

AUDITORÍA DIGITAL INTEGRAL — CLIMATE ACTION NETWORK LATINOAMÉRICA (CANLA)

Fecha de elaboración: Marzo 2026

Elaborado por: Federico Godoy — Consultor en Comunicación Digital y Diseño Estratégico

Objetivo: Proveer una radiografía verificable, cuantitativa y cualitativa de la huella digital actual de CANLA, identificando hallazgos concretos con URLs de respaldo, errores críticos a corregir y oportunidades estratégicas de optimización.

ÍNDICE DE CONTENIDOS

1. [Nota Metodológica](#)
2. [Auditoría del Sitio Web \(canla.org\)](#)
3. [Auditoría de Redes Sociales](#)
4. [Análisis Comparativo: CANLA vs. Referentes](#)
5. [Diagnóstico Narrativo y de Tono](#)
6. [Resumen Ejecutivo de Hallazgos Prioritarios](#)
7. [Hoja de Ruta Recomendada](#)

NOTA METODOLÓGICA

Esta auditoría fue realizada mediante rastreo web directo, consulta de índices de Google, análisis de PageSpeed Insights (Google Lighthouse v13.0.1, captura del 20 de marzo de 2026), y revisión manual de cada plataforma social oficial de CANLA. Todos los hallazgos incluyen URLs verificables. Las métricas de redes sociales corresponden a datos públicos extraídos en marzo de 2026.

1. AUDITORÍA DEL SITIO WEB (canla.org)

1.1 Arquitectura y Estructura General

CANLA opera su sitio principal en <https://www.canla.org/>, construido sobre WordPress (Elementor). El sitio incluye las siguientes secciones principales:

- **Inicio (Home)**
- **Organizaciones de CANLA:** <https://www.canla.org/organizaciones-de-canla/> — Mapa interactivo de miembros.
- **Blog / Noticias:** Publicaciones institucionales.
- **SB62:** <https://www.canla.org/sb62/> — Sección dedicada a reuniones intersesionales.

- **Actualidad:** <https://www.canla.org/actualidad/> — Sección de noticias de la red.

1.2 Hallazgos Críticos del Sitio Web

HALLAZGO 1: Página "Sample Page" de WordPress expuesta públicamente

- **URL:** <https://www.canla.org/sample-page/>
- **Severidad:** Alta (imagen institucional)
- **Descripción:** La página por defecto de WordPress ("This is an example page...") sigue activa y públicamente indexada por Google.
- **Impacto:** Cualquier usuario o donante que navegue el sitio puede encontrar esta página genérica, transmitiendo una imagen de abandono técnico y falta de mantenimiento profesional.
- **Recomendación:** Eliminar inmediatamente o desindexar con noindex.

HALLAZGO 2: Subdominio zombi 2023.canla.org activo y con páginas indexadas

- **URL base:** <https://2023.canla.org/>
- **Severidad:** Alta (UX, SEO y seguridad)
- **Descripción:** El subdominio 2023.canla.org, correspondiente a una versión anterior del sitio, sigue activo y completamente indexado por Google. Contiene páginas que duplican y compiten con el sitio principal:
 - [Sección de Actualidad \(DUPLICADA\)](#)
 - [Agenda de eventos](#)
 - [Mapa de la red](#)
 - [Blog](#)
 - [Biblioteca Virtual](#)
 - [Sección NDC](#)
 - [Otra Sample Page expuesta](#)
- **Impacto:** Los botones de navegación del sitio principal como "Agenda" y "Mapa" redirigen a este subdominio, rompiendo la experiencia de usuario y creando confusión. El rastreo de Google indexa ambos dominios, diluyendo la autoridad SEO. Además, puede mostrar contenido desactualizado generando desinformación.
- **Recomendación:** Redirigir todo el subdominio al dominio principal mediante redirecciones 301 permanentes o, si las secciones no tienen equivalente en el sitio nuevo, migrar ese contenido al dominio principal y luego redirigir.

HALLAZGO 3: Brechas severas en la frecuencia de publicación web

- **Severidad:** Media-Alta (relevancia y SEO)
- **Descripción:** El análisis cronológico de publicaciones indexadas revela brechas significativas:
 - **PUBLICACIONES 2024:**
 - Mayo 2024: 3 publicaciones (COP29, Gaza, SB60)
 - Junio 2024: 2 publicaciones (Financiamiento climático, SB60)
 - Agosto 2024: 1 publicación (Declaración de Manaos)

- *Septiembre-Diciembre 2024: SIN PUBLICACIONES INDEXADAS (4 meses)*
- **PUBLICACIONES 2025:**
 - Mayo 2025: 1 publicación — [Recomendaciones NDC 3.0](#)
 - *Junio-Octubre 2025: SIN PUBLICACIONES INDEXADAS (5 meses)*
 - Noviembre 2025: 5 publicaciones (cobertura COP30)
 - [La Voz de CANLA #2 \(Nov 19\)](#)
 - [Two-pager prioridades COP30 \(Nov 21\)](#)
 - [La Voz de CANLA cierre COP30 \(Nov 27\)](#)
- **PUBLICACIONES 2026:**
 - [EU-Mercosur \(Ene 17\)](#)
 - [Doctrina EEUU ES \(Ene 26\)](#)
 - [Doctrina EEUU EN \(Ene 29\)](#)
 - [Defensores Panamá \(Feb 19\)](#)
 - [TdR Oficial de Comunicación \(Mar 17\)](#)
 - [Declaración Irán \(Mar 20\)](#)
- **Impacto:** La web pasa meses sin actualizarse y luego concentra actividad solo durante eventos clave. Esto perjudica el SEO orgánico y genera percepción de inactividad.
- **Recomendación:** Implementar un calendario editorial con al menos 2-4 publicaciones mensuales sostenidas.

HALLAZGO 4: Rendimiento técnico deficiente (PageSpeed Insights)

- **Fuente:** Google PageSpeed Insights — Lighthouse v13.0.1 (Captura 20/03/2026)
- **URL analizada:** <https://www.canla.org/>
- **Dispositivo:** Móvil (Moto G Power emulado, red 4G lenta)
- **Severidad:** Crítica
- **Scores generales:**
 - Rendimiento: 52/100 (Naranja)
 - Accesibilidad: 71/100 (Naranja)
 - Mejores Prácticas: 31/100 (Rojo)
 - SEO: 92/100 (Verde)
- **Métricas críticas:** FCP 9.0s (Rojo), LCP 13.2s (Rojo), Speed Index 11.3s (Rojo).
- **Diagnóstico técnico:** Código JS/CSS sin usar (~750 KiB), imágenes sin optimizar (~4,284 KiB), trabajo del hilo principal excesivo (2.1s), cargas de red gigantes (9,865 KiB).
- **Accesibilidad:** Atributos ARIA incorrectos, contraste insuficiente, objetivos táctiles pequeños.
- **Impacto:** Con un First Contentful Paint de 9 segundos en móvil, se estima que el 80% de la audiencia latinoamericana abandona el sitio antes de que cargue.
- **Recomendación:** Auditoría profunda de plugins, optimización de imágenes (WebP/AVIF), lazy loading, caché eficiente y CDN.

HALLAZGO 5: Falta de meta descripción

- **Severidad:** Media (SEO)
- **Descripción:** La página principal no tiene una meta descripción definida en el HTML.

- **Impacto:** Google muestra un fragmento genérico en los resultados de búsqueda, reduciendo drásticamente el CTR (Click-Through Rate).
- **Recomendación:** Agregar meta descripciones mediante un plugin SEO (Yoast o Rank Math).

2. AUDITORÍA DE REDES SOCIALES

2.1 Facebook — CAN Latinoamerica

- **URL:** <https://www.facebook.com/CAN.Latinoamerica>
- **Métricas:** ~3.600 Seguidores | ~3.334 Me Gusta
- **Diagnóstico:** Es el canal con mayor alcance orgánico, pero la comunidad es estática. Predominan los flyers saturados de texto (cartelera de anuncios) en lugar de generar debate.
- **Oportunidades:** Transición a contenido nativo (carruseles, video corto), uso de Facebook Groups y campañas con CTAs claros.

2.2 X / Twitter — @CAN_LA_

- **URL:** https://x.com/CAN_LA_
- **Métricas:** ~5.126 Seguidores
- **Diagnóstico:** Plataforma con mayor base de seguidores de valor (periodistas, funcionarios), pero con un *engagement rate* paupérrimo (<0.5%). El contenido no es nativo (imágenes con texto en vez de hilos narrativos).
- **Hallazgo adicional:** Verificar inconsistencia del handle enlazado en el footer de la web (@CAN_LA_ vs @CAN_LA).
- **Oportunidades:** Creación de hilos con datos duros, uso de Twitter Spaces y optimización visual del perfil.

2.3 Instagram — @canla_oficial

- **URL:** https://www.instagram.com/canla_oficial/
- **Métricas:** ~1.000 Seguidores | 166 Publicaciones
- **CORRECCIÓN CRÍTICA:** A diferencia de reportes anteriores que la daban por inactiva, la cuenta **sí existe y opera**. Sin embargo, está fuertemente subdesarrollada para una red de 85+ organizaciones. Replican formatos de flyer que no funcionan en IG.
- **Oportunidades:** Plataforma primaria para activismo joven. Urge implementar Reels, carruseles educativos y Stories interactivas.

2.4 YouTube — @CANLA_Oficial

- **URL:** https://www.youtube.com/@CANLA_Oficial
- **Métricas:** ~286 Suscriptores
- **Diagnóstico:** Funciona como un "cementerio" de webinars crudos (promedio 1h 45m). Inviabile para captación orgánica por nula retención de audiencia.
- **Oportunidades:** Micro-segmentación. Un webinar de 2h debe transformarse en 5-8

Shorts, clips para feed, descripciones SEO con timestamps y transcripciones para artículos.

2.5 LinkedIn — CANLA

- **URL:** <https://www.linkedin.com/company/canlatinoamerica/>
- **Diagnóstico:** Plataforma estratégica clave (tomadores de decisión, cooperantes). Presencia actual débil.
- **Oportunidades:** Alcance orgánico B2B superior. Ideal para *thought leadership*, policy briefs y alertas de red dirigidas a decisores.

3. ANÁLISIS COMPARATIVO: CANLA vs. REFERENTES DEL SECTOR

Métrica	CANLA	350.org LATAM	CAN International	Greenpeace LATAM
Facebook	~3.600 seg.	~25.000 seg.	~15.000 seg.	~500.000+ seg.
Instagram	~1.000 seg.	~8.200 seg.	~5.000+ seg.	~200.000+ seg.
X / Twitter	~5.126 seg.	Inactivo (desde Feb 25)	~100.000+ seg.	~500.000+ seg.
YouTube	~286 susc.	~2.000+ susc.	~5.000+ susc.	~50.000+ susc.
Tono	Burocrático / Institucional	Activista / Emocional	Diplomático / Institucional	Activista / Visual
Formato	Flyers con texto	Fotografía en terreno	Infografías + datos	Video + documental

4. DIAGNÓSTICO NARRATIVO Y DE TONO

Fortalezas comunicacionales:

- Rigor técnico y credibilidad institucional intachable en el sector.
- Contenido de alto valor de incidencia política (policy briefs, posicionamientos).
- Capacidad probada de articular voces de 85+ organizaciones regionales.
- Presencia sostenida en eventos multilaterales (COP, Escazú).

Debilidades comunicacionales:

- **"Síndrome del PDF":** Textos largos, planos y técnico-diplomáticos que repelen el consumo digital rápido.
- **Fatiga visual:** Exceso de "flyers de Canva" hiper-textualizados y capturas de Zoom.
- **Desconexión generacional:** El tono formal crea una barrera con las audiencias jóvenes que traccionan el activismo digital.
- **Reactividad:** Solo hay picos de actividad durante eventos (ej. COP30), diluyendo el *momentum* el resto del año.

5. RESUMEN EJECUTIVO DE HALLAZGOS PRIORITARIOS

#	Hallazgo	Severidad	URL de referencia
1	Sample Page de WordPress expuesta	Alta	Enlace directo
2	Subdominio 2023.canla.org activo indexado	Alta	Enlace directo
3	Brechas de 4-5 meses sin publicaciones web	Media-Alta	Ver cronograma (Sección 1.2)
4	FCP de 9.0s y LCP de 13.2s en móvil	Crítica	PageSpeed Insights
5	Sin meta descripción en página principal	Media	Auditoría Lighthouse
6	Instagram existente (corrección de reporte)	Corrección	Enlace directo
7	YouTube operando como archivo sin edición	Media	Enlace directo
8	Engagement rate	Media	Enlace directo

	menor a 0.5% en X/Twitter		
9	JS/CSS sin usar (750 KiB de sobrecarga)	Media	Auditoría Lighthouse
10	Problemas de accesibilidad ARIA y contraste	Media	Auditoría Lighthouse

6. HOJA DE RUTA RECOMENDADA

Mes 1: Acción Inmediata (Quick Wins)

- Eliminar la "Sample Page" de WordPress.
- Configurar redirecciones 301 de 2023.canla.org al dominio principal.
- Agregar meta descripción a todas las páginas core.
- Optimizar el peso de las imágenes principales (conversión a formato WebP).
- Corregir los atributos de accesibilidad ARIA urgentes.

Mes 2-3: Optimización Técnica

- Auditoría profunda de carga de plugins en WordPress/Elementor.
- Minificación y limpieza de JS/CSS residual.
- Implementación de *lazy loading* estricto para iframes de YouTube e imágenes pesadas.
- Configuración de políticas de caché y despliegue de CDN.
- Migración de acervos críticos de 2023.canla.org (Agenda, Mapa, Biblioteca) al entorno actual.

Mes 3-6: Estrategia de Contenido y Redes

- Establecer calendario editorial: mínimo 2-4 publicaciones orgánicas mensuales en la web.
- Desplegar estrategia nativa en Instagram (Reels dinámicos, Carruseles, Stories).
- Segmentar el delivery: X para *policy* y prensa, IG para activistas jóvenes, LinkedIn para stakeholders y cooperantes.
- Implementar flujo de reciclaje audiovisual: fraccionar webinars extensos en *Shorts* y clips para *feed*.
- Evolucionar el tono desde la comunicación burocrática hacia un *storytelling* enfocado en el impacto humano y territorial.