

SILVANA DESIGN · PORTFOLIO

avril

CLÍNICA ESTÉTICA · MONTEVIDEO

Reporte de Auditoría UX

9 HALLAZGOS · SEVERIDADES DOCUMENTADAS · CORRECCIONES ACCIONABLES · 2026

AUDITORÍA UX

WORDPRESS

SEO ON-PAGE

CONFIANZA DIGITAL

Sobre *Clínica Avril*

Clínica Avril es la primera y más antigua clínica estética del Uruguay, con más de 20 años de trayectoria y dos sedes en Montevideo (Bulevar Artigas y Carrasco). La marca cuenta con 13.3K seguidores en Instagram y ofrece servicios en seis áreas: Cirugías Estéticas, Sin Cirugía, Medicina Estética, Depilación Láser, Centro Dermatológico y Estética Masculina.

Esta auditoría fue realizada como caso de ejemplo para el portfolio de Silvana Design. Ningún trabajo fue contratado ni solicitado por Clínica Avril. Los hallazgos son reales y verificados a partir de la inspección del sitio público avril.com.uy.

ALCANCE DE LA AUDITORÍA

Páginas revisadas: homepage, página Empresa, menús de navegación, footer global y código fuente visible. Stack técnico: WordPress + Slider Revolution + WPBakery. No se revisaron métricas de Analytics ni velocidad de carga.

METODOLOGÍA

Cómo se realizó la auditoría

01

Revisión heurística

Recorrido del sitio como paciente potencial — desde Instagram hasta el formulario de contacto — evaluando señales de confianza, coherencia visual y consistencia de contenido.

02

Auditoría técnica

Inspección del código fuente (HTML visible) de las páginas principales: metaetiquetas, hrefs, atributos de scripts, footer global y menús de navegación.

03

Análisis de confianza

En servicios médico-estéticos, la confianza es el principal factor de conversión. Se evaluaron las señales que comunican actualización, profesionalismo y seriedad institucional.

04

Documentación y priorización

Cada hallazgo fue clasificado por severidad (alta / media / baja) según su impacto en la experiencia del usuario y en la confianza percibida de la clínica.

Los 9 hallazgos de la auditoría

#	HALLAZGO	ÁREA	SEVERIDAD
01	Link a Google+ activo en el footer — red cerrada desde 2019	Técnico / Confianza	ALTA
02	Triple Google Tag Manager — tres contenedores GTM simultáneos	Técnico / Analytics	ALTA
03	Sub-ítems de navegación con <code>http://#</code> — href malformado	Técnico / UX	ALTA
04	Meta description: volcado de keywords sin persuasión ni CTA	SEO On-Page	MEDIA
05	Typo "compañia" sin tilde — en todas las páginas del sitio	UX Writing	MEDIA
06	Referencia a "nuestra revista.*" — asterisco sin destino	Contenido / UX	MEDIA
07	Página Empresa sin actualizar desde julio 2018	Contenido	BAJA
08	Menú sin tilde: "Depilación Laser" en área Dermatología	UX Writing	BAJA
09	"Thermage" en Estética Masculina redirige a página incorrecta	UX / Navegación	BAJA

HALLAZGOS DETALLADOS

Análisis *punto a punto*

01 Link a Google+ activo en el footer — red cerrada desde abril 2019

SEVERIDAD ALTA TÉCNICO · CONFIANZA

El footer global del sitio incluye un enlace al perfil de Google+ de la clínica. Google cerró Google+ para consumidores en abril de 2019. Hoy, ese link lleva a una página de error de Google. En una clínica médico-estética, donde la confianza es el principal factor de decisión, un link muerto a una red que dejó de existir hace seis años comunica abandono y descuido institucional. No es un error técnico menor: es la primera señal que el sitio no se revisa.

SITUACIÓN ACTUAL

Ícono de Google+ visible en el footer. Al hacer clic: página de error de Google. 100% de los visitantes con perfil digital reconocen la señal.

CORRECCIÓN RECOMENDADA

Eliminar el ícono de Google+ del footer. Si se quiere agregar un canal social relevante, considerar WhatsApp Business o LinkedIn. Auditar que todos los links del footer sean válidos.

02 Triple Google Tag Manager — tres contenedores GTM activos simultáneamente

SEVERIDAD ALTA TÉCNICO · ANALYTICS

El código fuente del sitio incluye tres contenedores de Google Tag Manager distintos disparándose en cada página. Esto provoca que cualquier evento o conversión registrada en Google Analytics aparezca triplicada, haciendo que los datos de tráfico, comportamiento y conversiones sean completamente inútiles para la toma de decisiones. Es el resultado de agregar GTM en distintos momentos sin eliminar las implementaciones anteriores.

EVIDENCIA — CÓDIGO FUENTE (TODOS LOS SCRIPTS, MISMO <HEAD>)

GTM-TJKH92N

GTM-N8SM4W3

GTM-ND5XVCF

IMPACTO ACTUAL

Métricas de Analytics infladas 3x. Cualquier decisión basada en datos de tráfico o conversión es errónea. Posible impacto en velocidad de carga por scripts duplicados.

CORRECCIÓN

Identificar cuál contenedor GTM es el activo y válido. Eliminar los otros dos del código. Verificar que el historial de datos no sea restaurable desde los contenedores eliminados.

03 Sub-ítems de navegación con `http://#` — href malformado en todo el sitio

SEVERIDAD ALTA TÉCNICO · UX

Los encabezados de sección en el menú de navegación principal (que agrupan servicios como "Sin Cirugía", "Medicina Estética", etc.) tienen el atributo href configurado como `http://#`. Esta sintaxis es un placeholder incorrecto que resulta en una redirección circular o en error. Si un usuario hace clic en el nombre de la categoría esperando ver una landing de esa área, el navegador intenta resolver una URL inválida.

EVIDENCIA — MENÚ DE NAVEGACIÓN GLOBAL

```
<a href="http://#">Sin Cirugía</a>
<a href="http://#">Medicina Estética</a>
<a href="http://#">Estética Masculina</a>
```

CÓDIGO EN PRODUCCIÓN

```
href="http://#"
```

CORRECCIÓN

Si el ítem no tiene página propia: usar `href="#"` o `role="button"`. Si debe tener página: crear la landing correspondiente y asignar URL correcta.

04 Meta description: volcado de keywords sin persuasión ni CTA

SEVERIDAD MEDIA SEO ON-PAGE

La meta description de la homepage consiste en un listado de servicios separados por comas, sin estructura de oración, sin diferenciador institucional, sin mención de la ubicación ("Montevideo" o "Uruguay") y sin ningún llamado a la acción. Este texto es lo que aparece en Google cuando alguien busca la clínica — es la primera línea de comunicación con un potencial paciente que todavía no entró al sitio.

META DESCRIPTION ACTUAL

Cirugías estéticas, Medicina estética, Depilación láser, Dermatología, Estética Masculina, Tratamientos sin cirugía

PROPUESTA OPTIMIZADA

Clínica estética líder en Uruguay con más de 20 años de experiencia. Cirugías, medicina estética, dermatología y depilación láser en Montevideo. Agendá tu consulta.

05 Tipo "compañía" sin tilde — presente en todas las páginas

SEVERIDAD MEDIA UX WRITING

La barra superior del sitio contiene el texto "compañia" — sin la tilde sobre la ñ que corresponde. La forma correcta es "compañía". Este error tipográfico está en la barra visible al tope de cada página del sitio, por lo que es leído por el 100% de los visitantes. En una clínica médica que comunica precisión y profesionalismo, los errores ortográficos en elementos globales erosionan la credibilidad.

TEXTO EN PRODUCCIÓN

compañia

CORRECCIÓN

compañía

06 Referencia a "nuestra revista.*" — asterisco sin destino ni aclaración

SEVERIDAD MEDIA CONTENIDO · UX

La página Empresa menciona "nuestra revista.*" con un asterisco que no resuelve en ninguna nota al pie ni en ningún enlace visible. No queda claro si la revista existe, si fue discontinuada o si el asterisco era una referencia que nunca se completó. Un usuario que lee esto y busca más información sobre la publicación no encuentra nada, lo que genera confusión sobre la credibilidad del contenido editorial de la clínica.

SITUACIÓN ACTUAL

El asterisco aparece en la página Empresa sin ninguna nota asociada. El lector no puede resolver la referencia.

CORRECCIÓN

Si la revista existe: agregar enlace o nota explicativa. Si fue discontinuada: eliminar la referencia. Si el asterisco era un placeholder: removerlo.

07 Página Empresa sin actualizar desde julio 2018 — 8 años de deuda de contenido

SEVERIDAD BAJA CONTENIDO

El meta tag `last-modified` de la página Empresa registra la última modificación el 27 de julio de 2018. En una clínica que acumula trayectoria institucional, la página "quiénes somos" es una de las más visitadas por pacientes que están evaluando si confiar en el equipo. No reflejar ningún logro, reconocimiento, incorporación de equipo o actualización de los últimos 8 años es una oportunidad perdida de construir credibilidad.

EVIDENCIA — METADATO DE PÁGINA

IMPACTO

Contenido estático desde 2018. Cualquier evento, galardón, nuevo servicio o integrante del equipo de los últimos 8 años no aparece.

RECOMENDACIÓN

Revisión anual del contenido institucional. Agregar al menos un párrafo de actualización por año. Considerar sección de equipo con nombres y especialidades.

08 Menú sin tilde: "Depilación Laser" en el área Dermatología

SEVERIDAD BAJA UX WRITING

En el menú del área Dermatología, uno de los ítems aparece como "Depilación Laser" sin la tilde que corresponde: "Láser". En el resto del sitio el término aparece correctamente acentuado. Esta inconsistencia ortográfica en la navegación principal comunica falta de revisión editorial.

MENÚ ACTUAL

Depilación Laser

CORRECCIÓN

Depilación Láser

09 "Thermage" en Estética Masculina redirige a la página de Lifting sin cirugía

SEVERIDAD BAJA UX · NAVEGACIÓN

El ítem "Thermage" en el sub-menú de Estética Masculina lleva al usuario a la página "Lifting sin cirugía" en lugar de a información específica sobre Thermage para hombres. Un usuario que busca información sobre Thermage masculino llega a una página genérica de otro tratamiento. Esta navegación incorrecta puede interpretarse como falta de especialización o simplemente como descuido en la configuración de links.

DESTINO ACTUAL DEL LINK

avril.com.uy/lifting-sin-cirugia/

CORRECCIÓN

Crear página específica de Thermage o corregir el link para llevar a la sección correcta del tratamiento. Si el contenido es el mismo, unificar ambas páginas y redirigir.

Impacto y *esfuerzo estimado*

#	HALLAZGO	IMPACTO EN CONFIANZA	ESFUERZO	QUIÉN LO RESUELVE
01	Google+ en footer	Alto	15 min	Administrador WordPress
02	Triple GTM	Alto	1 h (dev)	Desarrollador / GTM manager
03	hrefs <code>http://#</code>	Alto	2–3 h	Administrador WordPress
04	Meta description	Medio	30 min	Administrador + redacción
05	Typo "compañia"	Medio	5 min	Administrador WordPress
06	Asterisco sin destino	Bajo–Medio	15 min	Administrador de contenido
07	Página Empresa 2018	Medio	4–8 h (redacción)	Dirección + redacción
08	"Laser" sin tilde	Bajo	5 min	Administrador WordPress
09	Thermage → link incorrecto	Bajo	15 min	Administrador WordPress

SILVANA DESIGN · PORTFOLIO

avril

CLÍNICA ESTÉTICA · MONTEVIDEO

Revisión de Microcopy y Metaetiquetas

TITLE TAGS · META DESCRIPTIONS · CORRECCIONES TIPOGRÁFICAS · 2026

SEO ON-PAGE

UX WRITING

MICROCOPY

Palabras que trabajan *antes de que entren*

El microcopy de un sitio médico-estético es la primera línea de confianza. Lo que aparece en Google, los textos de navegación y los mensajes globales del sitio forman la impresión antes de que el usuario tome la decisión de agendar una consulta. Esta revisión documenta los problemas de copy detectados en la auditoría y propone textos concretos, listos para copiar y pegar.

METAETIQUETAS SEO

Cómo aparece *Avril en Google*

Homepage

avril.com.uy

VISTA ACTUAL EN GOOGLE

Clínica Avril | Clínica estética en Uruguay

avril.com.uy

Cirugías estéticas, Medicina estética, Depilación láser, Dermatología, Estética Masculina, Tratamientos sin cirugía

La meta description actual es un listado de servicios separados por comas. No hay oración, no hay diferenciador, no hay ubicación y no hay ningún llamado a la acción. Google también puede generar snippets propios desde el contenido de la página, que generalmente son peores.

META DESCRIPTION ACTUAL

Cirugías estéticas, Medicina estética, Depilación láser, Dermatología, Estética Masculina, Tratamientos sin cirugía

PROPUESTA OPTIMIZADA (≤155 CARACTERES)

Clínica estética líder en Uruguay con más de 20 años de experiencia. Cirugías, medicina estética, dermatología y láser en Montevideo. Agendá tu consulta.

VISTA PROPUESTA EN GOOGLE

Clínica Avril | Primera Clínica Estética del Uruguay · Montevideo

avril.com.uy

Clínica estética líder en Uruguay con más de 20 años de experiencia. Cirugías, medicina estética, dermatología y láser en Montevideo. Agendá tu consulta.

Página Empresa / Sobre Nosotros

avril.com.uy/empresa/

La página institucional no tiene una meta description diferenciada. Es la página más consultada por usuarios que están evaluando confiar en el equipo. La propuesta refuerza la trayectoria y la especialización.

ESTADO ACTUAL

Sin meta description específica
(hereda o auto-genera)

PROPUESTA

Conocé al equipo de Clínica Avril.
Más de 20 años formando a los
referentes de la medicina y cirugía
estética en Uruguay. Dos sedes en
Montevideo.

CORRECCIONES TIPOGRÁFICAS

Errores que se ven *en cada página*

Los siguientes errores aparecen en elementos globales del sitio — la barra superior, el menú de navegación, o textos que se repiten en todas las páginas. Eso significa que son vistos por el 100% de los visitantes.

UBICACIÓN	TEXTO ACTUAL	CORRECCIÓN	TIPO DE ERROR
Barra superior (todas las páginas)	<i>compañia</i>	compañía	Tilde faltante
Menú Dermatología	<i>Depilación Laser</i>	Depilación Láser	Tilde faltante en préstamo
Página Empresa	<i>nuestra revista.*</i>	Eliminar referencia o completar con enlace	Placeholder sin resolver

COPY DE NAVEGACIÓN

Links que llevan *a ningún lado*

Los sub-ítems del menú principal usan `http://#` como href — un placeholder técnico que llega a producción. Más allá del código, el nombre de las categorías en el menú también merece revisión para que sean orientativas y coherentes con los servicios ofrecidos.

ÍTEM DE MENÚ	PROBLEMA	RECOMENDACIÓN
Sin Cirugía (encabezado)	href="http://#"	Crear landing /sin-cirugia/ o usar href="#" si es solo un agrupador
Medicina Estética (encabezado)	href="http://#"	Crear landing /medicina-estetica/ o resolver el href
Estética Masculina (encabezado)	href="http://#"	Crear landing /estetica-masculina/ o resolver el href
Thermage (en Estética Masculina)	Redirige a "Lifting sin cirugía"	Corregir el link al destino correcto del tratamiento

PRINCIPIOS DE UX WRITING MÉDICO

Copy que *genera confianza*



Especificidad sobre generalidad

"+20 años de experiencia en Uruguay" comunica más que "clínica de excelencia". Los detalles verificables generan más confianza que los adjetivos.



Ubicación en contexto médico

En búsquedas locales de salud, la ubicación es determinante. Mencionar "Montevideo" y las dos sedes en meta descriptions y copy clave mejora tanto el SEO como la confianza.



Ortografía como señal de calidad

En una clínica médica, cada error tipográfico es una señal de descuido. El paciente transfiere inconscientemente la calidad del texto a la calidad del servicio.



CTA claro y sin fricción

"Agendá tu consulta" es más efectivo que "contacto" porque indica la acción concreta. El voseo rioplatense es natural y cercano para la audiencia uruguaya.

SILVANA DESIGN · PORTFOLIO

avril

CLÍNICA ESTÉTICA · MONTEVIDEO

Mapa de Prioridades

9 HALLAZGOS · IMPACTO × ESFUERZO · PLAN DE IMPLEMENTACIÓN · 2026

PRIORIZACIÓN

IMPACTO × ESFUERZO

ROADMAP

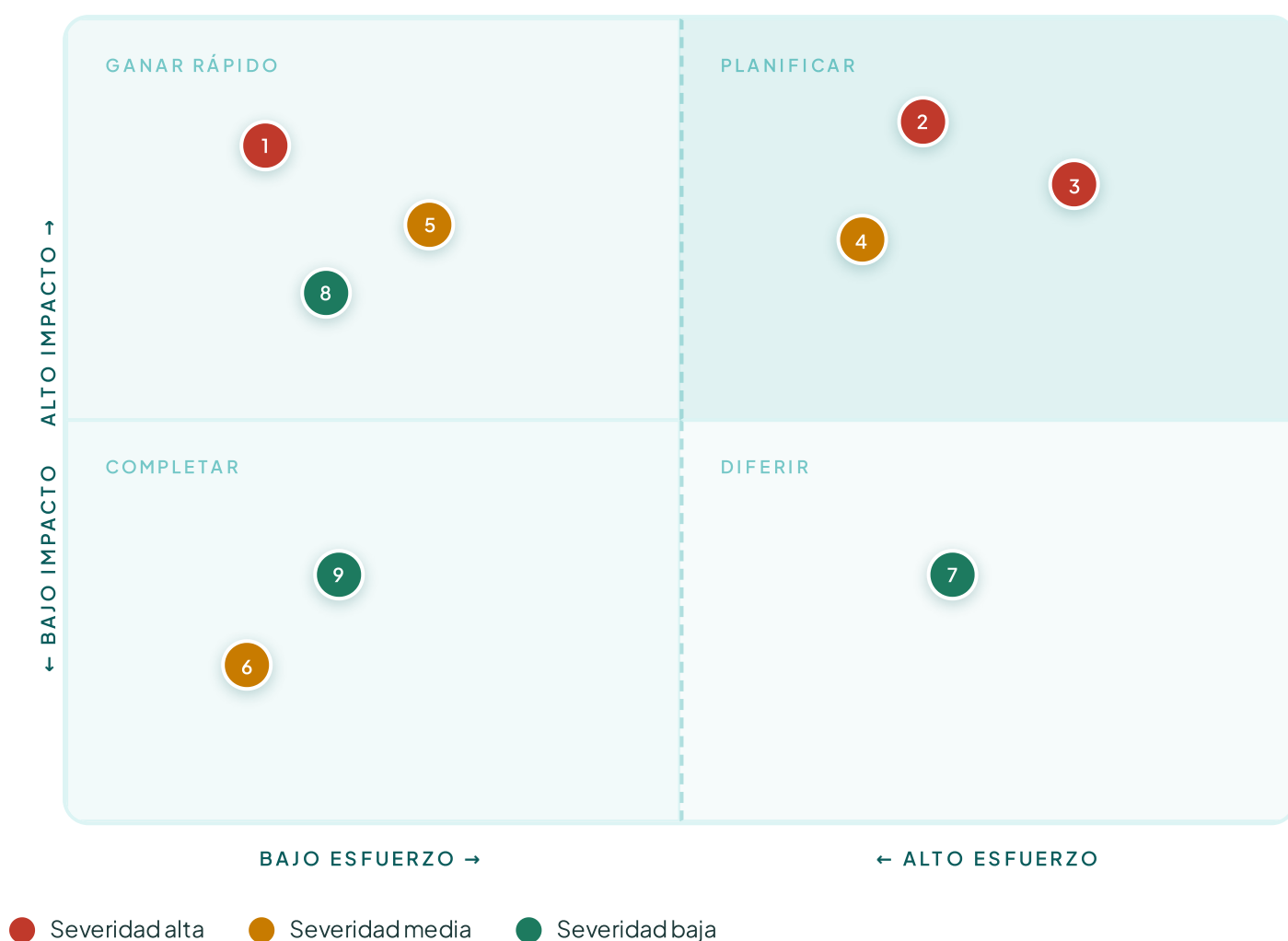
CRITERIO DE PRIORIZACIÓN

No todo tiene la misma *urgencia*

Los 9 hallazgos de la auditoría no pesan igual. Este mapa los ordena en dos ejes: el impacto real en la experiencia del paciente y la confianza institucional, versus el esfuerzo técnico y de contenido que requiere resolverlos. Las acciones de alto impacto y bajo esfuerzo son las primeras que hay que ejecutar — producen resultados visibles sin comprometer tiempo o presupuesto significativos.

MATRIZ IMPACTO x ESFUERZO

Dónde está *cada hallazgo*



PLAN DE IMPLEMENTACIÓN

Los 9 hallazgos *en orden de ejecución*

#	HALLAZGO	SEVERIDAD	ESFUERZO	TIEMPO ESTIMADO	QUIÉN
05	Typo "compañía" sin tilde	MEDIA		5 min	Admin WP
08	"Depilación Laser" sin tilde	BAJA		5 min	Admin WP
01	Link a Google+ en footer	ALTA		15 min	Admin WP
06	Asterisco "revista.*" sin resolver	MEDIA		15 min	Admin de contenido
09	Thermage → link incorrecto	BAJA		15 min	Admin WP
04	Meta description sin persuasión	MEDIA		30–60 min	Admin + redacción
03	hrefs http://# en menú	ALTA		2–3 h	Admin WP
02	Triple GTM simultáneo	ALTA		1–2 h (dev)	Desarrollador
07	Página Empresa sin actualizar (2018)	BAJA		4–8 h (redacción)	Dirección + redactor

CALENDARIO SUGERIDO

De la auditoría *al sitio corregido*

Estimado para un equipo de una persona con acceso al panel de WordPress. Los ítems técnicos (GTM) requieren coordinación adicional con desarrollo.

SEMANA 1

01 · Google+ footer

05 · Typo compañía

08 · Láser tilde

09 · Thermage link

06 · Asterisco revista

SEMANA 2

04 · Meta descriptions

03 · hrefs http://#

SEMANA 3

02 · Triple GTM (dev)

SEMANA 4–6

07 · Actualizar página Empresa

SILVANA DESIGN · PORTFOLIO

avril

CLÍNICA ESTÉTICA · MONTEVIDEO

Propuesta de Footer y Menú Corregidos

WIREFRAME ANOTADO · GOOGLE+ ELIMINADO · WHATSAPP AGREGADO · 2026

WIREFRAME

FOOTER

NAVEGACIÓN

LINKS CORREGIDOS

Cómo debería verse *el sitio corregido*

Este wireframe muestra en escala de grises los cambios concretos propuestos para el footer y el menú de navegación de `avril.com.uy`. Las anotaciones indican qué se elimina (en rojo), qué se agrega (en verde) y qué se corrige (en teal). El objetivo es comunicar los cambios de forma clara para que puedan implementarse directamente en WordPress sin necesidad de rediseño visual.

ZONA 1 — BARRA SUPERIOR Y MENÚ PRINCIPAL

La barra que ven *en cada página*

La barra superior contiene el error tipográfico "compañia" (hallazgo 5) y es visible en el 100% de las páginas del sitio. El menú principal tiene los hrefs malformados `http://#` en los ítems de agrupación (hallazgo 3).



1

Corrección tipográfica en barra global

Cambiar "compañia" por "compañía" en el texto de la barra superior. Es un campo de texto en el constructor de página (WPBakery). Tiempo estimado: 5 minutos. Impacto: visible en 100% de las páginas.

2

hrefs `http://#` reemplazados por URLs válidas o anchor neutros

Los encabezados de sección del menú (Sin Cirugía, Medicina Estética, Estética Masculina) usan `http://#` como href. Si no tienen página propia: cambiar a `href="#"`. Si se quiere crear una landing: definir la URL y asignarla. Ninguna de las dos opciones requiere desarrollo.

El footer *antes y después*

El footer contiene el link a Google+ (hallazgo 1), que llevaba a una red cerrada desde 2019. La propuesta elimina ese ícono y agrega WhatsApp Business como canal de contacto directo — mucho más relevante para pacientes que quieren consultar antes de agendar.



3 Eliminar ícono y link de Google+

El link <https://plus.google.com/104203925109739948419/posts> lleva a una página de error de Google desde abril de 2019. El ícono debe removerse del bloque de redes sociales del footer en todas las páginas. En WPBakery o el customizer de WordPress, es un campo de URL — simplemente se borra el valor.

4 Agregar WhatsApp Business

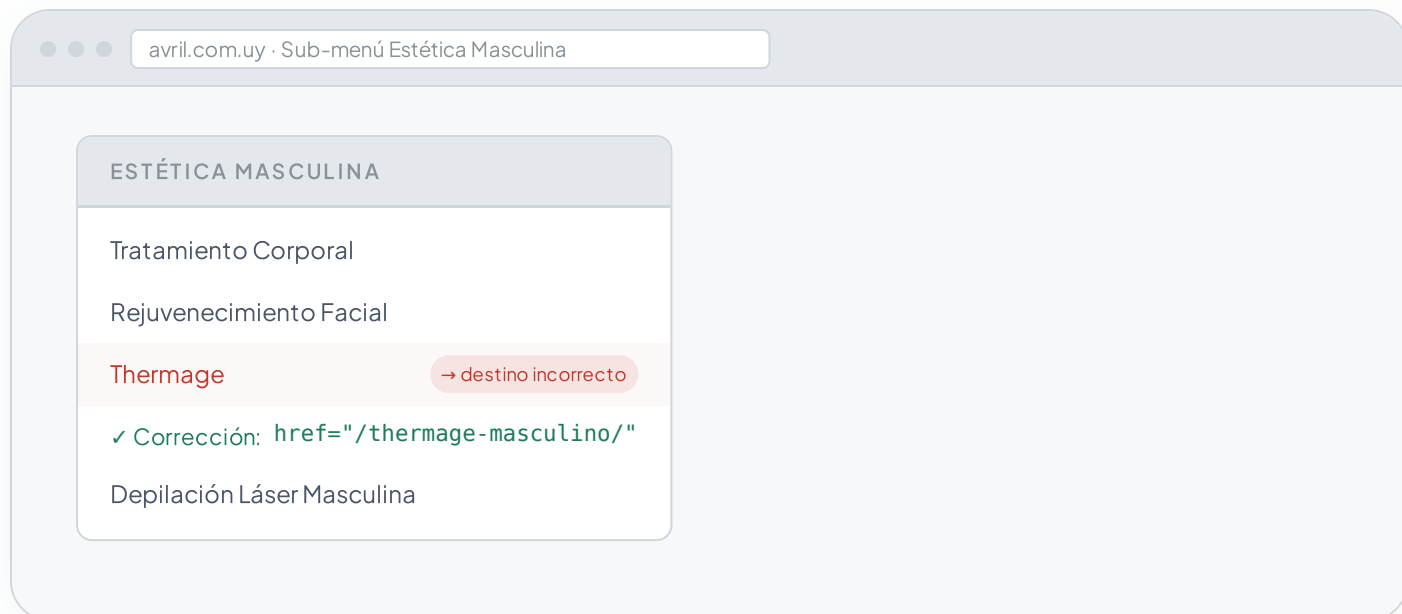
WhatsApp es el canal de comunicación dominante en Uruguay para consultas de salud y estética. Agregar un ícono de WhatsApp en el footer con el número de la clínica reduce la fricción para iniciar contacto. El link usa el formato estándar: <https://wa.me/598XXXXXXX>. No requiere desarrollo — es un link de texto/ícono.

5 Corrección "Depilación Láser" en columna de servicios

Si el footer lista los servicios, verificar que "Depilación Láser" aparezca correctamente acentuado en todos los puntos del sitio (footer, menú, páginas de servicio). Es el mismo error del hallazgo 8.

El link de Thermage *al destino correcto*

En el sub-menú de Estética Masculina, el ítem "Thermage" apunta a la página "Lifting sin cirugía" en lugar de al contenido correcto del tratamiento. Este es un error de configuración de WordPress: el ID o URL del ítem de menú está mal asignado.



6

Corregir URL de destino del ítem "Thermage" en menú

En Apariencia → Menús de WordPress, ubicar el ítem "Thermage" dentro de Estética Masculina y actualizar la URL de destino. Si existe una página de Thermage, apuntar a ella. Si no existe, crear una landing o apuntar a la sección correcta dentro de la página más cercana al tema.