AUDITORÍA COMPLETA · 13 DE NOVIEMBRE DE 2026

Growthlab.

Auditoría profunda de la tienda B2B.

Rendimiento, código, SEO, UX, accesibilidad y seguridad de negocios.atlantic.la, con plan de mejora por fases.



Atlantic Food Service × GrowthLab

Growthlab.

Qué contiene este informe.

Examen de 25 láminas: hallazgos medidos, evidencia y cómo mejorarlos.

01 **Resumen y mapa**
Lo esencial y cuántos hallazgos hay

02 **Críticos**
Precios públicos y layout que altera scripts

03 **Rendimiento**
Portada, colecciones y fichas

04 **Código**
Calidad, deuda técnica y limpieza

05 **SEO**
Técnica, on-page, catálogo y schema

06 **Analítica**
GA4, GTM y errores de carga

07 **UX y accesibilidad**
Portada, colección, ficha, registro

08 **Seguridad y plan**
Riesgos, fases, tabla maestra y metas

Growthlab.

Qué se revisó y cómo se midió.

ALCANCE

- **Tienda:** `atlanticfs-wholesale` · negocios.atlantic.la
- **Tema auditado:** [PROFILE] — Mapache. #176112435447, el publicado (300 archivos, respaldado antes de empezar)
- **Catálogo:** 2.969 productos y 268 colecciones en el sitemap; 16 páginas de contenido
- **Plantillas medidas:** portada, colección, ficha de producto, registro B2B, login, carrito
- **Modo:** solo lectura. No se cambió ni publicó nada

CÓMO SE MIDIÓ

- **Lighthouse 12** local (Chrome, simulación de móvil y de escritorio) en portada, colección y ficha
- **Rastreo propio** de una muestra de 91 URL: 16 páginas, 30 colecciones y 45 productos repartidos por todo el sitemap
- `shopify theme check` sobre los 300 archivos del tema
- **Revisión visual** en escritorio y celular, y consola del navegador
- **Lectura del código** de layout, secciones, snippets y plantillas

Límites. No se cubrió el Admin (usuarios, apps, 2FA, catálogos y precios por empresa): la Admin API no está autorizada en la B2B. Las cifras de Lighthouse son de laboratorio, una sola corrida por página; no son datos de usuarios reales. Search Console y GA4 no estuvieron disponibles.

Growthlab.

Buen servidor, tema pesado y dos riesgos serios.

La infraestructura responde en milisegundos; lo que pesa y falla es el tema y el contenido. Estos son los cuatro hallazgos que más importan.

46

RENDIMIENTO PORTADA (MÓVIL)

LCP 6,4 s, TBT 1,9 s, tiempo hasta interactivo 9,1 s.

96 · 88

FICHA · COLECCIÓN

Las plantillas interiores rinden bien; el problema está en la portada.

92 · 91 · 87

ACCESIBILIDAD

Portada, ficha y colección. Hay fallos concretos y corregibles.

75

BUENAS PRÁCTICAS

Errores de JavaScript en consola y cookies de terceros.

P0 **Los precios no están realmente ocultos**

El sitio dice «Login para ver precios», pero precios y datos salen en `/products.json`, en el buscador y en el schema de cada ficha.

P0 **El layout reescribe el código de Shopify**

Cambia `src` por `data-src` y reemplaza fragmentos de scripts propios de Shopify. Genera errores de JavaScript en cada página.

P1 **Portada con 11.204 elementos y 215 formularios**

Cinco pestañas de colecciones se pintan completas aunque solo se vea una.

P1 **SEO de contenido casi vacío**

30 de 30 colecciones sin H1 ni meta descripción; 246 de 250 productos con descripción vacía; 0 de 275 imágenes con alt.

Growthlab.

Dónde está el trabajo.

Cada hallazgo lleva una prioridad: P0 crítico, P1 alto, P2 medio, P3 bajo.

9

P0 · CRÍTICO

Riesgo de negocio o rotura. Atender ya.

34

P1 · ALTO

Pérdida clara de rendimiento, SEO o conversión.

33

P2 · MEDIO

Mejora relevante con esfuerzo moderado.

14

P3 · BAJO

Orden, deuda técnica o detalles.

ÁREA	HALLAZGOS PRINCIPALES	ESTADO
Rendimiento	Portada 46 / 100; DOM 11.204; 5 pestañas y 5 slideshows; GTM 310 KB	Alta prioridad
Código	1.455 observaciones; `content_for_header` modificado; layouts duplicados	Alta prioridad
SEO	Colecciones sin H1 ni meta; 246 de 250 productos sin descripción; 0 de 275 imágenes con alt	Alta prioridad
Visual y UX	Marca fuerte; precio sin salida; fichas sin datos; registro sin contexto	Prioridad media
Accesibilidad	87 – 92 en Lighthouse; contraste y nombres de enlaces por corregir	Prioridad media
Seguridad y privacidad	Precios extraíbles; formulario de registro en tercero; apps sin revisar	Crítico / pendiente Admin

90 hallazgos clasificados en este informe. Las láminas siguientes detallan cada uno con su corrección.

Growthlab.

«Login para ver precios» es solo cosmética.

Probado desde un navegador sin sesión.

P0 **Precios públicos en `/products.json`**

Cualquiera, sin cuenta, lee el precio de cada variante. Ejemplo medido: un producto devuelve `100000.00`.

P0 **Precios en el buscador predictivo y en `.js`**

`/search/suggest.json` y `/products/<handle>.js` también entregan precio sin sesión.

P1 **Riesgo comercial**

Competidores y revendedores pueden extraer el catálogo con precios completo en minutos. Si la política es que el precio es reservado, hoy no se cumple.

P0 **Precios en la ficha, dentro del schema**

El JSON-LD de cada ficha incluye `price` (por ejemplo `45972.0` COP) aunque la página muestra «Iniciar sesión para ver precios».

P1 **Inconsistencia con Google**

Google compara el precio del schema con el de la página. Que no coincidan puede quitar el rico en resultados o generar avisos en Search Console.

P2 **Verificar qué precio es**

Falta confirmar si el precio público es la lista general o el precio mayorista por empresa; define la gravedad real.

Cómo corregirlo. Dejar el precio base de los productos en cero o en un valor de referencia, y servir el precio real solo con catálogos por empresa (B2B nativo de Shopify) para clientes con sesión. Quitar `price` y `offers` del JSON-LD cuando el cliente no esté logueado.

Growthlab.

El layout modifica los scripts que Shopify inyecta.

Es un «parche de velocidad» heredado del tema original. Hoy cuesta estabilidad y datos.

6+

ERRORES DE JAVASCRIPT POR CARGA

`Invalid left-hand side in assignment` y `process is not defined` aparecen varias veces en la consola de la portada. Dos de los scripts rotos son de Shopify (el adaptador WebMCP y `Shopify.PaymentButton`).

P0 **`content_for_header` pasa por una cadena de `replace`**

`layout/theme.liquid:86` lo comenta y `snippets/header-content.liquid` lo imprime cambiando `src=` por `data-src=`, eventos `DOMContentLoaded` y la llamada `asyncLoad`.

P0 **Fuerza `index,follow` sobre el `noindex` de Shopify**

Reemplaza `<meta name="robots" content="noindex,nofollow">` por `index,follow`. Puede indexar páginas que Shopify quería ocultar.

P1 **Otros tres archivos tocan `content_for_header`**

`main-collection.liquid:75`, `main-search.liquid:65` y `header-content.liquid:10,12` (marcados como error por `theme check`).

P1 **Imagen invisible de 9999×9999 px en el body**

Un SVG en base64 con `alt="website"` justo tras `<body>`. Es un truco para influir en el LCP y no aporta nada al usuario; conviene quitarlo.

P2 **Falta `content_for_header` en el layout alterno**

`theme.advreg.old.liquid` y `theme.liquid` no lo declaran de forma estándar; `theme check` lo reporta como error obligatorio.

Riesgo. Una actualización de Shopify en sus scripts puede dejar de funcionar sin aviso (métricas, pixel, pagos exprés). Recomendado: devolver `{{ content_for_header }}` a su forma estándar y medir de nuevo el rendimiento.

Growthlab.

La portada es la plantilla más lenta del sitio.

Medición local de Lighthouse, una corrida por página.

6,4 s
LCP MÓVIL
Meta: menos de 2,5 s. Escritorio: 4,0 s.

1.890 ms
BLOQUEO TOTAL (TBT)
Meta: menos de 200 ms. Escritorio: 430 ms.

9,1 s
TIEMPO HASTA INTERACTIVO
El usuario ve la página pero tarda en poder usarla.

11.204
ELEMENTOS EN EL DOM
Lo recomendado es menos de 1.500. La ficha tiene 3.076.

P1 **Una sola sección pesa 8.142 elementos**
`collection_tabs_Unp8kL`: 7 pestañas que se imprimen completas, cada tarjeta con su formulario de agregar al carrito (215 formularios en la página).

P1 **Scripts de terceros: 310 KB de GTM**
Google Tag Manager transfiere unos 310 KB; `unused-javascript` estima 203 KiB sin usar.

P2 **Imágenes PNG sin optimizar**
Banners de 554 KB y 195 KB; Lighthouse estima 184 KiB de ahorro al pasarlos a WebP/AVIF y ajustar tamaños.

P1 **Cinco secciones de pestañas y cinco slideshows**
La portada apila 5 slideshows y 5 bloques de pestañas (27 pestañas). El HTML pesa 608 KB sin comprimir.

P2 **jQuery, Swiper y SweetAlert2 en el camino crítico**
SweetAlert2 se carga desde jsDelivr sin versión fija y bloquea el análisis del HTML (`theme.liquid:88`).

Growthlab.

Lo que sí funciona y lo que se puede ganar.

PLANTILLA	RENDIMIENTO	LCP	TBT	DOM	PESO	OBSERVACIÓN
Portada (móvil)	**46**	6,4 s	1.890 ms	11.204	1.135 KiB	Pestañas de colecciones renderizadas completas
Portada (escritorio)	**46**	4,0 s	430 ms	11.204	1.076 KiB	Mismo problema, menos visible
Colección /all	**88**	3,7 s	100 ms	4.752	880 KiB	CLS 0,056; imagen LCP sin precarga
Ficha de producto	**96**	2,7 s	90 ms	3.076	805 KiB	Buena; 2,7 s de LCP mejorable

P1 **Mover cada pestaña a carga diferida**

Imprimir solo la pestaña activa y traer el resto con AJAX al hacer clic. Debería bajar la portada a menos de 3.000 elementos.

P2 **Cachés cortos en recursos propios**

`sweetalert2@11` y `loader.init-shop-cart-sync` salen con caché corto; fijar versión y autoalojar.

P2 **Precargar la imagen LCP de la colección**

`prioritize-lcp-image` falla: añadir `fetchpriority="high"` a la primera imagen.

P3 **Fuente `.ttc` de 2,3 MB en el tema**

`atlantic-helvetica.ttc` no apareció entre las descargas de la portada; confirmar si se usa y, si no, retirarla.

Meta realista: portada móvil de 46 a 85 puntos o más, con LCP menor de 2,5 s y TBT menor de 200 ms.

Growthlab.

1.455 observaciones técnicas en el tema.

1.455

OBSERVACIONES

511 ERRORES

944 AVISOS

Resultado de `shopify theme check` sobre 300 archivos. 184 archivos tienen al menos una observación.

OBSERVACIÓN	CANT.	LECTURA
Traducciones sin llave base (`MatchingTranslations`)	441	Casi todo en `pt-BR`, `pt-PT` y `es`: idiomas que no se usan
Filtro obsoleto `img_url`	151	Cambiar a `image_url` (imágenes responsivas)
Objeto `block` sin definir	93	Código que depende de contexto no declarado
Snippets huérfanos	77	Archivos que nadie incluye
Lazysizes en vez de `loading=lazy`	67	Librería innecesaria en navegadores actuales
Activos remotos (no CDN de Shopify)	27	Dependencia de jsDelivr y otros
Sintaxis HTML/Liquid rota	25	Ej.: `assets/collection.css.liquid`
Scripts que bloquean el análisis	7	Sin `defer` ni `async`
Filtro `trim` inexistente	3	Falla silenciosa en fichas y tarjetas
Snippet que no existe	2	`ssw-widget-avg-rate-listing`

Lectura. La mayor parte es deuda heredada del tema original, no de lo que Atlantic desarrolló. Lo importante para el negocio es lo funcional: el filtro `trim` inexistente, el snippet faltante y los scripts bloqueantes.

Growthlab.

Qué hay que limpiar y por qué.

P1 **Dos layouts casi idénticos**

`theme.advreg.old.liquid` duplica GTM, jQuery y scripts: riesgo de editar el archivo equivocado.

P2 **~27 secciones sin uso aparente**

Instagram, lookbook, shop-the-look, masonry, product-slider, round-banners, scrolling-text y más. Verificar una a una antes de retirar.

P2 **39 `!important` en `theme.css`**

Señal de estilos en conflicto; complica cualquier ajuste visual.

P3 **Código de apps o servicios retirados**

Weglot (`weglot_switcher.liquid`), token de Instagram en `theme.js:1108`, verificación de edad con `document.write`.

P1 **Estilos y scripts dentro de los `.liquid`**

33 archivos con `<style>` propio y 24 etiquetas `<script>` solo en `theme.liquid`; hay parches de CSS puntuales en `header-1`, `header-3` y `navigation`.

P2 **Plantillas de demostración publicadas en el código**

`portfolio1-4`, `contact1/2`, `store-locations`, `about2`, `joy` con correos de plantilla (`@yousite`, `@company.com`).

P2 **Dependencias antiguas**

jQuery 88 KB, Swiper 144 KB, PhotoSwipe 52 KB, Masonry 24 KB, jquery.currencies. No hay multimoneda activa que lo justifique.

P3 **Atributos con errores de escritura**

`area-label` en lugar de `aria-label` (3 sitios), `https//` sin dos puntos en `preconnect`, doble `canonical`.

Orden sugerido. Trabajar sobre `Draft — Mapache.`, limpiar sin cambiar el aspecto (archivos huérfanos, layout viejo, secciones sin uso), y medir con Lighthouse al final de cada bloque.

Growthlab.

La base técnica es correcta; se desperdicia.

LO QUE ESTÁ BIEN

- Sitemap con 2.969 productos, 268 colecciones, 16 páginas y blog
- `robots.txt` correcto: bloquea carrito, checkout y cuentas; permite rastreadores
- `canonical` presente y coherente en las 91 URL medidas; ninguna con `noindex`
- HTTPS, `hreflang`, `lang="es"` y HSTS
- Todas las páginas medidas responden 200; el 404 devuelve 404
- Ficha de producto: SEO 100 en Lighthouse, con `Product` y `BreadcrumbList`

LO QUE NO SE APROVECHA

- Portada y colecciones: SEO 92, sin meta descripción
- Ninguna de las 16 páginas ni la portada tiene imagen para redes (`og:image`)
- Solo ~1.800 enlaces en la portada, la mayoría del menú desplegable de 266 vínculos: el texto único de cada página es poco frente al menú
- El título de la portada es genérico: «Atlantic Food Service– NEGOCIOS.ATLANTIC»
- Sitemap incluye páginas de uso interno (ver siguiente lámina)
- Sin acceso a Search Console: no se sabe qué se indexa ni qué consultas traen tráfico

Impacto. Con 2.969 productos, el potencial de búsqueda es grande: cada ficha es una página que puede captar consultas del tipo «proveedor de calamar congelado». Hoy casi ninguna tiene texto propio.

Growthlab.

Colecciones y fichas sin lo básico.

Muestra distribuida por todo el sitemap, no solo las primeras URL.

MEDIDA (MUESTRA RASTREADA)	PÁGINAS (16)	COLECCIONES (30)	PRODUCTOS (45)
Sin meta descripción	7 (44 %)	**30 (100 %)**	**40 (89 %)**
Sin H1	6 (38 %)	**30 (100 %)**	0
Título de más de 60 caracteres	0	0	15 (33 %)
Sin `og:image`	16 (100 %)	30 (100 %)	2 (4 %)
Meta descripción repetida	0	0	2

P0 **Colecciones sin H1 ni descripción**

La colección `/collections/res` no muestra título ni texto en la página. Es la plantilla con más potencial para búsquedas genéricas y hoy no dice de qué trata.

P1 **La meta de producto, cuando existe, es texto de ficha cortado**

40 de 45 fichas no tienen meta; en las que sí, empieza con «Presentación: Unidad de peso variable…» y se corta a mitad de frase.

P1 **Títulos de colección sin contexto**

«Res– NEGOCIOS.ATLANTIC»: falta el término de búsqueda real («Cortes de res para restaurantes…»).

P1 **Páginas sin H1 y con título corto**

`b2b-register`, `importar`, `user-management`, `contactanos`, `lineaetica` y `politicas-de-entrega` no tienen H1; los títulos son el slug.

Growthlab.

El catálogo no tiene texto que Google pueda leer.

Muestra de `/products.json` (250 productos) y rastreo de 45 fichas.

246 / 250

PRODUCTOS SIN DESCRIPCIÓN

Cuerpo del producto vacío en la muestra de 250; en el rastreo, la descripción del schema promedia 43 caracteres.

0 / 275

IMÁGENES CON ALT

Ninguna imagen de producto tiene texto alternativo.

223 / 250

CON IMAGEN DE RELLENO

Usan el isotipo de Atlantic como imagen. Se ve como logo en la grilla.

197 / 250

SIN TIPO DE PRODUCTO

Solo 15 tipos definidos; dificulta filtros y breadcrumbs.

P1 **Escribir descripciones únicas por producto**

Qué es, formato, peso, conservación, uso en cocina y presentación. Empezar por los 100 productos más vendidos.

P1 **Fotos reales para los productos con isotipo**

89 % de la muestra no tiene foto propia; es lo que más se ve en las colecciones.

P3 **Títulos sin repetir el sufijo**

Todos terminan en «— NEGOCIOS.ATLANTIC»; en 15 de 45 fichas eso los deja por encima de 60 caracteres.

P1 **Alt para todas las imágenes**

Se puede generar con la plantilla `{título} — {presentación}` y cargarlo por Matrixify (ya instalada) o la Admin API.

P2 **Completar tipo de producto, marca y etiquetas**

33 de 250 productos no tienen etiquetas; el `brand` del schema dice «NEGOCIOS.ATLANTIC» en vez de la marca real.

Growthlab.

Schema inexacto y páginas privadas en el sitemap.

P1 **`Product` con precio público**
Ya visto: el precio está en el JSON-LD aunque la página lo oculta.

P2 **`description` vacía y `brand` incorrecto**
La descripción del producto va vacía y la marca es el nombre de la tienda.

P2 **Páginas internas dentro del sitemap**
`created-order`, `importar`, `user-management`, `solicitud-de-credito` y `solicitud-de-credito-1` están en el sitemap y sin `noindex`.

P3 **Falta `FAQPage` y `LocalBusiness`**
Existen páginas de ayuda, entregas y devoluciones; el schema de organización no incluye contacto ni dirección.

P2 **`priceValidUntil` con formato inválido**
Sale como `2026-11-14 14:04` y parece calculado al día siguiente. Debe ser una fecha ISO (`2026-12-31`).

P2 **`@context` con `http://`**
5 archivos usan `http://schema.org`; debe ser `https://`.

P2 **Dos páginas casi iguales**
`solicitud-de-credito` y `solicitud-de-credito-1` repiten estructura: riesgo de contenido duplicado.

P3 **Sin `og:image` ni `twitter:card`**
Los enlaces compartidos por WhatsApp se ven sin imagen, relevante en un negocio que vende por contacto directo.

Prioridad. Sacar del sitemap las páginas internas (con `noindex`) y corregir el schema son cambios pequeños con efecto inmediato en cómo Google interpreta el sitio.

Growthlab.

Seguimiento duplicado y errores de carga.

P1 **Dos propiedades de GA4 en la misma página**

`G-Q3ZCE86RF3` fijo en el tema y `G-L71YVNT4C7` cargado por GTM. Si ambas se usan, los datos se reparten o se duplican.

P2 **GTM `GTM-5GXW594D` en el `<head>` y de nuevo en `<noscript>`**

Normal, pero hay también una copia en el layout viejo; unificar.

P2 **Cookie de terceros de Shop Pay**

Lighthouse reporta una cookie de terceros (`shop.app/pay/hop`); es de Shopify, pero entra en el aviso de cookies.

P1 **Etiqueta de Google Ads además**

Aparece `AW-629080426`; confirmar que las conversiones no se cuentan dos veces.

P2 **Errores 404 recurrentes**

`/favicon.ico` y la bandera `es.svg` del selector de idioma devuelven 404 en cada carga.

P3 **Un 401 y `process is not defined` en consola**

Provienen de scripts de terceros; revisar si es la app de registro o el chatbot.

Acción. Con acceso a GA4 y GTM se puede dejar una sola fuente de verdad, validar eventos de ecommerce (ver producto, agregar, iniciar pedido) y medir cuánto del tráfico llega a «Login para ver precios».

Growthlab.

La marca se ve bien; falta ayudar a decidir.

P1 **«Login para ver precios» en cada tarjeta**

Enlace subrayado dorado sobre negro: bajo contraste (falla el chequeo de Lighthouse) y sin siguiente paso. Debe ser botón y ofrecer «Regístrate para ver precios».

P1 **Nombres truncados en las tarjetas**

«Aji-No-Men…», «Carne Molida Americana 7 Peso Varia…»: el nombre completo es la decisión de compra. Permitir 2 líneas.

P2 **Sin orden, sin contador y sin pesos**

La colección no muestra «Ordenar por», cuántos productos hay ni el formato. Los filtros (tipo, categoría, presentación, cuisine) están colapsados.

P3 **Un menú de 266 enlaces**

El megamenú es útil pero extenso; la jerarquía Res/Cerdo/Aves/Mariscos es clara, los niveles profundos conviene probarlos con usuarios.

P1 **La colección no tiene título ni breadcrumb**

En `/collections/res` el usuario ve filtros y tarjetas, pero ninguna cabecera que diga dónde está.

P2 **Imágenes de relleno y recortes irregulares**

Productos con el isotipo en lugar de foto; una foto con zoom distinto al resto rompe la grilla.

P2 **Portada sin propuesta de valor**

Carrusel y pestañas, pero nada sobre cobertura, pedido mínimo, entregas o crédito para el negocio que llega por primera vez.

P3 **Espacio vacío bajo los banners en móvil**

Bloque crema sin contenido visible entre los banners y el menú inferior.

Growthlab.

La ficha no vende: falta información.

P1 **Pestaña «Descripción» vacía**
Se abre y no muestra nada; en 246 de 250 productos el cuerpo está vacío.

P1 **Sin precio ni forma de pedirlo**
Solo «Iniciar sesión para ver precios». Falta «Solicitar cotización» o «Registrarme» para quien aún no tiene cuenta.

P2 **Mensajes útiles pero genéricos**
«Precio sin IVA e impuestos», «precios en kilos» y «peso variable» están bien, pero repetidos en todas las fichas; separarlos por tipo de producto.

P3 **«Nuestros Favoritos» sin criterio visible**
El bloque de abajo repite la misma tarjeta con «Login para ver precios» en vez de recomendar relacionados.

P1 **Sin datos técnicos visibles**
No hay presentación, peso por unidad, conservación, empaque ni calibre; el cliente B2B lo necesita para comparar.

P2 **SKU suelto bajo el título**
Se muestra «72» sin etiqueta, sin contexto.

P2 **Pocas imágenes por producto**
225 de 250 productos tienen una sola imagen; falta empaque trasero, tabla nutricional y foto en uso.

P3 **Breadcrumb solo con «Home»**
No incluye la colección; menos orientación y menos enlaces internos.

Idea de rediseño. Una ficha de tres bloques: foto + datos clave a la vista, ficha técnica expandible y «Solicitar acceso» como acción principal para el visitante sin cuenta.

Growthlab.

El registro es largo, sin contexto y en manos de un tercero.

Es el embudo más importante de una tienda B2B: pasar de visitante a cliente aprobado.

P1 **Formulario sin introducción**

`/pages/b2b-register` abre directo con «Información de Facturación»: no explica requisitos, tiempos de aprobación ni beneficios.

P1 **Está incrustado desde un tercero**

El formulario viene de `taloncommerce.com` (app Advanced Registration). Ahí viajan NIT, cédula y datos de contacto; revisar acuerdo de tratamiento de datos.

P2 **Sin progreso ni mensaje de éxito visibles**

Es un formulario largo (facturación, establecimiento, redes sociales) sin pasos ni estimación de tiempo.

P3 **Login sin ayuda**

La página de cuenta no ofrece «¿Olvidaste tu contraseña?» destacado ni enlace al registro.

P1 **Sin H1 y con la ruta como título**

El breadcrumb dice «b2b-register» y el título de la pestaña también.

P2 **Campos y etiquetas poco claros**

«Tipo factura / Persona», «No. de identificación» con «número de cédula» y «Nit» sin asterisco: no queda claro qué es obligatorio.

P2 **Dos páginas de crédito casi iguales**

`solicitud-de-credito` y `solicitud-de-credito-1` están publicadas; consolidar.

Growthlab.

Buen punto de partida, con arreglos puntuales.

92
PORTADA
Lighthouse accesibilidad

91
FICHA
Lighthouse accesibilidad

87
COLECCIÓN
Lighthouse accesibilidad

352
OBJETIVOS TÁCTILES < 44 PX
De 2.000 enlaces y botones medidos en la portada

P1 **Contraste insuficiente**
Botones «Login para ver precios», el enlace «Sushi» de la portada y el botón de login en la ficha.

P2 **Orden de encabezados roto**
Hay un `<h4>` en el encabezado antes de cualquier H1/H2 (`h4 fl f-aic f-jcsb`).

P2 **Roles ARIA no permitidos**
En los enlaces de la galería (`data-pswp`) de la ficha.

P1 **Enlaces y botones sin nombre**
El ícono de búsqueda (`searchIcn`), enlaces `cl_item_link` con `href` vacío y el botón de filtros con `area-label` (typo de `aria-label`).

P2 **Alt redundante**
El logo y la bandera «Español» repiten texto; deben ser decorativos o describir la acción.

P3 **Letra mínima de 11 px en móvil**
Aceptable en etiquetas, pero no en texto de lectura.

Lo bueno. Hay enlace «saltar al contenido», `lang="es"`, `viewport` sin bloqueo de zoom y la portada no se desborda en móvil.

Growthlab.

Sin llaves expuestas; el riesgo está en datos y permisos.

P0 **Precios y catálogo extraíbles sin sesión**
Ver lámina de precios: es una fuga de información comercial.

P1 **Permisos de apps sin revisar**
Matrixify, Wizybot, Advanced Registration, Forms y la app propia `b2b-atlantic-mapache` requieren revisión en el Admin (en la B2C, Matrixify y Wizybot tienen acceso a todo el historial de pedidos).

P2 **HSTS de 91 días sin `includeSubDomains`**
Lo controla Shopify; informativo.

P1 **Datos del registro B2B en un servidor de terceros**
NIT, cédula, dirección y teléfono pasan por `taloncommerce.com`. Pedir al proveedor política de datos, ubicación y retención.

P2 **Scripts externos sin integridad**
SweetAlert2 desde jsDelivr y Tag Manager: si el CDN se compromete, se ejecuta código ajeno en la tienda. Fijar versión y autoalojar.

P3 **Sin `security.txt`**
Estándar de Shopify; opcional.

Positivo. No hay `shpat_`, `sk_live`, `AKIA` ni claves privadas en el tema; `X-Frame-Options: DENY`, CSP con `frame-ancestors`, cookies `HttpOnly` y `Secure`. Pendiente: usuarios, 2FA y apps en el Admin B2B.

Growthlab.

Tres fases para cerrar los hallazgos.

FASE	ACCIONES	HORAS APROX.	RESULTADO ESPERADO
0 · Esta semana	Respaldo ya hecho. Decidir política de precios. Quitar páginas internas del sitemap. Corregir `https//`, doble canonical, `area-label`. Sacar el SVG de 9999 px	6 – 8	Cierra el riesgo de precios y las correcciones más rápidas
1 · Semanas 2 a 4	Devolver `content_for_header` a estándar. Cargar pestañas de la portada bajo demanda. H1 y meta en colecciones y páginas. Botón «Registrarme para ver precios». Una sola GA4	16 – 20	Portada móvil de 46 a 85 puntos o más. Colecciones indexables con contexto
2 · Mes 2	Alt para todo el catálogo. Meta y descripciones de los 100 productos principales. Ficha de producto rediseñada. Registro B2B con introducción y pasos	20 – 24	Más páginas con texto propio y mejor conversión de visita a cliente
3 · Mes 3	Limpieza de código (secciones, layouts, `img_url`, lazysizes). Fotos reales. Revisión del Admin (usuarios, 2FA, apps)	14 – 18	Tema mantenible y menos superficie de riesgo

Sobre el tiempo. Las horas son una estimación gruesa para planear. Con la bolsa de 20 h/mes, la Fase 0 y gran parte de la 1 caben en el primer mes; las demás se reparten en los siguientes. Todo el trabajo de tema va sobre el borrador `Draft — Mapache.`, no sobre el publicado.

Growthlab.

Las 15 acciones de mayor impacto.

#	ACCIÓN	PRIOR.	ESFUERZO	DÓNDE
1	Ocultar precios de verdad (catálogos B2B) y quitarlos del schema sin sesión	P0	Medio	Shopify + tema
2	Restaurar `content_for_header` estándar	P0	Medio	Tema
3	H1, descripción y meta en las 268 colecciones	P0	Medio	Tema + datos
4	Cargar pestañas de la portada bajo demanda	P1	Medio	Tema
5	Botón claro «Registrarme para ver precios»	P1	Bajo	Tema
6	Alt para el catálogo completo	P1	Medio	Datos / Matrixify
7	Descripciones y meta de los 100 productos principales	P1	Alto	Contenido
8	Una sola GA4 y revisión de Ads	P1	Bajo	GTM / GA4
9	Registro B2B con introducción, pasos y H1	P1	Medio	Tema + app
10	Sacar páginas internas del sitemap (`noindex`)	P2	Bajo	Tema
11	Corregir schema (`priceValidUntil` , `brand` , `https`)	P2	Bajo	Tema
12	Optimizar imágenes PNG y precargar la imagen LCP	P2	Bajo	Tema + archivos
13	Arreglos de accesibilidad (contraste, nombres, encabezados)	P2	Bajo	Tema
14	Limpiar layouts, secciones y plantillas de demostración	P2	Medio	Tema
15	Revisar Admin: usuarios, 2FA y permisos de apps	P1	Bajo	Admin B2B

Growthlab.

Cómo sabremos que mejoró.

INDICADOR	HOY	META	CÓMO SE MIDE
Rendimiento portada (móvil)	46	85 o más	Lighthouse en las mismas condiciones
LCP portada (móvil)	6,4 s	menos de 2,5 s	Lighthouse y datos de campo
TBT portada (móvil)	1.890 ms	menos de 200 ms	Lighthouse
Elementos en el DOM (portada)	11.204	menos de 3.000	Lighthouse
Errores de JavaScript en consola	6+ por carga	0	Consola del navegador
Colecciones con H1 y meta	0 %	100 %	Rastreo propio
Fichas con meta descripción propia	11 %	100 % de las 100 principales	Rastreo propio
Imágenes de producto con alt	0 %	100 %	API de productos
Observaciones de `theme check`	1.455	menos de 400	`shopify theme check`
Propiedades GA4 activas	2	1	Revisión de GTM

Repetición. Se mide otra vez al cerrar cada fase con los mismos scripts, para comparar «antes» y «después» y reportarlo.

Growthlab.

Qué necesitamos para empezar.

DE ATLANTIC

- Confirmar la política de precios: ¿el precio público es lista general o mayorista?
- Acceso al Admin B2B con un rol que permita ver usuarios, apps y catálogos por empresa
- Acceso a Search Console, GA4 y GTM de la B2B
- Visto bueno para borrar temas antiguos y apps sin uso
- Fotos reales de los productos con isotipo

DE GROWTHLAB

- Empezar la Fase 0 sobre el borrador `Draft — Mapache.`
- Probar `content_for_header` estándar y medir rendimiento antes y después
- Preparar la carga de alt, meta y descripciones
- Revisión del Admin (usuarios, 2FA, apps) en cuanto haya acceso
- Informe de seguimiento al cierre de cada fase