postmetry

A

Qué contiene la newsletter de

Audemars Piguet

Remitente	emailings@email.audemarspiguet.com
Plataforma de envío	Salesforce Marketing Cloud
Sector	Lujo
Envíos leídos	1 campaña, 2 transaccionales
Periodo	Noviembre de 2026

Nuestra dirección recibió su primer envío en noviembre de 2026, después de la publicación de la recomendación de la CNIL (14 de abril de 2026).

Nota global

A | **B** 84/100 | C | D | E | F

La constatación principal

Está presente un píxel de seguimiento de apertura en 1 campaña.

Es el primero de 4 puntos a corregir. La nota más alta es entregabilidad (100/100), la más baja conformidad (70/100), mejor que el 96 % de las 640 marcas medidas.

Marketing
1 campaña

Noviembre de 2026 · calculado el 22 noviembre

Conformidad

70 /100



mejor que el 96 % de las 640 marcas medidas

Entregabilidad

100 /100



mejor que el 43 % de las 640 marcas medidas

Técnico

76 /100



mejor que el 48 % de las 640 marcas medidas

Experiencia

90 /100



mejor que el 97 % de las 640 marcas medidas

4 puntos por corregir

Cada línea lleva al criterio en su familia, con el extracto que lo establece y la forma de corregirlo.

Prioritario

Está presente un píxel de seguimiento de apertura

Criterio «Ningún píxel de seguimiento de apertura» · Conformidad · en 1 campaña

−30 pts
de 30 en Conformidad

```
<img src="https://image.email.audemarspiguet.com/lib/***/m/***/***" alt="Montre…
```

Salesforce Marketing Cloud: el seguimiento está activo por defecto en los envíos de Email Studio y se configura a nivel de la «send definition».

Prioritario

Tablas de maquetación anidadas más allá del umbral

Criterio «Plantilla poco anidada» · Técnico · medido en 1 campaña

−20 pts
de 20 en Técnico

Aplane la plantilla: un bloque de contenido por tabla, colocado directamente en la columna principal, sin tabla envolvente alrededor de cada sección.

Por revisar

Algunas zonas pulsables son demasiado pequeñas para el dedo

Criterio «Zonas pulsables suficientemente grandes» · Experiencia · en 1 campaña

−10 pts
de 10 en Experiencia

Los enlaces y botones miden al menos 24 px de alto, con espacio entre dos enlaces vecinos; un botón en HTML (celda de tabla con fondo y relleno) alcanza ese tamaño sin imagen.

Secundario

Tablas de maquetación anunciadas como tablas de datos

Criterio «El mensaje sigue siendo legible con una ayuda técnica» · Experiencia · medido en 1 campaña

−5 pts
de 20 en Experiencia

20 criterios cumplidos, entre ellos « El destinatario conserva el control del seguimiento » y « Firma DKIM validada ». Se enumeran en su familia, más abajo.

Cada envío, a su hora de llegada

Un punto por mensaje recibido en nuestra suscripción desde noviembre. Toque un punto para abrirlo; las flechas pasan de un envío a otro.

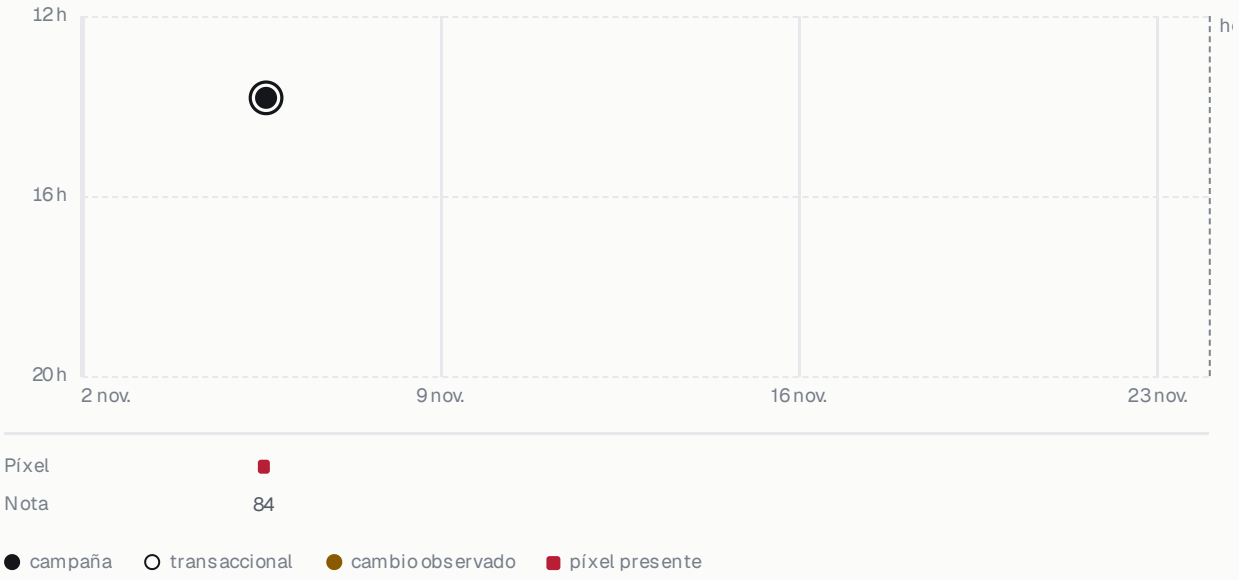
Lectura técnica del envío del 5 de noviembre de 2026 →

1
campaña en 1 semana
aproximadamente una por semana, en noviembre

Sin día fijo
día de envío
el jueves en cabeza, 1 de las 1 campañas

13 h – 14 h
franja de llegada
1 de las 1 campañas

5 nov.
último envío recibido
« L'art du temps, avec la Code 11.59 by Audemars Piguet »



Campaña 1 de 1

jueves 5 nov., 13:49

L'art du temps, avec la Code 11.59 by Audemars Piguet

Tipo Campaña de marketing

Nota 84 / 100

Píxel Presente, detectado por su tamaño

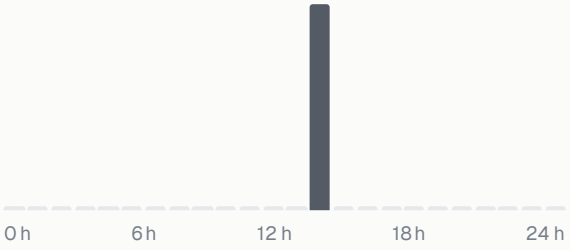
El día de envío

Toque una barra para encontrar sus envíos en la línea de tiempo.



La hora de llegada

Hora a hora, sobre la campaña recibida.



Ningún cambio observado desde noviembre

Cada campaña se compara con la anterior, criterio por criterio.

Detalle de los criterios

Los 24 criterios + 1 bonus

20 cumplidos · **1** cumplidos en parte · **3** no cumplidos · **0** no observables

Conformidad

70
sobre 100

Estas verificaciones tratan de lo que el envío impone al destinatario y de lo que le deja: medición de su comportamiento, medios para darse de baja, rastreo de su oposición.

Píxeles de seguimiento: la norma de la CNIL Método, familia Conformidad

mejor que el 96 % de las 640 marcas medidas

El cálculo · 70 pts sobre 100 — 5 cumplidos · 1 no cumplido



Peso de cada criterio en la nota.

Ningún píxel de seguimiento de apertura — No cumplido — 0/30 pts

Píxel de seguimiento de apertura detectado en la única campaña afectada

0 puntos de 30 — cumplido en 0 de 1 campaña afectada.

Una imagen invisible indica a la plataforma de envío que el mensaje se ha abierto, en qué momento y desde qué dispositivo: es un seguimiento individualizado del comportamiento de lectura, y el destinatario no ve nada de ello. El mensaje no dice si ha dado su consentimiento o se ha opuesto — esa elección vive en la plataforma de envío, no en el envío.

Servido desde `audemarspiguet.com`.

El extracto que lo establece

```
<img src="https://image.email.audemarspiguet.com/lib/***/m/**
*/***" alt="Montre Code 11.59 by Audemars Piguet, dotée d'un
cadran en obsidienne, d'une boîte en or et d'un bracelet en c
uir brun, sur fond bleu." width="0" height="0" class="mobimg"
border="0" style="width:0px;overflow:hidden;float:left;displa
y:none;line-height:0px;margin-top:0;marg…
```

Cómo corregir

Salesforce Marketing Cloud: el seguimiento está activo por defecto en los envíos de Email Studio y se configura a nivel de la «send definition». Un envío por API puede llevar un ajuste distinto del de la interfaz.

Específico de salesforce-mc — aún no reabierto en la herramienta

Cumplido cuando no hay ningún píxel de seguimiento presente. Un solo píxel basta para que el criterio falle en un envío.

CNIL 14/04/2026 · LIL art.82 · PM-PRIV-001 · La regla de detección

Darse de baja es posible y está anunciado — Cumplido — 15 pts

Darse de baja está anunciado, tanto en la cabecera como en el cuerpo en una única campaña

15 puntos de 15 — proporción de observaciones cumplidas sobre 1 campaña.

Cumplido cuando el mensaje anuncia la baja en sus encabezados, mediante una página y no un correo que redactar, y en su cuerpo. El detalle indica cuál de las dos falta. No aplicable a un correo transaccional.

Lo que se ha medido — 2 cumplidas de 2

- Baja anunciada en el encabezado, mediante una página en una única campaña — Cumplido

- Enlace de baja en el cuerpo en una única campaña Cumplido

RFC 2369 · PM-PRIV-002

RFC 2369 — The Use of URLs as Meta-Syntax for Core Mail List Commands (https://www.rfc-editor.org/rfc/rfc2369)

El destinatario conserva el control del seguimiento Cumplido 20 pts

El destinatario conserva el control del seguimiento en una única campaña

20 puntos de 20 — proporción de observaciones cumplidas sobre 1 campaña.

Dos medidas: ¿pasa el enlace de baja por un rastreador, y lleva un camino distinto a un centro de preferencias o al rechazo del seguimiento? Ninguna de las dos establece que un rechazo llegue a buen término — comprobarlo exigiría seguir el enlace, lo que registraría un clic en la plataforma de envío. Describen el control que se deja al destinatario, no el resultado que obtendría.

Lo que se ha medido — 2 cumplidas de 2

- Enlace de baja sin rastrear en una única campaña Cumplido
- Un camino distinto lleva a un centro de preferencias o al rechazo del seguimiento en una única campaña Cumplido

CNIL 14/04/2026·Postmetry · PM-PRIV-003

El mensaje dice quién escribe y con arreglo a qué reglas Cumplido 15 pts

El mensaje dice quién escribe y con arreglo a qué reglas en una única campaña

15 puntos de 15 — proporción de observaciones cumplidas sobre 1 campaña.

Un envío comercial debe permitir identificar al anunciante (CPCE, artículo L. 34-5), y al destinatario saber quién trata sus datos. Este indicador agrupa lo que un mensaje puede mostrar de ello.

Lo que se ha medido — 3 cumplidas de 3

- El mensaje nombra a su remitente en una única campaña Cumplido
- Es posible responder al mensaje en una única campaña Cumplido
- Un enlace lleva a la política de privacidad en una única campaña Cumplido

CPCE L. 34-5 ·directive 2000/31 art. 6·CAN-SPAM · PM-PRIV-004

Un camino sin rastrear lleva al sitio Cumplido 10 pts

Un camino sin rastrear lleva al sitio en una única campaña

10 puntos de 10 — cumplido en 1 de 1 campaña afectada.

Cumplido cuando al menos un enlace del mensaje lleva al sitio de la marca sin pasar por un contador de clics.

Postmetry · PM-PRIV-005

Ningún identificador del destinatario en el mensaje Cumplido 10 pts

Ningún identificador del destinatario en el mensaje en una única campaña

10 puntos de 10 — cumplido en 1 de 1 campaña afectada.

Cumplido cuando la dirección del destinatario no aparece — ni en claro, ni codificada, ni con hash — en ninguna URL ni en ningún encabezado propietario. Los encabezados de direccionamiento no cuentan: la llevan por construcción.

Postmetry·RGPD art. 4 en repère · PM-PRIV-020

Entregabilidad

100
sobre 100

Estas verificaciones leen el veredicto de autenticación emitido por nuestro servidor en el momento en que llegó el mensaje. Este veredicto está fechado por construcción: nunca lo recalculamos, ya que eso consultaría el DNS de hoy y no el del día del envío.

Requisitos de Gmail para remitentes ↗ (https://support.google.com/a/answer/81126)
Requisitos de Yahoo ↗ (https://senders.yahooinc.com/best-practices/) Método, familia Entregabilidad
mejor que el 43 % de las 640 marcas medidas

El cálculo · 85 pts de 85, llevados a 100 — 6 cumplidos



Peso de cada criterio en la nota.

Firma DKIM validada — Cumplido — 20 pts

Firma DKIM válida en una única campaña

20 puntos de 20 — cumplido en 1 de 1 campaña afectada.

Cumplido cuando nuestro servidor de recepción ha validado la firma DKIM del envío.

RFC 6376·RFC 8601 · PM-DELIV-001
RFC 6376 — DomainKeys Identified Mail (DKIM) Signatures (https://www.rfc-editor.org/rfc/rfc6376)
RFC 8601 — Message Header Field for Indicating Message Authentication Status (https://www.rfc-editor.org/rfc/rfc8601)

Alineación DMARC validada — Cumplido — 20 pts

Alineación DMARC verificada en una única campaña

20 puntos de 20 — cumplido en 1 de 1 campaña afectada.

Cumplido cuando el dominio que aparece en el remitente se corresponde con el que autenticó el mensaje.

RFC 9989 · PM-DELIV-002
RFC 9989 — Domain-Based Message Authentication, Reporting, and Conformance (DMARC) (https://www.rfc-editor.org/rfc/rfc9989)

Política DMARC que contribuye a descartar ciertas suplantaciones — Cumplido — 15 pts

Política DMARC activa en una única campaña

15 puntos de 15 — cumplido en 1 de 1 campaña afectada.

Cumplido cuando la política publicada es «reject» o «quarantine». Una política «none» no espera nada de los clientes de correo: está publicada sin efecto sobre los mensajes que suplantan el dominio.

RFC 9989 §4.7 · PM-DELIV-003 · RFC 9989 — sección 4.7, etiqueta «p» (https://www.rfc-editor.org/rfc/rfc9989#section-4.7)

Ningún fallo SPF — Cumplido — 10 pts

Ningún fallo SPF en una única campaña

10 puntos de 10 — cumplido en 1 de 1 campaña afectada.

Cumplido cuando SPF no falla. Un SPF «none» acompañado de un DKIM y un DMARC válidos es una configuración habitual y legítima: no se penaliza.

RFC7208 · PM-DELIV-004

RFC7208 — Sender Policy Framework (SPF) for Authorizing Use of Domains in Email (https://www.rfc-editor.org/rfc/rfc7208)

Baja en un clic, en el sentido de la RFC 8058

Cumplido

15 pts

Baja en un clic en el sentido de la RFC 8058 en una única campaña

15 puntos de 15 — proporción de observaciones cumplidas sobre 1 campaña.

Cumplido cuando el encabezado «List-Unsubscribe» lleva una dirección https y «List-Unsubscribe-Post» vale exactamente «List-Unsubscribe=One-Click». Es lo que Gmail y Yahoo exigen a los remitentes masivos: el botón del buzón actúa entonces sin abrir ninguna página. No aplicable a un correo transaccional.

Lo que se ha medido — 2 cumplidas de 2

- El encabezado de baja lleva una dirección https en una única campaña — Cumplido
- Baja con un clic anunciada en una única campaña — Cumplido

RFC8058·Gmail et Yahoo · PM-DELIV-005

Una firma DKIM que cubre lo esencial

Cumplido

5 pts

La firma DKIM cubre lo esencial del mensaje en una única campaña

5 puntos de 5 — proporción de observaciones cumplidas sobre 1 campaña.

Lo que cubre la firma, no solo que sea válida: un algoritmo admitido por la RFC 8301, el cuerpo firmado por completo, los encabezados From, Subject, Date y List-Unsubscribe firmados, una firma no caducada en la recepción. No aplicable sin firma DKIM.

Lo que se ha medido — 3 cumplidas de 3

- Algoritmo de firma admitido en una única campaña — Cumplido
- Cuerpo firmado por completo en una única campaña — Cumplido
- Encabezados esenciales firmados en una única campaña — Cumplido
- Firma válida en la recepción — No aplicable

RFC6376·RFC8301 · PM-DELIV-006

76

sobre 100

Técnico

Estas verificaciones tratan de lo que los clientes de correo hacen realmente con el mensaje: truncamiento, bloques de estilo eliminados, recursos nunca cargados. Cada umbral indica de dónde viene: el comportamiento documentado de un cliente de correo, una especificación o nuestro propio método.

Compatibilidad por cliente (caniemail) ↗ (https://www.caniemail.com/) Método, familia Técnica

mejor que el 48 % de las 640 marcas medidas

El cálculo · 65 pts de 85, llevados a 100

5 cumplidos · 1 no cumplido



Peso de cada criterio en la nota.

HTML por debajo del umbral de truncamiento de Gmail — Cumplido — 25 pts

HTML por debajo del umbral de truncamiento de Gmail en una única campaña

25 puntos de 25 — cumplido en 1 de 1 campaña afectada.

Cumplido cuando la parte HTML se mantiene por debajo de 102 KB. Más allá, Gmail corta el final del mensaje — y el final es la baja y las menciones.

Gmail · PM-TECH-001

Plantilla poco anidada — No cumplido — 0/20 pts

Tablas de maquetación anidadas más allá del umbral en la única campaña afectada (0 de 1 medidas cumplidas)

0 puntos de 20 — proporción de observaciones cumplidas sobre 1 campaña.

Cómo corregir

Aplane la plantilla: un bloque de contenido por tabla, colocado directamente en la columna principal, sin tabla envolvente alrededor de cada sección.

En un editor por bloques, el anidamiento suele venir de una sección colocada dentro de otra, o de una columna dentro de una columna. Se corrige una vez, en la plantilla, no campaña por campaña.

La lectura técnica del envío da el anidamiento medido y su umbral: es ella la que indica cuándo la corrección ha surtido efecto.

Cumplido cuando las tablas de maquetación no se anidan en más de 6 niveles. Más allá, el motor de Word que comparten los Outlook de escritorio y los clientes divergentes muestran la plantilla cada uno a su manera.

Lo que se ha medido — 0 cumplidas de 1

- Tablas de maquetación anidadas más allá del umbral en la única campaña afectada — No cumplido

Postmetry · PM-TECH-002

HTML bien formado — Cumplido — 15 pts

HTML bien formado en una única campaña

15 puntos de 15 — proporción de observaciones cumplidas sobre 1 campaña.

Un doctype, un juego de caracteres declarado en el documento, etiquetas equilibradas e identificadores únicos. Cada cliente repara a su manera un marcado incompleto, y eso es lo que hace imprevisible la visualización. Los cierres que el HTML hace opcionales no cuentan.

Lo que se ha medido — 4 cumplidas de 4

- Doctype declarado en una única campaña — Cumplido
- Juego de caracteres declarado en el HTML en una única campaña — Cumplido
- Etiquetas equilibradas en una única campaña — Cumplido
- Identificadores únicos en una única campaña — Cumplido

WHATWG · PM-TECH-030

Cada enlace lleva a algún sitio — Cumplido — 10 pts

Cada enlace lleva a algún sitio en una única campaña

10 puntos de 10 — cumplido en 1 de 1 campaña afectada.

Cumplido cuando ningún enlace está vacío, reducido a «#» o escrito como «javascript:». Un enlace así no lleva a ninguna parte, y la mayoría de los clientes lo neutralizan. No aplicable si el mensaje no contiene ningún enlace.

Postmetry · PM-TECH-031

Ninguna hoja de estilo remota

Cumplido

10 pts

Ninguna hoja de estilo remota en una única campaña

10 puntos de 10 — cumplido en 1 de 1 campaña afectada.

Cumplido cuando el mensaje no llama a ninguna hoja de estilo externa, ni por «link» ni por «@import». Varios clientes no las cargan nunca. Una hoja de fuentes no cuenta: sin ella, el texto usa la fuente de reserva.

caniemail · PM-TECH-020

<link> en un correo electrónico — compatibilidad por cliente (https://www.caniemail.com/features/html-link/)

El mensaje respeta la forma de un correo

Cumplido

5 pts

El mensaje respeta la forma de un correo en una única campaña

5 puntos de 5 — proporción de observaciones cumplidas sobre 1 campaña.

Líneas de 998 bytes como máximo, Message-ID y Date legibles, juego de caracteres anunciado en cada parte de texto, codificación de transferencia coherente con el contenido (RFC 5322, RFC 2045). La mayoría de los servidores toleran estas desviaciones, cada uno a su manera.

Lo que se ha medido — 5 cumplidas de 5

- Líneas de 998 bytes como máximo en una única campaña — Cumplido
- Message-ID bien formado en una única campaña — Cumplido
- Fecha legible en una única campaña — Cumplido
- Juego de caracteres anunciado en cada parte de texto en una única campaña — Cumplido
- Codificación de transferencia coherente en una única campaña — Cumplido

RFC 5322 · RFC 2045 · PM-TECH-010



Experiencia

Cuatro preguntas sobre lo que ocurre con el mensaje una vez recibido: ¿sigue siendo comprensible, puede el destinatario seguir actuando, puede un cliente restituirlo, una pantalla mostrarlo? La detección automática solo cubre lo que se declara en el mensaje.

WCAG 2.2 ↗ (https://www.w3.org/TR/WCAG22/) Método, familia Experiencia

mejor que el 97 % de las 640 marcas medidas

El cálculo · 90 pts sobre 100

4 cumplidos · 1 cumplido en parte · 1 no cumplido · 1 bonus



Peso de cada criterio en la nota.

El mensaje se entiende sin sus imágenes, desde la bandeja de entrada

Cumplido — 25 pts

El mensaje se lee sin sus imágenes y se anuncia en la bandeja de entrada en una única campaña

25 puntos de 25 — proporción de observaciones cumplidas sobre 1 campaña.

Cumplido cuando el mensaje conserva al menos 200 caracteres legibles con las imágenes bloqueadas, y un preencabezado de 40 a 130 caracteres lo anuncia en la lista de mensajes. Sin preencabezado, el buzón muestra en su lugar el primer texto del cuerpo — a menudo «Ver en el navegador».

Lo que se ha medido — 2 cumplidas de 2

- Al menos 200 caracteres siguen siendo legibles con las imágenes bloqueadas en una única campaña — Cumplido
- Preencabezado de 40 a 130 caracteres en una única campaña — Cumplido

Postmetry · PM-EXP-001

El mensaje sigue siendo reproducible fuera del HTML

Cumplido — 15 pts

Una versión de texto reproduce el mensaje en una única campaña

15 puntos de 15 — proporción de observaciones cumplidas sobre 1 campaña.

Cumplido cuando una versión de texto acompaña al envío y recoge lo esencial: al menos el 60 % de su texto y el 80 % de sus enlaces. Un cliente que no muestra el HTML recurre a ella; reducida a «vea la versión web», no reproduce nada.

Lo que se ha medido — 3 cumplidas de 3

- Una versión de solo texto acompaña al mensaje en una única campaña — Cumplido
- La versión de texto recoge al menos el 60 % del texto en una única campaña — Cumplido
- La versión de texto recoge al menos el 80 % de los enlaces en una única campaña — Cumplido

Postmetry · PM-EXP-002

Todos los enlaces siguen visibles con las imágenes bloqueadas

Cumplido — 15 pts

Todos los enlaces siguen visibles con las imágenes bloqueadas en una única campaña

15 puntos de 15 — cumplido en 1 de 1 campaña afectada.

Cumplido cuando ningún enlace depende de una sola imagen sin texto alternativo: un enlace así no deja nada en pantalla. No aplicable si el mensaje no contiene ningún enlace.

Postmetry · PM-EXP-003

Zonas pulsables suficientemente grandes

No cumplido — 0/10 pts

Zonas pulsables por debajo del tamaño fijado en la única campaña afectada

0 puntos de 10 — cumplido en 0 de 1 campaña afectada.

Cómo corregir

Los enlaces y botones miden al menos 24 px de alto, con espacio entre dos enlaces vecinos; un botón en HTML (celda de tabla con fondo y relleno) alcanza ese tamaño sin imagen. Los enlaces pequeños del pie se separan con un salto de línea en lugar de con un |.

En el móvil, una zona más pequeña que el dedo hace fallar o pulsar al lado; 24 px es el mínimo de las WCAG 2.2 nivel AA.

Cumplido cuando ninguna zona pulsable dimensionada queda por debajo de 24 px de lado (WCAG 2.2, criterio 2.5.8). Solo se miden las zonas con una dimensión declarada; las excepciones del criterio —objetivo dentro de una línea de texto, espaciado suficiente— no se miden. No aplicable si el mensaje no declara ninguna dimensión.

WCAG 2.2 — 2.5.8 · PM-EXP-004

WCAG 2.2 — Target Size (Minimum), criterio 2.5.8, nivel AA (https://www.w3.org/TR/WCAG22/#target-size-minimum)

El mensaje sigue siendo legible con una ayuda técnica

Cumplido en parte

15/20 pts

Tablas de maquetación anunciadas como tablas de datos en la única campaña afectada (3 de 4 medidas cumplidas)

15 puntos de 20 — proporción de observaciones cumplidas sobre 1 campaña.

Cómo corregir

Cuatro correcciones, todas en la plantilla: declarar el idioma del mensaje en la etiqueta `<html>` (`lang="es"` para un envío en español), describir cada imagen de contenido en su atributo `alt`, marcar las tablas de maquetación con `role="presentation"` y escribir enlaces que digan adónde llevan en lugar de «haga clic aquí».

El detalle del criterio indica cuáles faltan en sus envíos; las demás ya se cumplen.

Una imagen decorativa — filete, espaciador — conserva un `alt=""` vacío: es lo que la hace callar, no un olvido.

Idioma declarado, imágenes de contenido descritas, tablas de maquetación señaladas como tales, textos de enlace que dicen adónde llevan: lo que un lector de pantalla necesita para reproducir el mensaje. El detalle indica qué medida falta.

Lo que se ha medido — 3 cumplidas de 4

- Idioma del mensaje declarado en una única campaña — Cumplido
- Cada imagen de contenido está descrita en una única campaña — Cumplido
- Tablas de maquetación anunciadas como tablas de datos en la única campaña afectada — No cumplido
- Cada enlace dice adónde lleva en una única campaña — Cumplido

WCAG 2.2 · RGAA · PM-EXP-005

HTML Standard — The lang and xml:lang attributes (https://html.spec.whatwg.org/multipage/dom.html#the-lang-and-xml:lang-attributes)

HTML Standard — Requirements for providing text to act as an alternative for images (https://html.spec.whatwg.org/multipage/images.html#alt)

El mensaje declara su adaptación a las pantallas

Cumplido

15 pts

El mensaje declara su adaptación a las pantallas en una única campaña

15 puntos de 15 — proporción de observaciones cumplidas sobre 1 campaña.

Cumplido cuando el mensaje declara su área de visualización y su adaptación al ancho de pantalla. Sin ellas, se muestra en el teléfono a su anchura original, y se lee haciendo zoom y desplazándose de lado.

Lo que se ha medido — 2 cumplidas de 2

- Área de visualización declarada en una única campaña — Cumplido
- Adaptación al ancho de pantalla declarada en una única campaña — Cumplido

W3C · PM-EXP-026 · CSS Device Adaptation — la etiqueta viewport (https://www.w3.org/TR/css-device-adapt-1/)

Media Queries Level 4 (https://www.w3.org/TR/mediaqueries-4/)

Tema oscuro declarado

Punto de bonificación conseguido

+5 pts

El mensaje declara su adaptación al tema oscuro en una única campaña

5 puntos de 5 — cumplido en 1 de 1 campaña afectada.

Conseguido cuando el mensaje declara `color-scheme` o una regla `prefers-color-scheme`. Ninguna norma lo exige — los clientes que fuerzan el tema oscuro invierten ellos mismos los colores —, pero declararlo deja el control a la plantilla en lugar de al cliente de correo.

caniemail · PM-EXP-027

¿Esta dirección envía realmente los emails de Audemars Piguet?

DKIM d=email.audemarspiguet.com · SPF pasa · DKIM pasa · DMARC pasa · 1 campaña

En 1 campaña de Audemars Piguet recibida en nuestras direcciones, en noviembre de 2026:

Campo De (From)	`emailings@email.audemarspiguet.com` · 1 de 1
Dominio firmante DKIM (d=)	`email.audemarspiguet.com` · 1 de 1 `s50.y.mc.salesforce.com` · 1 de 1
Veredicto en la recepción	**SPF** pasa · 1 de 1 **DKIM** pasa · 1 de 1 **DMARC** pasa · 1 de 1

El veredicto es el que el servidor de recepción escribió en la cabecera Authentication-Results al llegar el mensaje: se lee, nunca se recalcula.

Estas constataciones describen los envíos recibidos en nuestras direcciones. No dicen nada de un mensaje recibido en otro lugar: el campo De se escribe libremente, y solo las cabeceras del mensaje recibido indican por dónde ha pasado.

Comparativa sectorial

Lujo — 93 marcas de las que se ha analizado al menos una campaña. Los porcentajes siguientes se calculan sobre ellas, nunca sobre el catálogo.



Notas de lectura

Cómo leer esta página

01 **Un criterio no observable o no aplicable sale del cálculo.** Sigue en la lista, nunca se cuenta como cero: su peso sale del denominador en lugar de pesar como un fallo.

02 Cada línea describe una **constatación observable**, con el fragmento que la sustenta. No se incluye ninguna calificación jurídica.

03 Las medidas provienen de **analizadores deterministas**: el mismo mensaje da siempre el mismo resultado, y una constatación discutida se rehace de forma idéntica a partir del archivo.

04 Toda proporción se publica **sobre una base observada**, y la nombra: «26 de las 30 marcas analizadas». Una marca de la que no se ha recibido ningún envío no entra en ningún denominador.

05 La **entregabilidad es prestada**: su veredicto proviene del servidor que recibió el mensaje. Todas las demás familias salen de nuestros analizadores.

¿Le dice algo este análisis?

Recorrámoslo juntos, en 20 minutos.

Repasamos con usted los 4 puntos, la prueba de cada uno y el orden en que corregirlos. Por videollamada, sin compromiso.

Recibir los cambios de Audemars Piguet

Un email cuando un criterio cambia de estado, nada más.

¿Trabaja en Audemars Piguet?

Reclamar la marca: transaccionales, alertas, prueba fechada.

La versión Pro

Elegir una franja : https://cal.com/noam-

Historial completo, antes y después, alertas.

Este informe también puede consultarse en línea, con la vista previa de cada envío:
https://postmetry.com/es/marque/audemars-piguet/