INFORME DE EJEMPLO · AUDITORÍA WEB GRATUITA

Escuela de danza

Qué funciona, qué te está costando clientes y cómo arreglarlo. Una revisión de las 11 páginas de una web WordPress real, con los datos que la identifican retirados.



Sergio Marín
Desarrollador WordPress · sergiomarin.dev

Octubre de 2026

01 · RESUMEN

Una buena base con fugas que se pueden tapar

La web tiene lo más difícil de conseguir: fotos excelentes, un mensaje claro («prueba tu primera clase gratis») y textos pensados para cada disciplina. Pero hoy **pierde contactos por errores concretos** y no cuenta lo que una familia necesita para decidirse: horarios, cuotas y cómo reservar.

24	4	9	11
HALLAZGOS	CRÍTICOS	ALTOS	MEDIOS

Lo más urgente (se arregla en menos de una hora):

- Dos botones de la página de inicio llevan al dominio anterior en lugar de a esta web.
- El enlace de email de la página de Contacto tiene una errata: los mensajes no llegan.

En el móvil, la web actual obtiene 61/100 en rendimiento: la imagen principal tarda 12,5 segundos en aparecer. Google considera «buena» una imagen principal de menos de 2,5 segundos.

Lo que ya está bien

- Cada página tiene su título, descripción, URL canónica y vista previa para redes.
- Un único título principal (H1) por página y datos estructurados básicos.
- Textos alternativos bien escritos en las fotos del inicio y nombres de archivo descriptivos en la galería.
- Fotografías profesionales de las clases y de las galas: es el mayor activo del negocio.
- Llamada a la acción coherente en todo el sitio: «primera clase gratis».

Cómo se ha hecho esta auditoría

Análisis del código guardado de las 11 páginas del sitemap y medición de velocidad con Google PageSpeed Insights (página de inicio, móvil). **No se ha medido la posición actual en Google** ni se ha accedido al servidor, así que no se puede garantizar su estado de seguridad; en el código de las páginas no hay señales de contenido malicioso.

02 · HALLAZGOS PRIORITARIOS

Críticos y altos: lo que más te cuesta ahora

	HALLAZGO	DÓNDE
C1	**Enlaces al dominio anterior** en dos tarjetas de disciplinas. La visitante «salta» a otra web. **Solución:** editar los dos enlaces para que apunten al dominio actual.	Inicio, Disciplinas
C2	**Otro enlace al dominio anterior** en el texto «disciplinas de baile». **Solución:** apuntarlo a `/disciplinas/` del dominio actual.	Ballet
C3	**Vídeo servido desde el dominio anterior.** Si ese dominio cae o se compromete, el vídeo desaparece. **Solución:** descargarlo y subirlo a la web actual.	Galería
C4	**Email con errata** en el enlace de contacto. Los mensajes enviados desde ese enlace no llegan. **Solución:** corregir la dirección y probar a enviarse un mensaje.	Contacto
A1	**Dos emails distintos.** En una página el texto muestra uno y el enlace abre el otro. **Solución:** elegir uno y unificar.	6 de 11 páginas
A2	**Tres enlaces de WhatsApp diferentes**, alguno sin https. **Solución:** un único enlace `wa.me` con mensaje predefinido.	Inicio, disciplinas
A3	**Ni un horario ni una cuota** en las 11 páginas, pese a existir la sección «Horarios». **Solución:** publicar una tabla por grupo o, como mínimo, «escríbenos y te lo decimos».	Toda la web
A4	**Una de las clases no tiene botón ni datos de contacto.** Es la única página sin llamada a la acción.	Barre
A5	**Campamento sin año.** Anuncia unas fechas que no cuadran con el calendario de 2026: o es otro año o hay un error.	Campamento
A6	**Sin datos estructurados de negocio local** (dirección, teléfono, coordenadas). Hoy solo hay un «Organization» genérico.	Toda la web
A7	**Teléfono no pulsable.** Es texto; en móvil no se puede llamar con un toque.	Pie, contacto
A8	**Contenido escaso.** Cuatro páginas tienen unas pocas frases y plantillas casi idénticas: Google las ve casi duplicadas.	4 páginas
A9	**Reseñas y ficha de Google Business Profile** sin verificar. Es el factor que más pesa en las búsquedas locales y no depende de la web.	Google Maps

03 · HALLAZGOS MEDIOS

Pulido técnico, SEO y cumplimiento

	HALLAZGO	IMPACTO
M1	**Erratas** en tres textos de la web.	Imagen
M2	**Títulos largos y repetidos.** Todos acaban con el mismo sufijo y se cortan en Google. Dos páginas comparten descripción.	SEO
M3	**La página «Gracias» es indexable.** No debería aparecer en Google.	SEO
M4	**La misma clase con dos nombres** (la URL dice una cosa y el título otra).	SEO, claridad
M5	**Un elemento del menú principal enlaza a #**: no lleva a ninguna parte.	Usabilidad
M6	**Código excesivo:** unas 40 hojas de estilo y unos 60 scripts por página (jQuery, Bootstrap, tres versiones de FontAwesome…).	Velocidad móvil
M7	**Galería de 12 MB:** 60 JPEG de hasta 960 KB (2560 px), sin WebP/AVIF.	Velocidad móvil
M8	**16 imágenes sin texto alternativo.**	Accesibilidad, SEO
M9	**Cabecera duplicada** por convivir el tema de WordPress con Elementor.	Diseño
M10	**Analítica y cookies:** hay tres herramientas de medición. Hay que comprobar que no se activen antes de aceptar el banner.	RGPD
M11	**Aviso legal y privacidad no localizables en el pie.** Además, hay muchas fotos de menores: conviene tener constancia del consentimiento de las familias y una vía clara para pedir retirar una imagen.	RGPD, LOPDGDD

Una nota sobre mantenimiento

WordPress + tema + Elementor + plugins es una pila que necesita actualizaciones constantes y que recibe muchos ataques automatizados. Si no hay mantenimiento mensual, los problemas de seguridad vuelven.

04 · VELOCIDAD

Cómo carga en un móvil, medido por Google

Buena parte de las visitas a un negocio local llegan desde el móvil, con cobertura variable. Por eso he medido la página de inicio con **Google PageSpeed Insights** simulando un móvil de gama media con 4G lenta.

61 / 100 rendimiento

MÉTRICA (MÓVIL)	RESULTADO	LO QUE GOOGLE CONSIDERA BUENO
Primer contenido visible (FCP)	5,4 s	menos de 1,8 s
Imagen principal visible (LCP)	12,5 s	menos de 2,5 s
Índice de velocidad	5,7 s	menos de 3,4 s
Tiempo de bloqueo (TBT)	50 ms	menos de 200 ms
Cambios de diseño (CLS)	0	menos de 0,1

Con la imagen principal en 12,5 segundos, una familia con cobertura justa puede irse antes de ver la página. Las causas están en M6 y M7: demasiado código y fotos sin optimizar.

Cómo leer el resto de puntuaciones

- **SEO 100:** esta prueba solo revisa requisitos técnicos básicos (título, descripción, enlaces rastreables…). No evalúa los problemas de SEO local de la sección 2, como los datos estructurados de negocio local, el contenido escaso o la ficha de Google.

Fuente: Google PageSpeed Insights (Lighthouse 13.5), móvil, Moto G Power emulado con 4G lenta, 14 de octubre de 2026. Son datos de laboratorio de una sola prueba y pueden variar entre ejecuciones.

05 · PLAN DE ACCIÓN

Qué hacer y en qué orden

ESTA SEMANA · SIN COSTE

Taponar las fugas

1. Cambiar los 5 enlaces al dominio anterior (C1 y C2) por los del dominio actual.
2. Corregir el email de Contacto (C4) y probar a enviarte un mensaje.
3. Elegir un único email y un único WhatsApp y usarlos en toda la web (A1, A2).
4. Descargar el vídeo del dominio anterior antes de que desaparezca (C3).
5. Revisar la fecha del campamento: poner el año o retirar la página hasta tener la nueva edición (A5).

PRÓXIMOS 30 DÍAS · CONTENIDO

Dar a las familias lo que buscan

- Publicar horarios y cuotas por grupo (A3) y reescribir las páginas cortas con contenido real y preguntas frecuentes (A8).
- Reclamar y completar la ficha de Google Business Profile: fotos, horarios, servicios y las primeras reseñas (A9).
- Convertir el teléfono en un enlace de llamada y añadir botón de WhatsApp en móvil (A7).

DESPUÉS · VELOCIDAD Y MANTENIMIENTO

Una base que no dé problemas

Reducir el código y optimizar las fotos (M6, M7), añadir datos de negocio local (A6) y dejar las actualizaciones y las copias en manos de alguien con un plan de mantenimiento mensual.

¿Lo vemos juntos?

La auditoría gratuita es tuya, la implementes conmigo o no. Si quieres que te explique cualquier punto, escríbeme.

hola@sergiomarin.dev sergiomarin.dev/auditoria-web/

Este es un informe de ejemplo. Está hecho sobre una web WordPress real a la que se han retirado el nombre, el dominio, los contactos y las imágenes.