

Informe semanal detallado — Proyecto Marce Anahata

Fecha: 8 de febrero de 2026

Semana del 31 de diciembre de 2025

Objetivo: crear una base sólida de confianza y claridad para Google y usuarios.

Qué se hizo (explicado simple):

- Se revisó que cada página tenga una presentación correcta y clara para buscadores (títulos y descripciones coherentes).
- Se organizó la estructura del sitio para que sea fácil de “entender” y navegar.
- Se aseguró que el sitio se vea bien en celular y computador, sin fallos visuales.
- Se reforzó la accesibilidad para que cualquier persona pueda usarlo sin barreras.
- Se dejó listo el sitio para que Google lo indexe sin problemas.

Para qué sirve:

- Aumenta la confianza de Google y reduce el riesgo de errores en buscadores.
 - Mejora la experiencia inicial del usuario y la percepción de profesionalismo.
-

Semana del 2 de febrero de 2026

Objetivo: acelerar el sitio y reducir tiempos de carga.

Qué se hizo (explicado simple):

- Se hizo que la página principal cargue más rápido, priorizando lo que el usuario ve primero.
- Se optimizaron imágenes y videos para que pesen menos y no retrasen la navegación.
- Se ajustaron secciones clave para que el contenido aparezca más rápido en pantalla.
- Se preparó el sitio en español e inglés para que ambas versiones estén bien sincronizadas.

Para qué sirve:

- Menos usuarios se van por lentitud.
 - La experiencia en celular mejora significativamente.
 - Google valora mejor el sitio al evaluar velocidad.
-

Semana del 3 de febrero de 2026

Objetivo: empezar a medir resultados reales.

Qué se hizo (explicado simple):

- Se activó el seguimiento de acciones importantes (ej: clics a WhatsApp, formularios, navegación).
- Se dejó configurado el sistema para saber qué páginas generan interés real.
- Se puede ver qué servicios atraen más contactos y cuáles necesitan mejoras.

Para qué sirve:

- Decisiones basadas en datos reales, no en suposiciones.
 - Ayuda a enfocar esfuerzo en lo que genera más ventas.
-

Semana del 8 de febrero de 2026

Objetivo: coherencia total de marca y confianza externa.

Qué se hizo (explicado simple):

- Se unificó el nombre, dirección y teléfono en todo el sitio para evitar inconsistencias.
- Se alineó la información con redes sociales oficiales.
- Se agregó LinkedIn como canal profesional de la marca.

Para qué sirve:

- Google confía más en la empresa cuando ve datos consistentes.
 - Refuerza imagen profesional ante clientes y aliados.
 - Reduce errores cuando alguien busca la marca en diferentes lugares.
-

Resumen ejecutivo (directo y claro)

- **Velocidad mejorada:** el sitio carga más rápido y es más cómodo para el usuario.
- **Mayor visibilidad:** mejor preparado para aparecer en Google.
- **Medición activa:** ahora se puede medir interés real y ajustar estrategias.
- **Confianza y marca:** información coherente en web y redes.