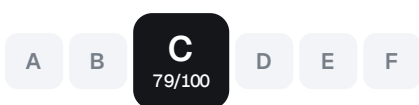


Qué contiene la
newsletter de
Connox

Remitente shop@connox.fr
Sector Hogar y decoración
Envíos leídos 55 campañas, 6
transaccionales
Periodo Agosto de 2026

Nota global



La constatación principal

La firma DKIM no ha sido validada en los 6 mensajes transaccionales.

Es el primero de 6 puntos a corregir. La nota más alta es conformidad (100/100), la más baja entregabilidad (54/100), mejor que el 4 % de las 579 marcas medidas.

Transaccional
6 mensajes

Agosto de 2026 · calculado el 31 octubre

Conformidad

100_{/100}



mejor que el 98 % de las 580 marcas medidas

Entregabilidad

54_{/100}



mejor que el 4 % de las 579 marcas medidas

Técnico

84_{/100}



mejor que el 49 % de las 580 marcas medidas

Experiencia

78_{/100}



mejor que el 88 % de las 580 marcas medidas

6 puntos por corregir

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

Prioritario	La firma DKIM no ha sido validada Criterio «Firma DKIM validada» · Entregabilidad · en los 6 mensajes transaccionales · de 20 en Entregabilidad La firma DKIM se configura en la plataforma («autenticación del dominio», «domain authentication»): proporciona un registro DNS de tipo CNAME o TXT que se publica en el dominio de envío y luego comprueba la publicación.	-20 pts
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 6 mensajes transaccionales 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.	-12,5 pts de 25 en Experiencia
Por revisar	El mensaje pone obstáculos a las ayudas técnicas Criterio «El mensaje sigue siendo legible con una ayuda técnica» · Experiencia · medido en 6 mensajes transaccionales 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».	-10 pts de 20 en Experiencia
Por revisar	Algunos enlaces no llevan a ninguna parte Criterio «Cada enlace lleva a algún sitio» · Técnico · en los 6 mensajes transaccionales	-10 pts de 10 en Técnico
Por revisar	La política DMARC publicada no descarta ninguna suplantación Criterio «Política DMARC que contribuye a descartar ciertas suplantaciones» · Entregabilidad · en 4 de los 6 mensajes transaccionales	-10 pts de 15 en Entregabilidad
Secundario	Ningún doctype declarado Criterio «HTML bien formado» · Técnico · medido en 6 mensajes transaccionales	-3,8 pts de 15 en Técnico

15 criterios cumplidos, entre ellos « Ningún píxel de seguimiento de apertura » y « Alineación DMARC validada ». Se enumeran en su familia, más abajo.

Cada envío, a su hora de llegada

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

Lectura técnica del envío del 21 de agosto de 2026 →

55

campañas en 11 semanas
unos 5 por semana, de agosto a octubre

7 días de 7

todos los días de la semana
de 4 a 11 campañas según el día

10 h

hora de envío preferida

el 85 % de las campañas llega entre las 10 h y las 11 h

31 oct.

último envío recibido

« Neuheiten im Oktober 🍁 »



Píxel

Nota

● campaña ○ transaccional ● cambio observado ■ píxel presente

Campaña 55 de 55

sábado 31 oct., 10:14

Neuheiten im Oktober 🍁

Tipo Campaña de marketing

Nota análisis en curso

Píxel —

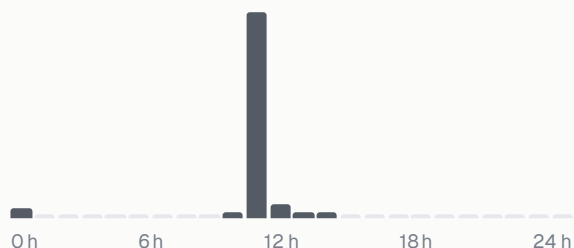
El día de envío

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



La hora de llegada

Hora a hora, sobre las 55 campañas.



Ningún cambio observado desde agosto

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

Detalle de los criterios

Los 24 criterios + 1 bonus

■ 15 cumplidos

■ 4 cumplidos en parte

■ 2 no cumplidos

■ 0 no observables

□ 3 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 98 % de las 580 marcas medidas

El cálculo · 100 pts sobre 100

5 cumplidos · 1 no aplicable



Peso de cada criterio en la nota.

Ningún píxel de seguimiento de apertura

■ Cumplido

35 pts

Ningún píxel de seguimiento de apertura en los 3 últimos mensajes transaccionales

35 puntos de 35 — cumplido en 3 de los 3 últimos mensajes transaccionales.

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

■ Cumplido

20 pts

El destinatario conserva el control del seguimiento en 2 mensajes transaccionales

20 puntos de 20 — proporción de observaciones cumplidas sobre 2 mensajes transaccionales.

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 — 1 cumplida de 1

■ Enlace de baja sin rastrear en 2 mensajes transaccionales Cumplido

□ Un camino distinto lleva a un centro de preferencias o al rechazo del seguimiento No aplicable

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

El mensaje dice quién escribe y con arreglo a qué reglas

Cumplido

20 pts

El mensaje dice quién escribe y con arreglo a qué reglas en 6 mensajes transaccionales

20 puntos de 20 — proporción de observaciones cumplidas sobre 6 mensajes transaccionales.

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 ella.

Lo que se ha medido — 3 cumplidas de 3

- El mensaje nombra a su remitente en 6 mensajes transaccionales Cumplido
- Es posible responder al mensaje en 6 mensajes transaccionales Cumplido
- Un enlace lleva a la política de privacidad en 6 mensajes transaccionales Cumplido

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

Un camino sin rastrear lleva al sitio

Cumplido

15 pts

Un camino sin rastrear lleva al sitio en 6 mensajes transaccionales

15 puntos de 15 — cumplido en 6 de 6 mensajes transaccionales afectados.

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 6 mensajes transaccionales

10 puntos de 10 — cumplido en 6 de 6 mensajes transaccionales afectados.

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 4 % de las 579 marcas medidas

El cálculo · 35 pts de 65, llevados a 100

2 cumplidos · 1 cumplido en parte · 1 no cumplido · 2 no aplicables



Peso de cada criterio en la nota.

Firma DKIM validada

☐ No cumplido

0/20 pts

Firma DKIM fallida en los 6 mensajes transaccionales afectados

0 puntos de 20 — cumplido en 0 de 6 mensajes transaccionales afectados.

Cómo corregir

La firma DKIM se configura en la plataforma («autenticación del dominio», «domain authentication»): proporciona un registro DNS de tipo CNAME o TXT que se publica en el dominio de envío y luego comprueba la publicación. Un fallo en un envío firmado suele venir de un contenido modificado tras la firma (pie añadido por una pasarela, reescritura de enlaces) o de una clave eliminada del DNS.

Sin firma válida, Gmail y Yahoo tratan desde 2024 los envíos masivos como no autenticados y los rechazan o los clasifican como spam.

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) (https://www.rfc-editor.org/rfc/rfc6376)

[RFC 8601 — Message Header Field for Indicating Message Authentication Status](https://www.rfc-editor.org/rfc/rfc8601) (https://www.rfc-editor.org/rfc/rfc8601)

Alineación DMARC validada

☒ Cumplido

20 pts

Alineación DMARC verificada en 6 mensajes transaccionales

20 puntos de 20 — cumplido en 6 de 6 mensajes transaccionales afectados.

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) (https://www.rfc-editor.org/rfc/rfc9989)

Política DMARC que contribuye a descartar ciertas suplantaciones

☐ Cumplido en parte

5/15 pts

Política DMARC solo en observación (4 de 6 mensajes transaccionales afectados)

5 puntos de 15 — cumplido en 2 de 6 mensajes transaccionales afectados.

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 suplantán el dominio.

RFC 9989 §47 · PM-DELIV-003 · [RFC 9989 — sección 4.7, etiqueta «p»](https://www.rfc-editor.org/rfc/rfc9989#section-4.7) (https://www.rfc-editor.org/rfc/rfc9989#section-4.7)

Ningún fallo SPF

☒ Cumplido

10 pts

Ningún fallo SPF en 6 mensajes transaccionales

10 puntos de 10 — cumplido en 6 de 6 mensajes transaccionales afectados.

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.

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.

RFC8058·Gmail et Yahoo · PM-DELIV-005

Una firma DKIM que cubre lo esencial☐ 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.

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 — 0 cumplidas de 0

- ☐ Algoritmo de firma admitido No aplicable
- ☐ Cuerpo del mensaje firmado por completo No aplicable
- ☐ Encabezados esenciales firmados No aplicable
- ☐ Firma válida en la recepción No aplicable

RFC6376·RFC8301 · 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 49 % de las 580 marcas medidas

El cálculo · 71 pts de 85, llevados a 100

4 cumplidos · 1 cumplido en parte · 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 6 mensajes transaccionales

25 puntos de 25 — cumplido en 6 de 6 mensajes transaccionales afectados.

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 6 mensajes transaccionales

20 puntos de 20 — proporción de observaciones cumplidas sobre 6 mensajes transaccionales.

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 6 mensajes transaccionales Cumplido

Postmetry · PM-TECH-002

HTML bien formado

☐ Cumplido en parte

11/2/15 pts

Ningún doctype declarado en los 6 mensajes transaccionales afectados (3 de 4 medidas cumplidas)

11,2 puntos de 15 — proporción de observaciones cumplidas sobre 6 mensajes transaccionales.

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 los 6 mensajes transaccionales afectados No cumplido

☒ Juego de caracteres declarado en el HTML en 6 mensajes transaccionales Cumplido

☒ Etiquetas equilibradas en 6 mensajes transaccionales Cumplido

☒ Identificadores únicos en 6 mensajes transaccionales Cumplido

WHATWG · PM-TECH-030

Cada enlace lleva a algún sitio

☐ No cumplido

0/10 pts

Algunos enlaces no llevan a ninguna parte en los 6 mensajes transaccionales afectados

0 puntos de 10 — cumplido en 0 de 6 mensajes transaccionales afectados.

Cómo corregir

Cada enlace tiene un destino absoluto en https; nada de href="#", href="", enlaces relativos ni mailto: sin dirección. Los enlaces vacíos suelen venir de un bloque copiado de una plantilla anterior o de un botón cuya URL no se rellenó en el editor.

Un enlace vacío hace perder el clic y delata un mensaje montado con prisa; la corrección consiste en revisar la lista de enlaces antes del envío, que la mayoría de los editores ofrecen.

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 6 mensajes transaccionales

10 puntos de 10 — cumplido en 6 de 6 mensajes transaccionales afectados.

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.canimail.com/features/html-link/>)

El mensaje respeta la forma de un correo

Cumplido

5 pts

El mensaje respeta la forma de un correo en 6 mensajes transaccionales

5 puntos de 5 — proporción de observaciones cumplidas sobre 6 mensajes transaccionales.

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 6 mensajes transaccionales Cumplido
- Message-ID bien formado en 6 mensajes transaccionales Cumplido
- Fecha legible en 6 mensajes transaccionales Cumplido
- Juego de caracteres anunciado en cada parte de texto en 6 mensajes transaccionales Cumplido
- Codificación de transferencia coherente en 6 mensajes transaccionales 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 88 % de las 580 marcas medidas

El cálculo · 78 pts sobre 100

4 cumplidos · 2 cumplidos en parte · 1 bonus



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

125/25 pts

☐ Cumplido en parte

Preencabezado ausente, demasiado corto o demasiado largo en los 6 mensajes transaccionales afectados (1 de 2 medidas cumplidas)

12,5 puntos de 25 — proporción de observaciones cumplidas sobre 6 mensajes transaccionales.

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 6 mensajes transaccionales Cumplido
- ☐ Preencabezado ausente, demasiado corto o demasiado largo en los 6 mensajes transaccionales afectados 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 6 mensajes transaccionales

15 puntos de 15 — proporción de observaciones cumplidas sobre 6 mensajes transaccionales.

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 6 mensajes transaccionales Cumplido
- ☒ La versión de texto recoge al menos el 60 % del texto en 6 mensajes transaccionales Cumplido
- ☒ La versión de texto recoge al menos el 80 % de los enlaces en 6 mensajes transaccionales 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 6 mensajes transaccionales

15 puntos de 15 — cumplido en 6 de 6 mensajes transaccionales afectados.

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

Cumplido

10 pts

Zonas pulsables de tamaño suficiente en 6 mensajes transaccionales

10 puntos de 10 — cumplido en 6 de 6 mensajes transaccionales afectados.

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

10/20 pts

El mensaje pone obstáculos a las ayudas técnicas — 2 de 4 medidas cumplidas

10 puntos de 20 — proporción de observaciones cumplidas sobre 6 mensajes transaccionales.

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 — 2 cumplidas de 4

- ☐ Idioma del mensaje no declarado en los 6 mensajes transaccionales afectados No cumplido
- ☒ Cada imagen de contenido está descrita en 6 mensajes transaccionales Cumplido
- ☐ Tablas de maquetación anunciadas como tablas de datos en los 6 mensajes transaccionales afectados No cumplido
- ☒ Cada enlace dice adónde lleva en 6 mensajes transaccionales 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 6 mensajes transaccionales

15 puntos de 15 — proporción de observaciones cumplidas sobre 6 mensajes transaccionales.

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 6 mensajes transaccionales Cumplido
- ☒ Adaptación al ancho de pantalla declarada en 6 mensajes transaccionales Cumplido

Tema oscuro declarado

☐ Punto de bonificación no conseguido

+0pts

El mensaje no declara su adaptación al tema oscuro en los 6 mensajes transaccionales afectados

0 puntos de 5 — cumplido en 0 de 6 mensajes transaccionales afectados.

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 Connox?

SPF pasa · DKIM no evaluado · DMARC pasa · 6 transaccionales

En 6 mensajes transaccionales de Connox recibidos en nuestras direcciones desde agosto de 2026:

Campo De (From)	shop@connox.fr · 4 de 6
	shop@connox.de · 2 de 6

Veredicto en la recepción	SPF pasa · 6 de 6
	DKIM no evaluado · 6 de 6
	DMARC pasa · 6 de 6

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

Hogar y decoración — 88 marcas de las que se ha analizado al menos una campaña. Los porcentajes siguientes se calculan sobre ellas, nunca sobre el catálogo.



88 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 6 puntos, la prueba de cada uno y el orden en que corregirlos. Por

Recibir los cambios de Connex

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

videollamada, sin compromiso.

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

¿Trabaja en Connox?

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/connox/?kind=transactional>