UDITAI

Auditoría previa de presencia digital

TU MINDFULNESS

https://tumindfulness.com/

T0

MEDICIÓN

T0, momento cero del 16 de octubre de 2026: fotografía de la situación de partida

FECHA

2026-10-16

MODALIDAD

Diagnóstico externo con fuentes públicas, más dos lecturas autenticadas de septiembre. Informe de ejemplo publicado con permiso del titular, que es el fundador de UDITAI.

Este informe separa una lectura ejecutiva para decidir de una capa probatoria para comprobar cifras, evidencias, límites y actuaciones.

La puntuación mide controles observables. La comparación sectorial aporta contexto, pero no modifica la nota objetiva.

Resumen en un minuto

Qué falla, qué riesgo supone y qué decisión conviene tomar primero.

LO MALO

La portada no declara quién es el negocio, algo que sí hacen 16 de las 20 webs de referencia; el 33 % de las páginas no tiene descripción para Google y 4 fichas de retiros dan error. Y la analítica no mide ninguna reserva: no se sabe qué canal trae clientes.

LO PEOR

Fuera de Sevilla casi no existe para Gemini (IA de Google): en las preguntas sobre formación en línea aparece tan solo en 1 de 18 respuestas, aunque la web vende programas en línea. Esa demanda, sin límite geográfico, se la llevan otros centros.

VEREDICTO

Está por debajo del promedio del grupo de referentes sectoriales en 2 de los 9 aspectos evaluados, comparado con 20 webs de mindfulness. No hace falta rehacer la web: entre la T0 y la T1, limpiar la portada y redirigir los retiros; después, declarar quién es el negocio, reforzar la oferta en línea y medir las reservas; y volver a medir en varios asistentes de IA.

Lo que ya funciona y se conserva: la web está abierta a los asistentes de IA, Gemini lo menciona en Sevilla y tiene 735 reseñas de Google.

Alcance de la comparación

La referencia reúne 20 webs de centros y escuelas de mindfulness con oferta en línea en España, fijadas el 23 de septiembre de 2026. Cada aspecto se mide con los mismos controles en las 21 webs, en la portada y las páginas internas (hasta 15 por web), y se compara con el promedio del grupo de referentes sectoriales (calculado como la nota central del grupo, para que una web con una nota extrema no lo desvíe) y con su grupo top (la mitad con mejor nota). Hay datos comparables para 20 de 20 integrantes.

Las notas de cada aspecto salen de los controles que se pueden comprobar desde fuera en cualquier web; las lecturas autenticadas de septiembre (analítica, Search Console) se cuentan en los hallazgos, no en la nota, porque no existen para las demás webs. Tu Mindfulness no entra en el cálculo de ese promedio. No demuestra causalidad comercial.

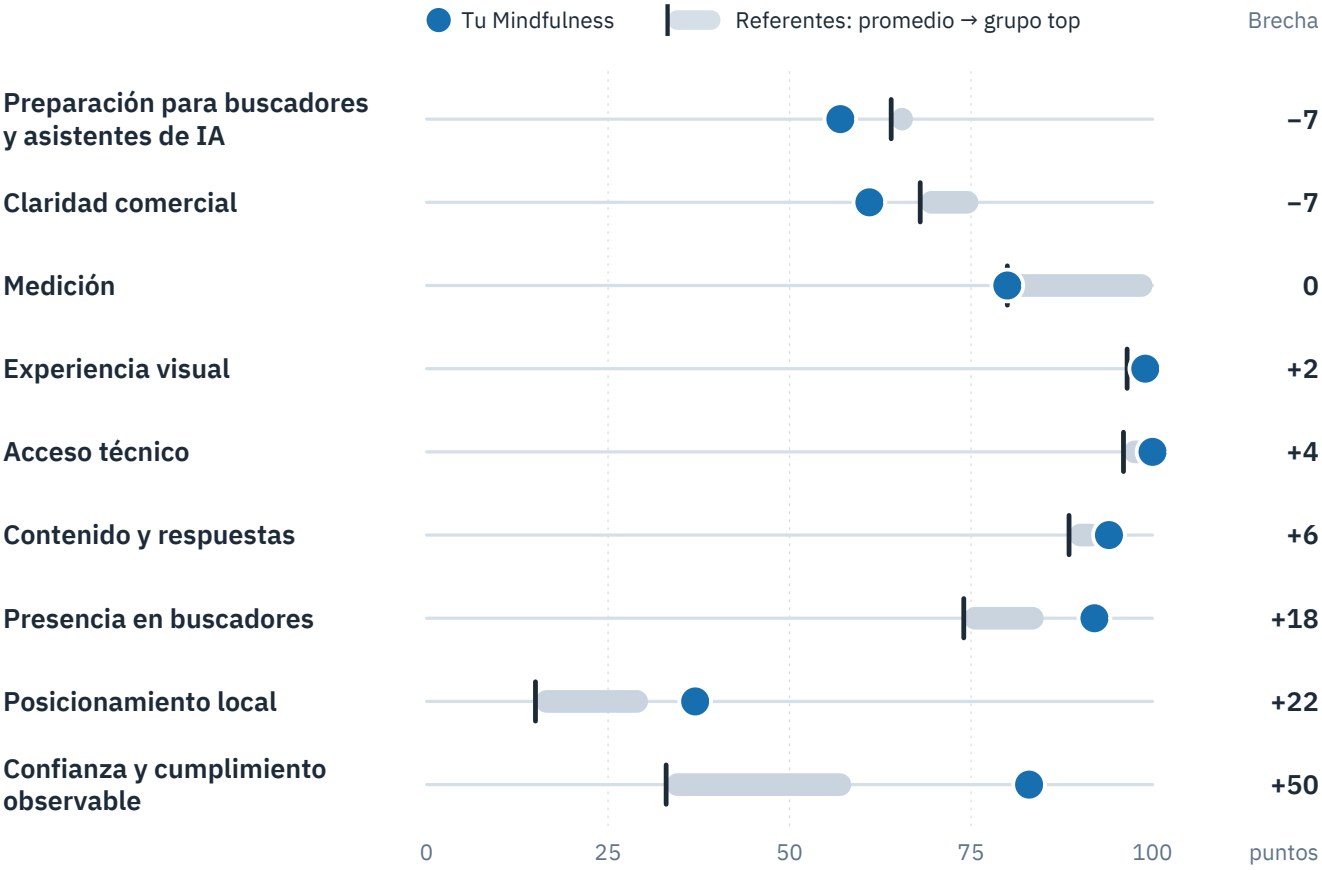
Principales aspectos del negocio

Cada fila explica una vertiente evaluada, su preparación actual y la cobertura realmente disponible.

Aspecto	Qué se evalúa	Nota	Cobertura
Preparación para buscadores y asistentes de IA	Examina si la información pública es clara, consistente y está respaldada para que los asistentes de IA la usen.	57/100	89%
Claridad comercial	Comprueba si quien llega entiende la propuesta, sus condiciones y qué hacer a continuación.	61/100	75%
Medición	Revisa si hay indicadores suficientes para saber qué funciona sin confundir coincidencia con causa.	80/100	62%
Experiencia visual	Valora si la presentación ayuda a leer y a actuar sin esfuerzo, sobre todo en el teléfono.	99/100	80%
Acceso técnico	Comprueba si personas, buscadores y asistentes de IA pueden llegar al contenido sin obstáculos evitables.	100/100	100%
Contenido y respuestas	Mide si la información responde a las preguntas reales de quien busca, con contexto y un siguiente paso.	94/100	100%
Presencia en buscadores	Valora si la oferta puede localizarse y distinguirse con señales públicas claras para los buscadores.	92/100	83%
Posicionamiento local	Evalúa si el negocio aparece y se identifica bien cuando alguien busca su servicio en su ciudad.	37/100	80%
Confianza y cumplimiento observable	Revisa las señales públicas de identidad, transparencia, privacidad y reputación que se pueden comprobar desde fuera.	83/100	100%

Comparación con el sector, aspecto por aspecto

Cada aspecto se ha medido con los mismos controles en esta web y en las de referencia. El punto azul es esta web; la banda gris va del promedio del grupo de referentes sectoriales (la raya) al grupo top. Ordenado de la mayor desventaja a la mayor ventaja.



M4

Preparación para buscadores y asistentes de IA

57/100

ASPECTO EVALUADO

Examina si la información pública es clara, consistente y está respaldada para que los asistentes de IA la usen.

Qué significa ahora

Cuando la pregunta es sobre formación en línea, Gemini (IA de Google) tan solo menciona el negocio en 1 de 18 respuestas, aunque la web vende programas en línea; y la portada no declara quién es el negocio, algo que sí hacen 16 de las 20 webs de referencia.



Tu Mindfulness obtiene 57 puntos: 7 puntos por debajo del promedio del grupo de referentes sectoriales (64) y 10 puntos por debajo del grupo top (67). Mismos controles en las 21 webs, medidas el 21 de octubre de 2026 en hasta 15 páginas de cada una (portada y páginas internas).

Problemas detectados

PROBLEMA DETECTADO — DATO

La portada no declara en sus datos estructurados quién es el negocio: no hay organización ni persona. En identidad obtiene 1 de 4, frente a un promedio del grupo de referentes sectoriales de 4 de 4 en las 20 webs de referencia; 16 de ellas sí lo declaran.

Los buscadores y los asistentes de IA tienen que deducir quién está detrás, qué programas imparte y dónde, en lugar de leerlo declarado; eso facilita que atribuyan mal un programa o elijan a otro centro con la identidad mejor explicada.

Hallazgo M4-P1 - Evidencia EV-04, EV-05 - Actuación M4-A1

PROBLEMA DETECTADO DATO

En las 17 preguntas sobre Sevilla, Gemini (IA de Google) lo menciona en 51 de 51 respuestas; en las 6 sobre formación en línea, solo en 1 de 18, aunque su menú anuncia formación en línea (un club, un curso de mindfulness con terapia cognitiva y otro de autocompasión). En la batería de septiembre, Claude lo mencionaba en 2 de 4 consultas sobre Sevilla.

Quien busca un curso en línea, sin importar dónde viva, recibe de ese asistente de IA la recomendación de otros centros: la parte del negocio que no tiene límite geográfico es casi invisible.

Hallazgo M4-P2 - Evidencia EV-06, EV-07 - Actuación M4-A2, M4-A3

Actuaciones vinculadas

M4-A1 **Prioridad alta** Responsable compartida

Declarar en la portada quién es el negocio

Problema	La página principal no dice en datos estructurados quién es el negocio ni quién enseña.
Por qué importa	Es la señal que la mayoría de la competencia ya ofrece a buscadores y asistentes de IA.
Beneficio esperado	Debería reducir errores de atribución y facilitar que los asistentes de IA describan bien el negocio. No garantiza menciones ni recomendaciones.
Indicador	Criterio de identidad de la portada en la misma rúbrica de la comparación
Terminado cuando	La portada declara organización y persona con datos coherentes con el resto de la web, y la validación de Google no da errores.
Comprobación	Volver a puntuar la portada con la rúbrica de la comparación y pasar la prueba de resultados enriquecidos de Google.
Límite	Declarar la identidad mejora la información disponible, pero cada asistente decide qué cita.

M4-A2 Prioridad alta Responsable compartida

Hacer visible la oferta en línea

Problema	Los programas en línea casi no aparecen cuando alguien pregunta por formación en línea.
Por qué importa	Es la oferta que puede venderse en toda España y la que hoy recomiendan otros centros.
Beneficio esperado	Debería aumentar las preguntas sobre formación en línea en las que aparece el negocio. No garantiza menciones ni inscripciones.
Indicador	Respuestas a las preguntas sobre formación en línea que mencionan el negocio
Terminado cuando	Cada programa en línea tiene una página que responde qué es, para quién, cómo son las sesiones en directo, cuánto dura y cuánto cuesta, enlazada desde la portada y declarada como curso en línea en sus datos estructurados.
Comprobación	Revisar cada página y repetir en Gemini (IA de Google) las seis preguntas sobre formación en línea.
Límite	Las respuestas de los asistentes de IA dependen también de lo que publican otros centros y terceros.

M4-A3 Prioridad media Responsable UDITAI

Medir de nuevo en varios asistentes de IA

Problema	La presencia en asistentes de IA es desigual y solo Gemini se ha medido de forma automática.
Por qué importa	Separa una variación puntual de una tendencia y dice dónde concentrar el contenido.
Beneficio esperado	Debería orientar las siguientes mejoras de contenido con datos, no con impresiones.
Indicador	Proporción de respuestas que mencionan el negocio, por asistente y tipo de pregunta

Terminado cuando	Hay una segunda medición comparable en al menos dos asistentes, con las mismas 25 preguntas repetidas tres veces.
Comprobación	Comparar pregunta a pregunta con la medición del 16 de octubre.
Límite	Las respuestas de los asistentes de IA varían con el día, la cuenta y el modelo; ninguna medición es definitiva.

Qué no se toca al intervenir: La presencia en Gemini (IA de Google) en las preguntas sobre Sevilla (51 de 51) y el acceso de los rastreadores de IA.

Qué no se ha medido

- ChatGPT, Perplexity y Claude no se han repetido el 16 de octubre: su dato es de septiembre.

Límites de esta lectura

- Cuatro consultas por asistente en septiembre son una muestra de control, no una estimación estable.

M6

Claridad comercial

61/100

ASPECTO EVALUADO

Comprueba si quien llega entiende la propuesta, sus condiciones y qué hacer a continuación.

Qué significa ahora

Sin hallazgos graves en este aspecto: la comparación con el sector dice dónde está el margen. Al intervenir hay que conservar los dos caminos de la portada (la masterclass gratuita y WhatsApp).



Tu Mindfulness obtiene 61 puntos: 7 puntos por debajo del promedio del grupo de referentes sectoriales (68) y 15 puntos por debajo del grupo top (76). Mismos controles en las 21 webs, medidas el 21 de octubre de 2026 en hasta 15 páginas de cada una (portada y páginas internas).

No se han registrado hallazgos materiales en este aspecto con la cobertura disponible.

Qué no se toca al intervenir: La orientación de la portada por necesidades y sus dos caminos para dar el siguiente paso.

Qué no se ha medido

- Cuántas personas completan cada camino: requiere la conversión que propone el aspecto de medición.

Límites de esta lectura

- La claridad se ha medido con criterios automáticos y una lectura de la portada, no con pruebas de uso.

M5

Medición

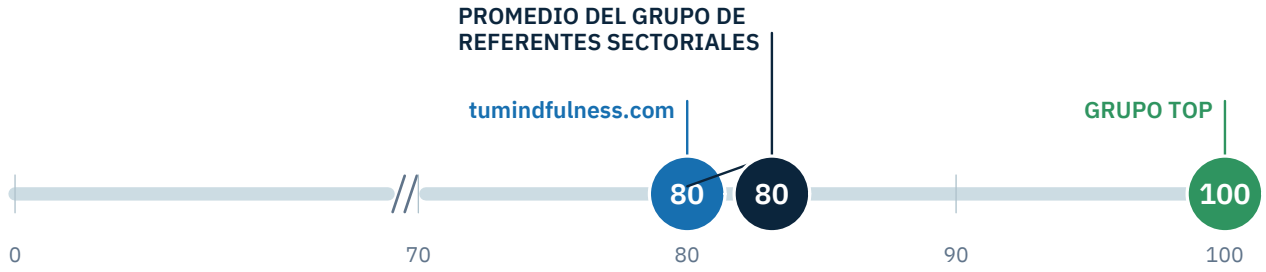
80/100

ASPECTO EVALUADO

Revisa si hay indicadores suficientes para saber qué funciona sin confundir coincidencia con causa.

Qué significa ahora

La analítica no mide ninguna conversión: hoy no se puede saber qué canal trae reservas, ni siquiera las visitas que ya llegan desde ChatGPT.



Tu Mindfulness obtiene 80 puntos: al nivel del promedio del grupo de referentes sectoriales (80) y 20 puntos por debajo del grupo top (100). Mismos controles en las 21 webs, medidas el 21 de octubre de 2026 en hasta 15 páginas de cada una (portada y páginas internas).

Problemas detectados

PROBLEMA DETECTADO

DATO

La analítica no tiene eventos clave ni ventas registradas (0 eventos clave y 0 euros de ingresos en la ventana del 26 de agosto a 22 de septiembre de 2026), y los dos eventos que parecen reservas salen del mismo clic de salida hacia la plataforma de pago.

Ya llegan visitas desde ChatGPT (el 5,5 % del total), pero no se puede saber cuántas acaban en una reserva: ni el canal de IA ni Google se pueden valorar por lo que venden.

Hallazgo M5-P1 - Evidencia EV-09 - Actuación M5-A1

Actuaciones vinculadas

M5-A1 | Prioridad alta | Responsable compartida

Definir una conversión verificable

Problema	No hay ningún evento que equivalga a una reserva o venta confirmada.
Por qué importa	Sin una conversión fiable no se puede decidir en qué canal invertir.
Beneficio esperado	Debería permitir atribuir reservas a Google, a los asistentes de IA y a las campañas. No aumenta las ventas por sí solo.
Indicador	Reservas confirmadas registradas como evento clave, por origen
Terminado cuando	Una reserva de prueba aparece una sola vez como evento clave con su origen correcto.
Comprobación	Hacer una reserva de prueba y comprobarla en el informe de tiempo real y en el de conversiones.
Límite	La atribución por origen es aproximada: una misma persona puede usar varios canales antes de reservar.

Qué no se toca al intervenir: La analítica conectada con los datos de Google y la identificación de las visitas desde ChatGPT.

Qué no se ha medido

- La analítica no se ha vuelto a leer el 16 de octubre: requiere acceso autenticado.
- Reservas confirmadas cruzadas con su origen.

Límites de esta lectura

- Las cifras de analítica son de la ventana del 26 de agosto al 22 de septiembre de 2026.

M7

Experiencia visual

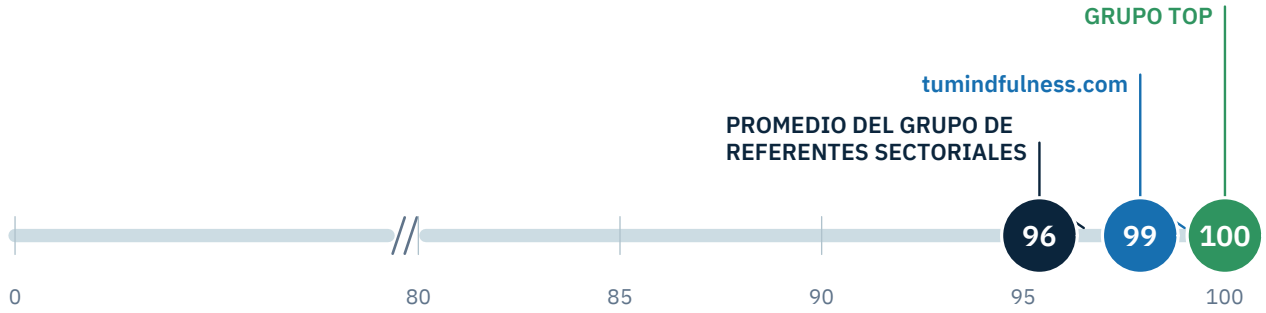
99/100

ASPECTO EVALUADO

Valora si la presentación ayuda a leer y a actuar sin esfuerzo, sobre todo en el teléfono.

Qué significa ahora

El 1 % de las páginas medidas en el móvil (1 de 81) se sale de la pantalla. Al tocar la web hay que vigilar que las imágenes nuevas lleven texto alternativo.



Tu Mindfulness obtiene 99 puntos: 2 puntos por encima del promedio del grupo de referentes sectoriales (96) y 1 punto por debajo del grupo top (100). Mismos controles en las 21 webs, medidas el 21 de octubre de 2026 en hasta 15 páginas de cada una (portada y páginas internas).

Problemas detectados

⚠ PROBLEMA DETECTADO — DATO

1 de 81 páginas obliga a desplazarse de lado en un móvil de 390 píxeles: la causa es una imagen de ancho fijo.

En el teléfono, una página que se sale de la pantalla se lee peor y da sensación de descuido.

Hallazgo M7-P1 - Evidencia EV-08 - Actuación M7-A1

Actuaciones vinculadas

M7-A1 | Prioridad baja | Responsable compartida

Corregir las páginas que se salen de la pantalla del móvil

Problema	1 página es más ancha que la pantalla del móvil.
Por qué importa	Es un arreglo pequeño que evita una mala lectura en el teléfono.
Beneficio esperado	Debería mejorar la lectura en el móvil, sin garantía de más reservas.
Indicador	Páginas que caben en el ancho de un móvil de 390 píxeles
Terminado cuando	Ninguna de las páginas medidas obliga a desplazarse de lado.
Comprobación	Repetir la medición en el móvil simulado.
Límite	Caber en la pantalla no garantiza una buena lectura; falta la prueba con personas.

Qué no se toca al intervenir: La adaptación de las páginas a pantallas móviles.

Qué no se ha medido

- Comprensión, esfuerzo y confianza observados con personas reales.

Límites de esta lectura

- El texto alternativo se ha contado en 2171 imágenes, incluidas las repetidas y decorativas: es una aproximación.

M1

Acceso técnico

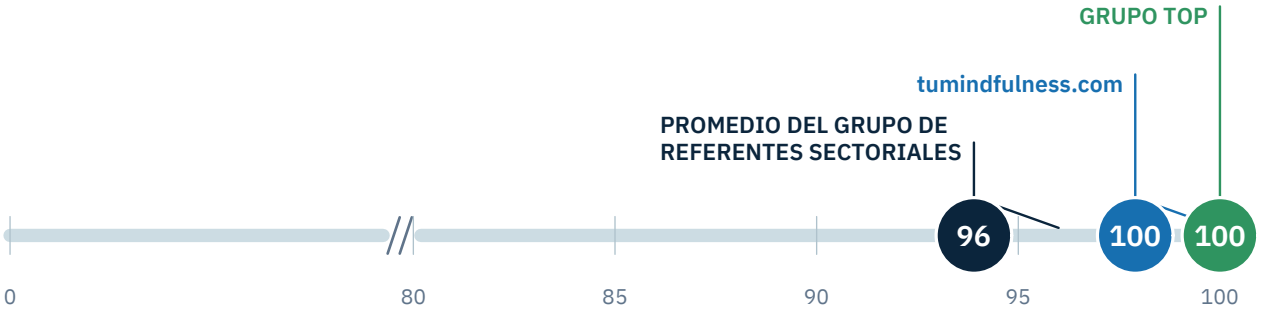
100/100

ASPECTO EVALUADO

Comprueba si personas, buscadores y asistentes de IA pueden llegar al contenido sin obstáculos evitables.

Qué significa ahora

4 fichas de retiros dan error 404 sin redirección: el 23 de septiembre respondían, y hoy quien llega a ellas desde Google o desde un asistente de IA encuentra una página de error.



Tu Mindfulness obtiene 100 puntos: 4 puntos por encima del promedio del grupo de referentes sectoriales (96) y al nivel del grupo top (100). Mismos controles en las 21 webs, medidas el 21 de octubre de 2026 en hasta 15 páginas de cada una (portada y páginas internas).

Problemas detectados

⚠ PROBLEMA DETECTADO DATO

4 de las 85 páginas prioritarias, todas fichas de retiros, devuelven hoy un error 404 sin redirección; el 23 de septiembre respondían con normalidad y ya no figuran en el mapa del sitio.

Quien llega a esas direcciones desde Google, desde un enlace antiguo o desde un asistente de IA que las tenga guardadas encuentra una página de error en lugar del retiro vigente, y la autoridad que esas páginas habían acumulado se pierde.

Hallazgo M1-P1 - Evidencia EV-03 - Actuación M1-A1

Actuaciones vinculadas

M1-A1 Prioridad media Responsable compartida

Redirigir las fichas de retiros retiradas

Problema	4 direcciones de retiros dan error y no llevan a ninguna parte.
Por qué importa	Evita que una visita o una cita en un asistente de IA termine en una página de error y conserva el valor de esas direcciones.
Beneficio esperado	Debería recuperar las visitas que aún llegan a esas direcciones, sin garantía de volumen.
Indicador	Direcciones retiradas que responden con una redirección permanente a una página vigente
Terminado cuando	Las 4 direcciones redirigen con un único salto a una página que responde correctamente.
Comprobación	Repetir el rastreo de las páginas prioritarias y registrar el código y el destino de cada una.
Límite	La redirección no recupera por sí sola posiciones ni menciones perdidas.

Qué no se toca al intervenir: El acceso de los rastreadores de los asistentes de IA, que el alojamiento bloqueaba hasta agosto.

Qué no se ha medido

- Registros del servidor y visitas reales de cada robot: las sondas simulan su perfil.

Límites de esta lectura

- El rastreo cubre las páginas prioritarias elegidas en agosto, no las más de 400 páginas del sitio.

M3

Contenido y respuestas

94/100

ASPECTO EVALUADO

Mide si la información responde a las preguntas reales de quien busca, con contexto y un siguiente paso.

Qué significa ahora

La portada enseña como novedades una entrada sin título y un anuncio caducado, lo primero que ve quien llega por primera vez.



Tu Mindfulness obtiene 94 puntos: 6 puntos por encima del promedio del grupo de referentes sectoriales (88) y 1 punto por encima del grupo top (93). Mismos controles en las 21 webs, medidas el 21 de octubre de 2026 en hasta 15 páginas de cada una (portada y páginas internas).

Problemas detectados

⚠ PROBLEMA DETECTADO — DATO

El bloque de últimas entradas de la portada muestra una entrada sin título, publicada en enero de 2025, y el anuncio de una jornada de puertas abiertas de octubre de 2024.

Es lo primero que ve como novedad quien llega a la página principal: transmite descuido y puede hacer dudar de que las fechas del resto de la web estén al día.

Hallazgo M3-P1 - Evidencia EV-04 - Actuación M3-A1

Actuaciones vinculadas

M3-A1 Prioridad alta Responsable compartida

Limpiar las últimas entradas de la portada

Problema	La portada enseña una entrada sin título y un anuncio caducado.
Por qué importa	La portada es la página que más visitas recibe y la que resumen los buscadores.
Beneficio esperado	Debería mejorar la confianza de quien llega por primera vez, sin efecto medible garantizado.
Indicador	Entradas sin título o caducadas visibles en la portada
Terminado cuando	La portada no muestra ninguna entrada sin título ni anuncios de fechas pasadas.
Comprobación	Capturar de nuevo la portada y revisar el bloque de últimas entradas.
Límite	No resuelve otras fechas antiguas que pueda haber dentro de las páginas.

Qué no se toca al intervenir: El volumen de contenido que responde a las preguntas habituales.

Qué no se ha medido

- Comprensión real de los lectores: no se ha hecho una prueba con personas.

Límites de esta lectura

- Los criterios de contenido son automáticos y aproximan la calidad; no sustituyen una lectura editorial completa.

M2

Presencia en buscadores

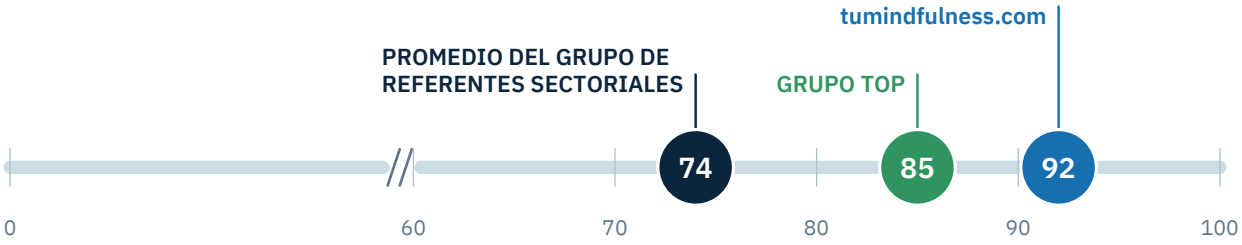
92/100

ASPECTO EVALUADO

Valora si la oferta puede localizarse y distinguirse con señales públicas claras para los buscadores.

Qué significa ahora

El 33 % de las páginas (27 de 81) no tiene descripción para Google, que tiene que improvisar el resumen, y el 19 % tiene más de un título principal visible.



Tu Mindfulness obtiene 92 puntos: 18 puntos por encima del promedio del grupo de referentes sectoriales (74) y 7 puntos por encima del grupo top (85). Mismos controles en las 21 webs, medidas el 21 de octubre de 2026 en hasta 15 páginas de cada una (portada y páginas internas).

Problemas detectados

PROBLEMA DETECTADO

DATO

27 de 81 páginas no tienen descripción para buscadores y 15 tienen más de un título principal (el 23 de septiembre eran 31 y 17 sobre 85 páginas).

Sin descripción, Google redacta su propio resumen y el negocio pierde el control de cómo se presenta en la lista de resultados; con varios títulos principales, la página explica peor de qué trata.

Hallazgo M2-P1 - Evidencia EV-03 - Actuación M2-A1

Actuaciones vinculadas

M2-A1 | Prioridad media | Responsable compartida

Completar descripciones y dejar un solo título principal

Problema	Faltan descripciones y sobran títulos principales en parte de las páginas.
Por qué importa	Es la forma más directa de decidir cómo aparece cada página en Google.
Beneficio esperado	Debería mejorar la proporción de clics sobre las veces que Google muestra el sitio, sin garantía de posiciones.
Indicador	Páginas con descripción propia y con un único título principal
Terminado cuando	Las 81 páginas tienen descripción propia y un único título principal.
Comprobación	Repetir el rastreo y comparar la proporción de clics en Google antes y después.
Límite	La descripción la propone la web, pero Google puede decidir mostrar otra.

Qué no se toca al intervenir: El título de la pestaña del navegador, las fichas de eventos válidas en Google y el mapa del sitio.

Qué no se ha medido

- Posiciones, clics y consultas de este mes: la última lectura autenticada es del 23 de septiembre.

Límites de esta lectura

- Las cifras de Google proceden de una lectura del 23 de septiembre y no se han repetido.

M9

Posicionamiento local

37/100

ASPECTO EVALUADO

Evalúa si el negocio aparece y se identifica bien cuando alguien busca su servicio en su ciudad.

Qué significa ahora

Quien busca un curso presencial no encuentra la ubicación del centro en la portada, y los buscadores y asistentes de IA la tienen que sacar de terceros.



Tu Mindfulness obtiene 37 puntos: 22 puntos por encima del promedio del grupo de referentes sectoriales (15) y 6 puntos por encima del grupo top (30). Mismos controles en las 21 webs, medidas el 21 de octubre de 2026 en hasta 15 páginas de cada una (portada y páginas internas).

Problemas detectados

⚠ PROBLEMA DETECTADO DATO

La dirección del centro figura en la política de privacidad, pero la portada no la muestra ni la declara en sus datos estructurados.

Para quien busca un curso presencial, la ubicación es decisiva y no la encuentra en la página principal; los buscadores y los asistentes de IA la tienen que sacar de terceros, como el perfil de Google o los directorios.

Hallazgo M9-P1 - Evidencia EV-04, EV-11 - Actuación M9-A1

Actuaciones vinculadas

M9-A1 | Prioridad baja | Responsable compartida

Declarar el centro y su zona en la portada

Problema	La ubicación del centro no aparece en la página principal.
Por qué importa	Une la reputación local con la web y da a buscadores y asistentes de IA un dato de ubicación propio.
Beneficio esperado	Debería mejorar la identificación local del negocio, sin garantizar posiciones ni recomendaciones.
Indicador	La portada muestra y declara la misma dirección que el perfil de Google
Terminado cuando	La portada muestra la zona del centro y la declara en sus datos estructurados, con la misma dirección que el perfil de Google.
Comprobación	Revisar la portada y repetir las preguntas sobre Sevilla en Gemini (IA de Google) con el mismo método.
Límite	Las respuestas locales de los asistentes de IA dependen también de directorios y reseñas que la web no controla.

Qué no se toca al intervenir: Las 735 reseñas de Google y la presencia en Gemini en las preguntas sobre Sevilla.

Qué no se ha medido

- Valoración media y respuestas a reseñas en el perfil de Google: no se han leído en el propio perfil.

Límites de esta lectura

- La activación del aspecto local se basa en la oferta presencial, el perfil de Google con reseñas y las búsquedas por ciudad.

M8

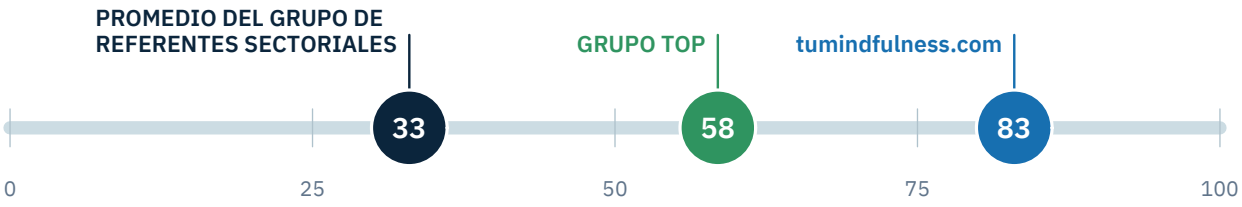
Confianza y cumplimiento observable 83/100

ASPECTO EVALUADO

Revisa las señales públicas de identidad, transparencia, privacidad y reputación que se pueden comprobar desde fuera.

Qué significa ahora

La portada aporta menos pruebas citables que la competencia: en ese criterio obtiene 2 de 4 frente a un promedio del grupo de referentes sectoriales de 4 en las portadas.



Tu Mindfulness obtiene 83 puntos: 50 puntos por encima del promedio del grupo de referentes sectoriales (33) y 24 puntos por encima del grupo top (58). Mismos controles en las 21 webs, medidas el 21 de octubre de 2026 en hasta 15 páginas de cada una (portada y páginas internas).

No se han registrado hallazgos materiales en este aspecto con la cobertura disponible.

Qué no se toca al intervenir: Las reseñas verificables, el titular identificado y unas cookies que respetan la decisión del visitante.

Qué no se ha medido

- Revisión jurídica de los textos legales y de los contratos con terceros.

- Comportamiento de cada herramienta de terceros después de aceptar.

Límites de esta lectura

- En pruebas citables la portada obtiene 2 de 4 frente a un promedio del grupo de referentes sectoriales de 4 en la comparación de portadas: se recoge en la preparación para IA, donde está su actuación.

Hoja de ruta y comprobación

Este informe es la T0: la foto de partida. Las actuaciones del primer bloque se hacen primero, entre la T0 y la T1, y la T1 comprueba a los 7 días de publicar la primera tanda de correcciones que están hechas y funcionan. Las de los bloques siguientes se hacen después y se comprueban con la misma medición que este informe: en la T2, a los 30 días del Día 1, y en la T3, a los 90 días del Día 1 (el Día 1 es el día en que tenemos todos los accesos y datos que necesita la primera tanda; a partir de él cuentan los plazos).

Entre la T0 y la T1 · se hace primero y se comprueba en la T1, a los 7 días de publicar la primera tanda de correcciones

M1-A1 Redirigir las fichas de retiros retiradas

M3-A1 Limpiar las últimas entradas de la portada

Entre la T1 y la T2 · se comprueba en la T2, a los 30 días del Día 1

M2-A1 Completar descripciones y dejar un solo título principal

M4-A1 Declarar en la portada quién es el negocio

M4-A2 Hacer visible la oferta en línea

M5-A1 Definir una conversión verificable

M7-A1 Corregir las páginas que se salen de la pantalla del móvil

M9-A1 Declarar el centro y su zona en la portada

Entre la T2 y la T3 · se comprueba en la T3, a los 90 días del Día 1

M4-A3 Medir de nuevo en varios asistentes de IA

Condiciones de ejecución

01	Cada cambio se hace con copia previa y se comprueba desde fuera el mismo día.
02	Los textos, datos del negocio y direcciones que se publiquen los valida el titular antes de subirlos.
03	Las mediciones de seguimiento repiten las mismas páginas, preguntas y perfiles que esta.

Propuesta y siguiente decisión

Propuesta	**Aplicar en la primera semana la limpieza de la portada y las redirecciones; en el primer mes, la identidad del negocio, la oferta en línea, las descripciones, la ubicación y la medición de reservas; y repetir la medición en asistentes de IA en la T3.**
Siguiente decisión	**Aprobar la secuencia, confirmar los datos del negocio que se van a declarar y dar acceso al gestor de contenidos y a la analítica.**

El informe describe el estado observado y las condiciones de comprobación. No garantiza posiciones, menciones, contactos, ventas ni causalidad futura.

Propuesta económica

Este diagnóstico T0 es gratuito y sin compromiso. Si decide corregir lo que muestra, puede elegir uno de estos tres planes. Cada plan se mide en áreas: un área es uno de los aspectos de este informe, con su mismo nombre y su misma nota. Las áreas las elige usted: una en el plan Esencial, tres en el Seguimiento UDITAI y todas en el Integral. Los dos primeros tienen un alcance cerrado; el tercero se presupuesta antes de empezar.

ESENCIAL

150 €

Para corregir el área que usted elija.

- ✓ Reunión breve de validación y recepción de los accesos imprescindibles.
- ✓ Un área de este informe, la que usted elija, con las intervenciones que esa área necesite dentro de un alcance acordado por escrito.
- ✓ Copia recuperable o registro previo cuando la plataforma lo permita.
- ✓ Comprobación T1 de lo ejecutado, con la nota del área antes y después, y resumen de cambios y resultados técnicos observados.

Entrega: Comprobación T1 a los 7 días de publicar la primera tanda de correcciones.

RECOMENDADO

SEGUIMIENTO UDITAI

200 €

Para corregir las tres áreas que usted elija y comprobar después que la mejora se mantiene.

- ✓ Todo lo del plan Esencial, aplicado a tres áreas de este informe, las que usted elija.
- ✓ Los tres controles: T1 a los 7 días de publicar la primera tanda de correcciones, y T2 y T3 en las fechas de la hoja de ruta (la T3, a 90 días).
- ✓ Repetición de los indicadores comparables afectados por las intervenciones.
- ✓ Comprobación de indexación, rastreo y señales de visibilidad en buscadores y asistentes de IA cuando puedan observarse.
- ✓ Informe final breve de evolución T0, T1, T2 y T3.

Entrega: Informe comparativo T0, T1, T2 y T3.

INTEGRAL

Desde 600 €

Para corregir todas las áreas, y lo que no cabe en un paquete cerrado.

- ✓ Todas las áreas de este informe, sin tener que elegir, con los tres controles T1, T2 y T3.
- ✓ Arquitectura amplia de contenidos o direcciones.
- ✓ Redacción u optimización de páginas nuevas o en número elevado, de servicio o captación.
- ✓ Configuración analítica avanzada y paneles, datos estructurados o integraciones complejas.
- ✓ Coordinación con hosting, desarrolladores o plataformas externas.

Entrega: Alcance, calendario y precio confirmados por escrito antes de empezar.

Los planes de 150 y 200 € no incluyen más áreas que las indicadas, ni rediseño integral, desarrollo a medida, migraciones, redacción masiva, licencias, campañas, honorarios jurídicos ni trabajos cobrados por terceros. Lo que no quepa en el plan elegido se presupuesta antes de hacerse.

Cómo se contrata

- Antes de empezar se entrega una ficha de alcance de una página: áreas elegidas por usted, actuaciones, páginas afectadas, accesos, exclusiones y cómo se comprobará cada cambio en la T1. El precio de Integral depende del número de áreas, de la complejidad y de los accesos.

- El plazo empieza cuando se reciben los accesos y validaciones necesarios (gestor web, hosting o dominio, analítica y demás servicios afectados).

- Si la propuesta se acepta más de 90 días después de este diagnóstico, antes de empezar se repite el T0, sin coste, para partir de la situación real de ese momento.

- Las posiciones, el tráfico, las menciones en asistentes de IA y las ventas se observan y se miden, pero no se garantizan.

Importes sin impuestos: se añadirán los legalmente aplicables. Propuesta válida durante 30 días.