (por ejemplo, cláusulas abusivas en contratos de seguros o telecomunicaciones, pagos innecesarios en facturas, etc.) y, tras su lectura, el lector estará 100% seguro de aquello que le estamos invitando a hacer (por ejemplo, uso de comparadores de ahorro, comentar, compartir, etc.)
- **Diferentes.** Kelisto no es “uno más”. Se diferencia de otras webs dedicadas al ahorro por sus contenidos y su filosofía. Kelisto siempre va un paso adelante.

Aprobación de los contenidos de Kelisto

Los contenidos de Kelisto, para ser aprobados y publicados en el site:

- tendrán que cumplir las normas editoriales
- cumplir los elementos de la Check list
- Ser enviados a la persona responsable de la aprobación de todo el contenido en Kelisto

7.1. Tono y estilo

El tono editorial de nuestros contenidos deberá caracterizarse por su **coherencia y consistencia** y reflejar con claridad los valores de la marca.

Siempre nos dirigiremos al usuarios de TU, utilizando la segunda persona del singular.

CLARO, CERCANO Y ACCESIBLE	Los contenidos deberán ser claros y comprensibles , con un tono desenfadado. Estarán elaborados con un lenguaje sencillo pero, a la vez, profesional, que evite los tecnicismos y la jerga comercial.
CORRECTO	Velará por su corrección formal y estilística evitando el uso de argot profesional y extranjerismos cuando exista un término equivalente en español (en el caso de utilizar un extranjerismo, éste ha de marcarse en cursiva).
PRÁCTICO	Ofrecerá contenidos útiles que respondan a las necesidades de los consumidores .
RIGUROSO	Los contenidos deberán distinguirse por su rigor y veracidad y estar basados en datos y hechos .
HONESTO	Los contenidos deberán ser objetivos, evitando reflejar juicios de valor u opiniones personales. Kelisto comunica contenidos sin tener ningún interés oculto. Es honesto con el consumidor.
INSPIRÁ CONFIANZA	Tratará de tú al lector, dirigiéndose a él de manera directa e invitando a la acción.

7.2 Uso de Imágenes

Las imágenes serán corporativas y mostrarán los beneficios de usar Kelisto, con personas mostrando una actitud positiva.

Debemos utilizar siempre imágenes sobre las que poseamos los derechos para su reproducción, solicitándoselas a los departamentos de comunicación de las distintas compañías o bien tomadas/realizadas por nosotros mismos. Podemos utilizar fotografías de bancos de imágenes sobre los que tengamos sus derechos.

7.3. Otras normas:

Abreviaciones

Los símbolos (unidades de peso y medida, monedas, elementos químicos, etcétera), sólo deben emplearse en cuadros y tablas. En el texto, se escribirán completas las palabras (ejemplo. El directivo de Nokia recorrió 34 kilómetros) No usamos así km, \$...

Las únicas abreviaturas que usamos tanto en titulares como en el texto son las comúnmente aceptadas como Mb para megabits por segundo, MB para megabytes (no confundir), GB (gigabytes) o KW para kiloWattios. Por norma general, no se abrevia ninguna otra palabra (por ejemplo, no usaríamos dtor. como abreviación de director en ningún caso)

Siglas

Las siglas, es decir, las palabras que se forman mediante la unión de la primera letra de un conjunto de palabras, se escriben en mayúscula. Ejemplo: la IAB. Por norma general, se escribirá primero el significado de las siglas y posteriormente el significado de éstas entre paréntesis la primera vez que se haga referencia en el texto. En las siguientes menciones, bastará con escribir las siglas.

Cuando las siglas están compuestas por cinco o más letras, se escribe únicamente la primera en mayúscula y las restantes en minúscula. Ejemplo: Asimelec.

Si son nombres comerciales, en los que no es necesario explicar las iniciales, se escribirá en minúsculas. Ejemplo Seat.

No confundir con los acrónimos, que se forman con las primeras sílabas o con alguna de ellas (ejemplos: Renfe, Icona), que se escriben con mayúscula la letra inicial y el resto en minúsculas.

Hay palabras que, aunque en su inicio fueron formadas como siglas, ya son aceptadas en nuestro idioma por la RAE, por lo que se escriben en redonda y como una palabra cualquiera. Ejemplo: pymes

Las **siglas no se acentúan ni llevan plural**. Así, el plural de DVD es DVD y no se escribe nunca con S al final, ni apóstrofe S. Ejemplo: El mercado de los PC ha subido...

7.7. Copyright

Los contenidos publicados en Kelisto serán originales y, por tanto, estarán **protegidos por derechos de propiedad intelectual**.

Quedará prohibida la explotación, reproducción, distribución, modificación, comunicación pública, cesión o transformación, así como cualquier acto de explotación de los contenidos que se publiquen en el *site* (imágenes, textos, videos, diseños, dibujos, fotografías, banners, clips de sonido), así como de las bases de datos y el software utilizado para el funcionamiento del mismo, salvo que medie autorización expresa y por escrito de Kelisto.