postmetry

B

Qué contiene la newsletter de

Bimba y Lola

Remitente	no-reply@bimbaylola.com
Plataforma de envío	Mandrill
Sector	Moda y retail
Envíos leídos	11 campañas, 1 transaccional
Periodo	Octubre de 2026

Nuestra dirección se suscribió en agosto de 2026, después de la publicación de la recomendación de la CNIL (14 de abril de 2026).

Nota global

A B C D **E** 56/100 F

La constatación principal

Está presente un píxel de seguimiento de apertura en 1 mensaje transaccional.

Es el primero de 9 puntos a corregir. La nota más alta es técnico (96/100), la más baja conformidad (17/100), mejor que el 2 % de las 643 marcas medidas.

Transaccional
1 mensaje

Octubre de 2026 · calculado el 23 noviembre

Conformidad

17 /100

mejor que el 2 % de las 643 marcas medidas

Entregabilidad

79 /100

mejor que el 7 % de las 642 marcas medidas

Técnico

96 /100

mejor que el 67 % de las 643 marcas medidas

Experiencia

62 /100

mejor que el 54 % de las 643 marcas medidas

9 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 mensaje transaccional `<img src="https://mandrillapp.com/track/open.php?u=***&id=***" height="1" w…` El seguimiento de aperturas se desactiva en los ajustes de seguimiento, a nivel de la campaña o de la cuenta.	−35 pts de 35 en Conformidad
Prioritario	**Ningún camino distinto para rechazar el seguimiento** Criterio «El destinatario conserva el control del seguimiento» · Conformidad · medido en 1 mensaje transaccional Un camino distinto del enlace de baja lleva a un centro de preferencias donde el destinatario puede rechazar el seguimiento (aperturas, clics) sin darse de baja.	−20 pts de 20 en Conformidad
Por revisar	**El mensaje pone obstáculos a las ayudas técnicas** Criterio «El mensaje sigue siendo legible con una ayuda técnica» · Experiencia · medido en 1 mensaje transaccional 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».	−15 pts de 20 en Experiencia
Por revisar	**Ningún camino sin rastrear lleva al sitio** Criterio «Un camino sin rastrear lleva al sitio» · Conformidad · en 1 mensaje transaccional	−15 pts de 15 en Conformidad
Por revisar	**La política DMARC publicada no descarta ninguna suplantación** Criterio «Política DMARC que contribuye a descartar ciertas suplantaciones» · Entregabilidad · en 1 mensaje transaccional	−15 pts de 15 en Entregabilidad
Por revisar	**El mensaje no dice quién escribe ni con arreglo a qué reglas** Criterio «El mensaje dice quién escribe y con arreglo a qué reglas» · Conformidad · medido en 1 mensaje transaccional	−13,3 pts de 20 en Conformidad
Por revisar	**Preencabezado ausente, demasiado corto o demasiado largo** Criterio «El mensaje se entiende sin sus imágenes, desde la bandeja de entrada» · Experiencia · medido en 1 mensaje transaccional	−12,5 pts de 25 en Experiencia
Por revisar	**Algunas zonas pulsables son demasiado pequeñas para el dedo** Criterio «Zonas pulsables suficientemente grandes» · Experiencia · en 1 mensaje transaccional	−10 pts de 10 en Experiencia
Secundario	**Ningún doctype declarado** Criterio «HTML bien formado» · Técnico · medido en 1 mensaje transaccional	−3,8 pts de 15 en Técnico

13 criterios cumplidos, entre ellos « Ningún identificador del destinatario en el mensaje » 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.

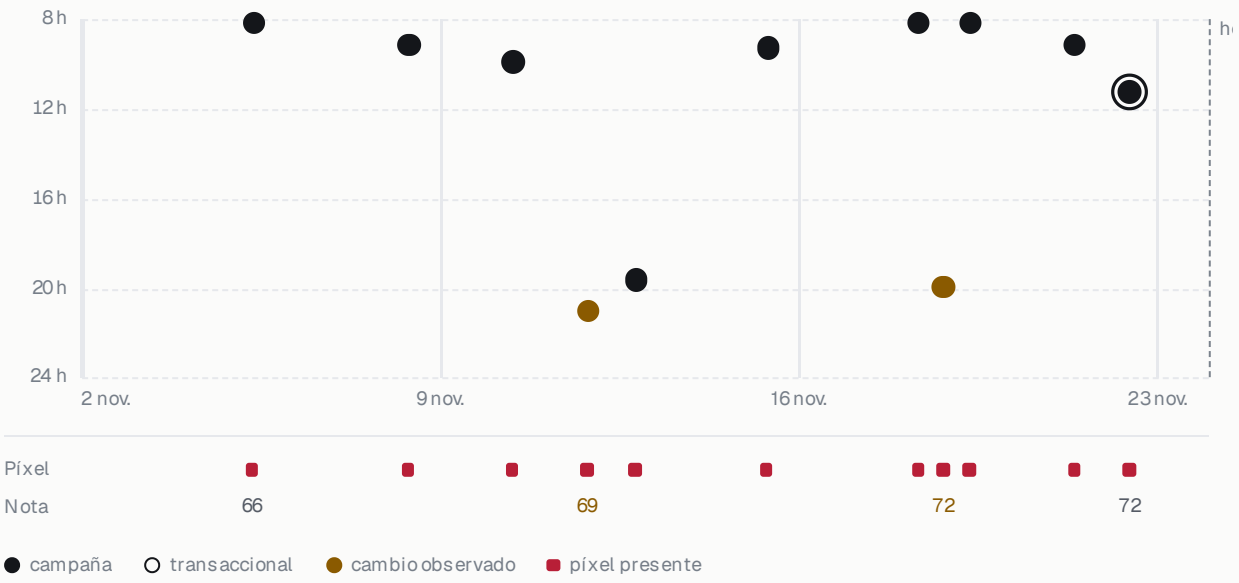
Lectura técnica del envío del 7 de octubre de 2026 →

11
campañas en 2 semanas
unos 5,5 por semana, en noviembre

Sin día fijo
día de envío
el miércoles en cabeza, 3 de las 11 campañas

8 h – 20 h
franja de llegada
10 de las 11 campañas

22 nov.
último envío recibido
« Bolsos de piel. VENTA PRIVADA hasta -50% »



Campaña 11 de 11

domingo 22 nov., 11:14

Bolsos de piel. VENTA PRIVADA hasta -50%

Tipo Campaña de marketing
Nota 72 / 100
Píxel Presente, detectado por su tamaño

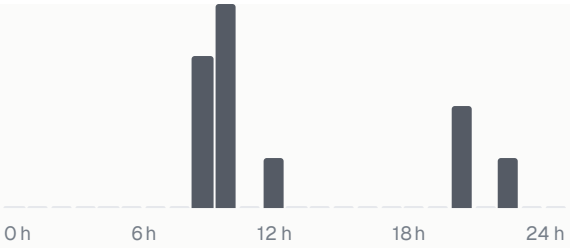
El día de envío

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

La hora de llegada

Hora a hora, sobre las 11 campañas.





2 cambios observados desde noviembre — Cada campaña se compara con la anterior, criterio por criterio.

11 nov.	El detalle de este cambio, criterio por criterio, está reservado a la versión Pro. confirmado por la campaña siguiente · la nota por envío pasa de 66 a 69
18 nov.	El detalle de este cambio, criterio por criterio, está reservado a la versión Pro. confirmado por la campaña siguiente · la nota por envío pasa de 69 a 72

Detalle de los criterios

Los 24 criterios + 1 bonus

13 cumplidos · **4** cumplidos en parte · **5** no cumplidos · **0** no observables · **2** no aplicables



Conformidad

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 2 % de las 643 marcas medidas

El cálculo · 17 pts sobre 100 — 1 cumplido · 1 cumplido en parte · 3 no cumplidos · 1 no aplicable



Peso de cada criterio en la nota.

Ningún píxel de seguimiento de apertura — No cumplido — 0/35 pts

Píxel de seguimiento de apertura detectado en el único mensaje transaccional afectado

0 puntos de 35 — cumplido en 0 de 1 mensaje transaccional afectado.

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 `mandrillapp.com`.

El extracto que lo establece

```
<img src="https://mandrillapp.com/track/open.php?u=***&amp;id
=***" height="1" width="1" alt="">
```

Cómo corregir

El seguimiento de aperturas se desactiva en los ajustes de seguimiento, a nivel de la campaña o de la cuenta. Busque «seguimiento de aperturas» u «open tracking».

Desactivarlo hace perder la tasa de apertura — una medida ya muy falseada por las protecciones de los servicios de correo, que precargan las imágenes — y no cambia nada en la tasa de clics.

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 — No aplicable — no aplicable

Esta medida no se aplicaba a ninguno de los envíos recibidos. **Queda fuera del denominador**: nunca se cuenta como un fallo.

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.

RFC 2369 · PM-PRIV-002

El destinatario conserva el control del seguimiento — No cumplido — 0/20 pts

Ningún camino distinto para rechazar el seguimiento en el único mensaje transaccional afectado (0 de 1 medidas cumplidas)

0 puntos de 20 — proporción de observaciones cumplidas sobre 1 mensaje transaccional.

Cómo corregir

Un camino distinto del enlace de baja lleva a un centro de preferencias donde el destinatario puede rechazar el seguimiento (aperturas, clics) sin darse de baja. La mayoría de las plataformas ofrecen esta página; si no, se añade en el pie de la plantilla, con su propio enlace, nombrado por lo que hace («gestionar mis preferencias», «rechazar el seguimiento»).

Esta página cuesta una tarde de integración y sirve después para todos los envíos. Es lo que la recomendación de la CNIL espera de un envío que mide el comportamiento de sus lectores.

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 — 0 cumplidas de 1

- Enlace de baja sin rastrear — ningún envío afectado — No observable
- Ningún camino distinto para rechazar el seguimiento en el único mensaje transaccional afectado — No cumplido

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

El mensaje dice quién escribe y con arreglo a qué reglas — Cumplido en parte — 6,7/20 pts

El mensaje no dice con arreglo a qué reglas se tratan los datos — 1 de 3 medidas cumplidas

6,7 puntos de 20 — proporción de observaciones cumplidas sobre 1 mensaje transaccional.

Cómo corregir

El pie del mensaje nombra al remitente (razón social, dirección postal) y enlaza su política de privacidad con un enlace directo al sitio, no a un dominio de seguimiento. Estas menciones se ponen una vez en la plantilla base y aparecen en todos los envíos.

Nada que perder: estas líneas ya existen en el sitio, basta con retomarlas.

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 — 1 cumplida de 3

- El mensaje nombra a su remitente en un único mensaje transaccional — Cumplido
- Ninguna dirección permite responder al mensaje en el único mensaje transaccional afectado — No cumplido
- Ningún enlace lleva a la política de privacidad en el único mensaje transaccional afectado — No cumplido

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

Un camino sin rastrear lleva al sitio

No cumplido

0/15 pts

Todos los enlaces al sitio pasan por un rastreador en el único mensaje transaccional afectado

0 puntos de 15 — cumplido en 0 de 1 mensaje transaccional afectado.

El destinatario que solo quiere visitar el sitio no tiene más opción que pasar por el contador de clics.

Cómo corregir

Al menos un enlace del mensaje apunta directamente al dominio de la marca, sin pasar por el dominio de redirección de la plataforma: el logotipo, el aviso legal o la política de privacidad sirven. En el editor se hace enlace por enlace («no seguir este enlace», «disable click tracking») o con una lista de exclusión en los ajustes de la cuenta.

Un enlace sin seguimiento no cuenta en los clics medidos; elegir el logotipo o el pie no quita nada a los clics que importan.

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 un único mensaje transaccional

10 puntos de 10 — cumplido en 1 de 1 mensaje transaccional afectado.

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



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 7 % de las 642 marcas medidas

El cálculo · 55 pts de 70, llevados a 100 — 4 cumplidos · 1 no cumplido · 1 no aplicable



Peso de cada criterio en la nota.

Firma DKIM validada — Cumplido — 20 pts

Firma DKIM válida en un único mensaje transaccional

20 puntos de 20 — cumplido en 1 de 1 mensaje transaccional afectado.

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 un único mensaje transaccional

20 puntos de 20 — cumplido en 1 de 1 mensaje transaccional afectado.

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

No cumplido

0/15 pts

Política DMARC solo en observación en el único mensaje transaccional afectado

0 puntos de 15 — cumplido en 0 de 1 mensaje transaccional afectado.

Cómo corregir

Un registro TXT `_dmarc.<dominio>` declara la política: `v=DMARC1; p=quarantine; rua=mailto:…` como mínimo, `p=reject` una vez alineadas las fuentes de envío. El paso se hace por etapas (`p=none` con informes, luego `quarantine`, luego `reject`) durante algunas semanas, leyendo los informes para localizar las herramientas que envían en nombre del dominio.

Una política none no impide ninguna suplantación del dominio; `quarantine` o `reject` cierra la puerta y cumple los requisitos de Gmail y Yahoo para los remitentes masivos.

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 un único mensaje transaccional

10 puntos de 10 — cumplido en 1 de 1 mensaje transaccional afectado.

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.

RFC 7208 · PM-DELIV-004

RFC 7208 — 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

No aplicable

no aplicable

Esta medida no se aplicaba a ninguno de los envíos recibidos. **Queda fuera del denominador**: nunca se cuenta como un fallo.

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.

RFC 8058 · 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 un único mensaje transaccional

5 puntos de 5 — proporción de observaciones cumplidas sobre 1 mensaje transaccional.

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 — 4 cumplidas de 4

- Algoritmo de firma admitido en un único mensaje transaccional — Cumplido
- Cuerpo firmado por completo en un único mensaje transaccional — Cumplido
- Encabezados esenciales firmados en un único mensaje transaccional — Cumplido
- Firma válida en la recepción en un único mensaje transaccional — Cumplido

RFC 6376 · RFC 8301 · PM-DELIV-006

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 67 % de las 643 marcas medidas

El cálculo · 82 pts de 85, llevados a 100

5 cumplidos · 1 cumplido en parte



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 un único mensaje transaccional

25 puntos de 25 — cumplido en 1 de 1 mensaje transaccional afectado.

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

Cumplido

20 pts

Plantilla poco anidada en un único mensaje transaccional

20 puntos de 20 — proporción de observaciones cumplidas sobre 1 mensaje transaccional.

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 — 1 cumplida de 1

- Tablas de maquetación poco anidadas en un único mensaje transaccional Cumplido

Postmetry · PM-TECH-002

HTML bien formado

Cumplido en parte

11,2 / 15 pts

Ningún doctype declarado en el único mensaje transaccional afectado (3 de 4 medidas cumplidas)

11,2 puntos de 15 — proporción de observaciones cumplidas sobre 1 mensaje transaccional.

Cómo corregir

Los errores de forma (etiquetas sin cerrar, atributos duplicados, anidamiento table/div no válido) vienen de bloques pegados entre editores o de modificaciones a mano en el código. Pasar el HTML por un validador antes del envío y corregir en origen, en la plantilla, y no en cada campaña.

Un HTML mal formado se muestra de forma distinta según el cliente de correo, y es la causa más habitual de una visualización rota en Outlook o en móvil.

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 — 3 cumplidas de 4

- Ningún doctype declarado en el único mensaje transaccional afectado — No cumplido
- Juego de caracteres declarado en el HTML en un único mensaje transaccional — Cumplido
- Etiquetas equilibradas en un único mensaje transaccional — Cumplido
- Identificadores únicos en un único mensaje transaccional — Cumplido

WHATWG · PM-TECH-030

Cada enlace lleva a algún sitio — Cumplido — 10 pts

Cada enlace lleva a algún sitio en un único mensaje transaccional

10 puntos de 10 — cumplido en 1 de 1 mensaje transaccional afectado.

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 un único mensaje transaccional

10 puntos de 10 — cumplido en 1 de 1 mensaje transaccional afectado.

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 un único mensaje transaccional

5 puntos de 5 — proporción de observaciones cumplidas sobre 1 mensaje transaccional.

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 un único mensaje transaccional — Cumplido
- Message-ID bien formado en un único mensaje transaccional — Cumplido
- Fecha legible en un único mensaje transaccional — Cumplido
- Juego de caracteres anunciado en cada parte de texto en un único mensaje transaccional — Cumplido
- Codificación de transferencia coherente en un único mensaje transaccional — Cumplido

RFC 5322 · RFC 2045 · PM-TECH-010

Experiencia

62
sobre 100

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 54 % de las 643 marcas medidas

El cálculo · 62 pts sobre 100

3 cumplidos · 2 cumplidos 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

12,5 / 25 pts

Cumplido en parte

Preencabezado ausente, demasiado corto o demasiado largo en el único mensaje transaccional afectado (1 de 2 medidas cumplidas)

12,5 puntos de 25 — proporción de observaciones cumplidas sobre 1 mensaje transaccional.

Cómo corregir

Un preencabezado de 40 a 130 caracteres, en texto real, sigue al asunto en la bandeja de entrada; cada imagen con significado tiene un atributo `alt` que dice lo que muestra; el mensaje principal está en texto, no dentro de una imagen. En el editor, el preencabezado es un campo propio, y el `alt` se rellena imagen por imagen.

La mitad de los lectores ven el mensaje sin imágenes al abrirlo por primera vez. Un `alt` y un preencabezado cuestan un minuto por 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 — 1 cumplida de 2

- Al menos 200 caracteres siguen siendo legibles con las imágenes bloqueadas en un único mensaje transaccional — Cumplido
- Preencabezado ausente, demasiado corto o demasiado largo en el único mensaje transaccional afectado — No cumplido

Postmetry · PM-EXP-001

El mensaje sigue siendo reproducible fuera del HTML

Cumplido

15 pts

Una versión de texto reproduce el mensaje en un único mensaje transaccional

15 puntos de 15 — proporción de observaciones cumplidas sobre 1 mensaje transaccional.

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 un único mensaje transaccional — Cumplido

- La versión de texto recoge al menos el 60 % del texto en un único mensaje transaccional Cumplido
- La versión de texto recoge al menos el 80 % de los enlaces en un único mensaje transaccional 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 un único mensaje transaccional

15 puntos de 15 — cumplido en 1 de 1 mensaje transaccional afectado.

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 el único mensaje transaccional afectado

0 puntos de 10 — cumplido en 0 de 1 mensaje transaccional afectado.

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

5/20 pts

El mensaje pone obstáculos a las ayudas técnicas — 1 de 4 medidas cumplidas

5 puntos de 20 — proporción de observaciones cumplidas sobre 1 mensaje transaccional.

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 — 1 cumplida de 4

- Idioma del mensaje no declarado en el único mensaje transaccional afectado — No cumplido
- Hay imágenes de contenido sin describir en el único mensaje transaccional afectado — No cumplido
- Tablas de maquetación señaladas como tales en un único mensaje transaccional — Cumplido
- Algunos enlaces no dicen adónde llevan en el único mensaje transaccional afectado — No 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 un único mensaje transaccional

15 puntos de 15 — proporción de observaciones cumplidas sobre 1 mensaje transaccional.

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 un único mensaje transaccional — Cumplido
- Adaptación al ancho de pantalla declarada en un único mensaje transaccional — 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 no conseguido — +0 pts

El mensaje no declara su adaptación al tema oscuro en el único mensaje transaccional afectado

0 puntos de 5 — cumplido en 0 de 1 mensaje transaccional afectado.

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

CONSTATACIONES FUERA DE CALIFICACIÓN

Observados, no calificados

Estas constataciones no entran en ninguna nota: su umbral no tiene una fuente oponible. Se muestran igualmente en su totalidad.

Todos los enlaces del mensaje pasan por un rastreador

detectado por su dominio de medición

Cada clic se registra y se vincula al destinatario antes de redirigirlo. Ningún enlace lleva directamente al sitio: no existe ninguna forma de consultar la marca desde este mensaje sin ser medido.

▼ La prueba — fragmento de su envío

```
https://mandrillapp.com/track/click/***/www.bimbaylola.com?p=***
```

¿Esta dirección envía realmente los emails de Bimba y Lola?

DKIM d=bimbaylola.com · SPF pasa · DKIM pasa · DMARC pasa · 1 transaccional

En 1 mensaje transaccional de Bimba y Lola recibido en nuestras direcciones, en octubre de 2026:

Campo De (From)	`no-reply@bimbaylola.com` · 1 de 1
Dominio firmante DKIM (d=)	`bimbaylola.com` · 1 de 1 `mandrillapp.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

Moda y retail — 148 marcas de las que se ha analizado al menos una campaña. Los porcentajes siguientes se calculan sobre ellas, nunca sobre el catálogo.

148 marcas analizadas en este sector

Reservado a la versión Pro

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 9 puntos, la prueba de cada uno y el orden en que corregirlos. Por videollamada, sin compromiso.

Elegir una franja : https://cal.com/noam-ouaknine-ecibnn/20min (https://cal.com/noam-ouaknine-ecibnn/20min)

Recibir los cambios de Bimba y Lola

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

¿Trabaja en Bimba y Lola?

Reclamar la marca: transaccionales, alertas, prueba fechada.

La versión Pro

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/bimba-y-lola/?kind=transactional