

ENTREGABLE 01 DE 04

Reporte de *Auditoría UX*

CLIENTE

Sonrisa

FECHA

Mayo 2026

PREPARADO POR

Silvana Design

El estado actual de *sonrisa.com*

Sonrisa es la clínica de alineadores invisibles líder en Uruguay, con más de 37.500 seguidores en Instagram, 1.650 pacientes y un sitio web activo en *sonrisa.com*. A diferencia de muchas marcas en crecimiento, no parte de cero: tiene identidad visual, contenido publicado, CTA de agendamiento y hasta una página de precios.

Sin embargo, la auditoría realizada sobre las páginas principales del sitio reveló cinco hallazgos que afectan la confianza del usuario y la tasa de conversión — todos corregibles sin rediseño ni desarrollo complejo.

5

Hallazgos documentados

2

Severidad alta

<2h

Para corregir los críticos

METODOLOGÍA

Cómo se realizó la auditoría

La auditoría combinó una revisión heurística desde la perspectiva del usuario con un análisis del código fuente de las páginas principales. No se utilizaron herramientas de testing con usuarios reales — el foco fue identificar fricciones técnicas y de diseño detectables en una revisión experta.

01 Recorrido como usuario

Navegación completa del funnel: Instagram → home → alineadores → precios → contacto → intento de agendamiento.

02 Inspección técnica

Revisión del código fuente (meta tags, hrefs, atributos) en busca de errores no visibles en primera pasada visual.

03 Análisis de conversión

Evaluación de cada CTA, punto de fricción y momento de decisión en el flujo de agendamiento.

04 Documentación y priorización

Cada hallazgo fue clasificado por severidad (alta / media / baja) según impacto en confianza o conversión.

HALLAZGOS

Los 5 problemas encontrados

01 Links de redes sociales sin completar en el footer

• ALTA

Los íconos de Facebook, Instagram y LinkedIn en el footer tienen como destino el texto literal `http://url`, y el email apunta a `mailto:your@email`. Son los valores de placeholder del template de Elementor que nunca fueron reemplazados por los datos reales de la clínica. Un usuario que intente seguir a Sonrisa desde el sitio web no puede hacerlo, y quien detecte los links rotos pierde confianza en la marca.

SITUACIÓN ACTUAL

```
href="http://url"  
Facebook · Instagram · LinkedIn  
href="mailto:your@email"
```

CORRECCIÓN

```
href="https://instagram.com/sonrisa_uy"  
href="https://facebook.com/sonrisa.uy"  
href="mailto:hola@sonrisa.com"
```

02 CTAs de agendamiento redirigen a través de bit.ly

• ALTA

Los botones "Agendar" y "Agendar consulta" — los CTAs principales del sitio — apuntan todos a `bit.ly/diagnostico-sonrisa`. Los acortadores de URL generan tres problemas concretos: (1) el usuario no puede previsualizar el destino antes de hacer clic, lo que reduce la confianza; (2) si bit.ly falla o cambia la URL, todos los CTAs del sitio quedan rotos simultáneamente; (3) no permite utilizar analytics propios para medir qué páginas generan más agendamientos.

SITUACIÓN ACTUAL

`bit.ly/diagnostico-sonrisa` — dependencia de servicio externo, sin tracking, sin preview de destino.

CORRECCIÓN

URL directa del sistema de agendamiento + parámetros UTM propios: `sonrisa.com/agendar?utm_source=web&utm_medium=cta`

03 Página de precios que no responde la pregunta del usuario

• MEDIA

La página de precios muestra "12 cuotas de \$6.292" como precio principal, seguido de una aclaración que indica que el precio varía según la complejidad del caso. El usuario llega a esta página con una pregunta concreta ("¿cuánto cuesta?") y se va sin respuesta. El precio mostrado genera una expectativa que la aclaración inmediatamente invalida, lo que produce frustración o abandono.

SITUACIÓN ACTUAL

Precio único + descargo de responsabilidad. El usuario queda más confundido que antes de entrar a la página.

CORRECCIÓN

Rango de precios por nivel de complejidad + tabla de incluidos por plan + CTA hacia diagnóstico gratuito para saber cuál aplica. (Ver Wireframe — Entregable 04)

La sección de beneficios incluidos en el tratamiento dice **"Inlcuye todas las consultas"** en lugar de "Incluye". El typo ocurre exactamente en la página donde el usuario está evaluando si confiar su inversión a la clínica. Un error de este tipo, en este contexto, puede parecer menor pero señala falta de revisión — lo que genera una duda inconsciente sobre la atención al detalle en el tratamiento.

SITUACIÓN ACTUAL

"Inlcuye todas las consultas"

CORRECCIÓN

"Incluye todas las consultas"

El title tag de la página de inicio es "Sonrisa - Alineadores Invisibles - Sonrisa". El nombre de la marca aparece dos veces, lo que desperdicia caracteres valiosos en los resultados de búsqueda de Google (donde se muestran aproximadamente 60 caracteres). Además, no incluye ningún diferenciador geográfico ni de posicionamiento que ayude al CTR orgánico.

SITUACIÓN ACTUAL

Sonrisa - Alineadores Invisibles - Sonrisa
42 caracteres · sin diferenciador

CORRECCIÓN

Sonrisa | Alineadores Invisibles #1 en Uruguay ·
Montevideo
58 caracteres · posicionamiento claro

RESUMEN DE IMPACTO

Priorización de correcciones

#	HALLAZGO	SEVERIDAD	ÁREA AFECTADA	ESFUERZO ESTIMADO
01	Links de redes rotos en footer	• ALTA	Confianza / Branding	15 min
02	CTAs con bit.ly	• ALTA	Conversión / Analytics	1 hora
03	Página de precios confusa	• MEDIA	Conversión / UX	3-5 horas
04	Typo "Inlcuye" en precios	• MEDIA	Confianza / Copy	2 min

#	HALLAZGO	SEVERIDAD	ÁREA AFECTADA	ESFUERZO ESTIMADO
05	Title tag repetitivo	• BAJA	SEO / CTR orgánico	10 min

CONCLUSIÓN

Próximos pasos recomendados

Los hallazgos de severidad alta (01 y 02) deben corregirse de forma inmediata — su solución requiere menos de una hora de trabajo en el CMS y el impacto sobre la confianza del usuario es directo. El hallazgo 04 (typo) puede corregirse en paralelo en dos minutos.

Para el hallazgo 03 (página de precios), se desarrolló un wireframe con la estructura propuesta que puede consultarse en el Entregable 04 de este proyecto. Se recomienda abordarlo en una segunda instancia, una vez resueltas las correcciones técnicas urgentes.

"Una marca con 37 mil seguidores y un sitio activo ya ganó la primera batalla. La segunda es hacer que ese sitio convierta. Y las correcciones más rentables muchas veces son las más simples."

SILVANA DESIGN · MAYO 2026

ENTREGABLE 02 DE 04

Revisión de *Microcopy*

CLIENTE

Sonrisa

FECHA

Mayo 2026

PREPARADO POR

Silvana Design

Qué es el *microcopy* y por qué importa

El microcopy es todo el texto pequeño del sitio que nadie diseña pero todos leen: títulos de página, botones, descripciones breves, mensajes de error, etiquetas de formulario. Es el copy que el usuario no nota cuando está bien, pero que genera fricción o confianza de manera inmediata y casi inconsciente.

Este documento recorre las páginas principales de sonrisa.com y propone versiones mejoradas para cada pieza de texto, con el criterio de ser más clara, más directa y más alineada al tono de la marca.

Criterio de revisión: cada texto fue evaluado en función de tres preguntas — ¿responde la pregunta del usuario en ese momento? ¿genera confianza? ¿está alineado con el tono que Sonrisa proyecta en Instagram?

PRINCIPIOS DE COPY APLICADOS

Cómo escribir para Sonrisa



Directo al beneficio

El usuario no quiere saber qué es un alineador. Quiere saber cómo su sonrisa va a cambiar. Empezar por el resultado, no por el proceso.



Cercano, no clínico

El tono de Instagram de Sonrisa es cálido y accesible. El sitio web tiende a ser más frío y técnico. El copy debe unificar esa voz.



CTAs con acción clara

"Más info" no dice a dónde va el usuario. "Ver precios" o "Agendar diagnóstico gratuito" sí. El botón debe decir qué va a pasar.



Sin errores tipográficos

Un typo en la página de precios no es menor. En el momento de mayor evaluación, cualquier descuido mina la confianza del usuario.

Propuestas de *copy mejorado*

TITLE TAG · META SEO	
ACTUAL Sonrisa – Alineadores Invisibles – Sonrisa <i>42 caracteres · sin diferenciador · nombre duplicado</i>	PROPUESTA Sonrisa Alineadores Invisibles #1 en Uruguay · Montevideo <i>58 caracteres · posicionamiento claro · diferenciador geográfico</i>

META DESCRIPCIÓN	
ACTUAL (No definida — Google genera el snippet automáticamente) <i>Sin control sobre cómo aparece el sitio en búsquedas</i>	PROPUESTA +1.650 pacientes en Uruguay. Diagnóstico gratis, sin límite de alineadores y con financiación hasta en 36 cuotas. Agendá tu turno hoy. <i>152 caracteres · prueba social + propuesta de valor + CTA</i>

BANNER DE PROMOCIÓN	
ACTUAL Aprovechá el 30% OFF en Alineadores Más Info <i>"Más Info" no dice qué va a pasar al hacer clic</i>	PROPUESTA 30% OFF este mes · hasta \$28.760 de descuento → Ver condiciones <i>Muestra el valor en pesos + CTA descriptivo</i>

BOTÓN PRINCIPAL DE AGENDAMIENTO	
ACTUAL Agendar <i>Demasiado genérico — no describe qué se agenda</i>	PROPUESTA Agendar diagnóstico gratuito <i>Específico + reduce fricción (es gratis = menos riesgo)</i>

TÍTULO DE LA PÁGINA	
ACTUAL ¿Cuál es el Precio de los Alineadores Invisibles? <i>Pregunta que inmediatamente no puede responder de forma directa</i>	PROPUESTA Precios claros, sin sorpresas <i>Honesto sobre la variabilidad + transmite transparencia</i>

ERROR TIPOGRÁFICO EN SECCIÓN DE INCLUIDOS

ACTUAL

Inlcuye todas las consultas

Typo en la página de mayor evaluación del usuario

PROPUESTA

Incluye todas las consultas

Corrección directa

NOTA ACLARATORIA DE PRECIOS

ACTUAL

El precio de nuestros tratamientos de ortodoncia invisible depende de la complejidad del caso, que lo decide el ortodoncista a partir de un estudio clínico.

Aparece después del precio como un descargo — frustrante

PROPUESTA

Cada caso es único. En el diagnóstico gratuito tu ortodoncista te dice exactamente qué tipo de tratamiento necesitas y cuánto te va a costar.

Misma información, reencuadrada como servicio personalizado

CTA DE LA PÁGINA DE PRECIOS

ACTUAL

Agendar consulta

PROPUESTA

Conocé el precio exacto de tu caso — diagnóstico gratis

Conecta directamente con la duda que el usuario tiene en esta página

FOOTER DEL SITIO

[todas las páginas](#)

LINKS DE REDES SOCIALES

ACTUAL

`href="http://url" (x3)`

`href="mailto:your@email"`

Placeholders del template sin reemplazar — links rotos

PROPUESTA

`instagram.com/sonrisa_uy`

`facebook.com/sonrisa.uy`

`hola@sonrisa.com`

URLs reales que conectan con la comunidad de la marca

MENSAJE DE WHATSAPP FLOTANTE

ACTUAL

Hola ☺ Agendá tu Diagnóstico Gratis para aprovechar este 30% OFF ☺ *Te descontamos \$28.760 en el tratamiento

Funciona bien — tono cercano, valor claro, urgencia

MANTENER · PEQUEÑO AJUSTE

Hola ☺ Agendá tu diagnóstico gratis y aprovechá el 30% OFF — son \$28.760 de descuento real en tu tratamiento ☺

Mismo mensaje, fluye un poco más natural

ENTREGABLE 03 DE 04

Mapa de *Prioridades*

CLIENTE

Sonrisa

FECHA

Mayo 2026

PREPARADO POR

Silvana Design

SOBRE ESTE DOCUMENTO

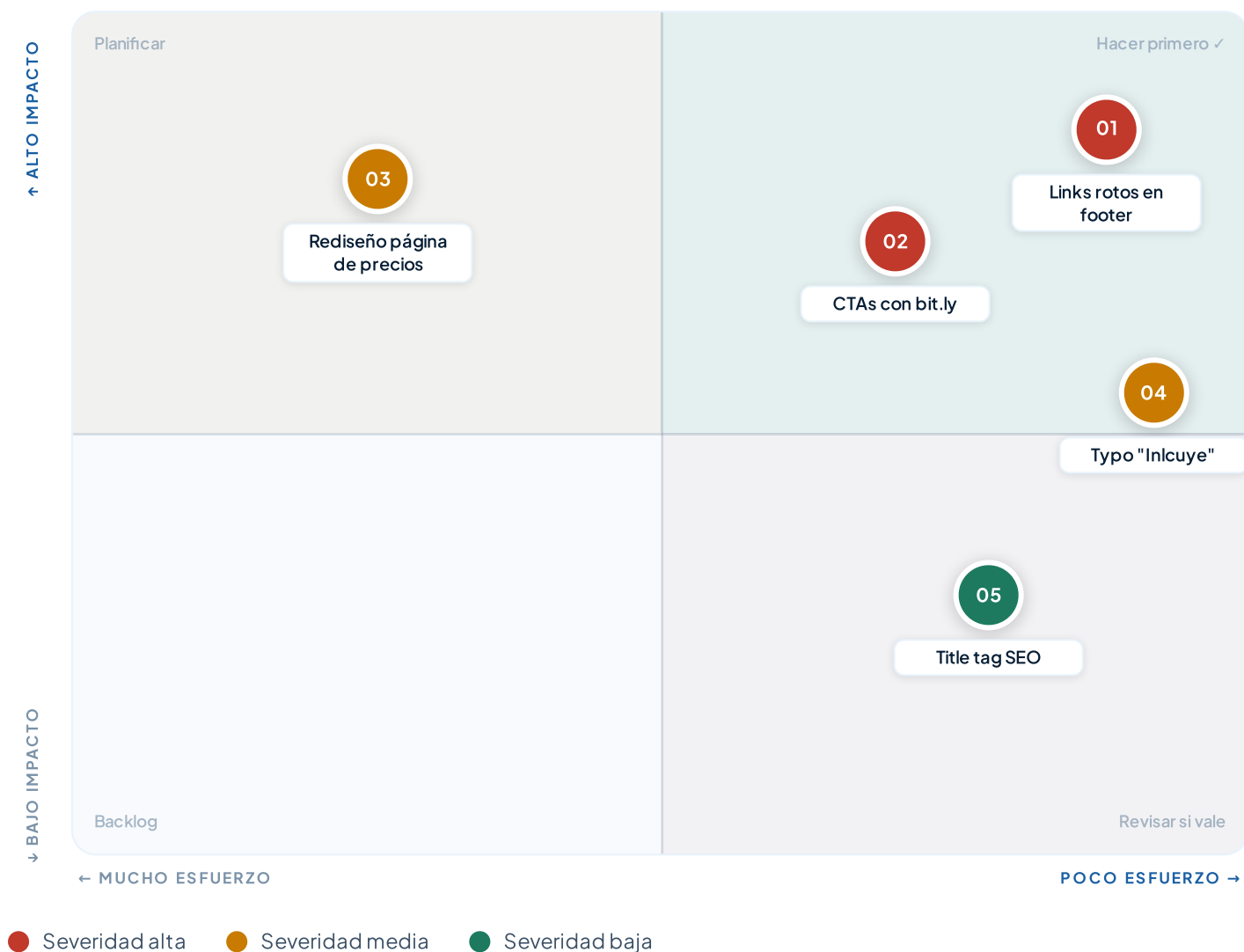
Cómo leer *la matriz*

Este documento organiza todos los hallazgos de la auditoría en una matriz de impacto vs. esfuerzo. El objetivo es que el equipo de Sonrisa pueda tomar decisiones de implementación informadas: qué resolver hoy, qué planificar para la próxima semana y qué dejar para más adelante.

El cuadrante superior derecho (alto impacto, bajo esfuerzo) es el punto de partida obligatorio. Ahí viven las correcciones que generan el mayor retorno por cada hora invertida.

MATRIZ IMPACTO x ESFUERZO

Dónde vive cada *hallazgo*



Qué hacer, *cuándo*

#	CORRECCIÓN	SEVERIDAD	ESFUERZO	CUÁNDO	RESPONSABLE
04	Typo "Inlcuye" en página de precios 2 caracteres a corregir en el CMS	MEDIA	2 min	HOY	Editor CMS
01	Links de redes sociales en footer Reemplazar 4 placeholders con URLs reales	ALTA	15 min	HOY	Editor CMS / Dev
05	Title tag homepage Actualizar en Settings > SEO del CMS	BAJA	10 min	HOY	Editor CMS
02	CTAs con bit.ly → URLs propias Configurar sistema de agendamiento con URL directa + UTM's	ALTA	1-2 h	ESTA SEMANA	Dev / Marketing
03	Rediseño página de precios Nueva estructura con rangos, tabla de incluidos y CTA mejorado (ver Wireframe)	MEDIA	3-5 h	PRÓXIMO SPRINT	Diseño + Dev

ENTREGABLE 04 DE 04

Wireframe *Página de Precios*

CLIENTE

Sonrisa

FECHA

Mayo 2026

PREPARADO POR

Silvana Design

Qué es un wireframe y cómo leerlo

Un wireframe es un esquema en escala de grises que define la estructura y jerarquía de una página antes de aplicar colores, fotografías o branding final. El objetivo es tomar decisiones de arquitectura de información sin distraerse con lo estético.

Las anotaciones en amarillo explican las decisiones de diseño y por qué cada elemento está donde está. El wireframe que sigue muestra la propuesta completa para la página de precios rediseñada de Sonrisa.

PROBLEMA QUE RESUELVE

Por qué la página actual *no convierte*

La página de precios actual muestra un precio fijo (\$6.292 en 12 cuotas) seguido de una aclaración que lo invalida. El usuario llega buscando claridad y se va confundido. La propuesta resuelve esto con tres palancas: mostrar un rango honesto, explicar qué determina el precio, y convertir la incertidumbre en motivo para agendar el diagnóstico gratuito.

WIREFRAME · ESCALA DE GRISES

Estructura propuesta para *sonrisa.com/precios*



Precios claros, sin sorpresas

Cada sonrisa es única. El precio final depende de la complejidad de tu caso — por eso el diagnóstico es gratuito: para que sepas exactamente cuánto cuesta el tuyo antes de comprometerte.

□ Cambio clave

Antes: pregunta retórica que no podía responder. Ahora: título que gestiona expectativas y convierte la incertidumbre en propuesta de valor.

ELIGE TU PLAN

¿Qué tipo de caso tenés?

Tu ortodoncista determina en el diagnóstico cuál aplica. Estos rangos son una guía.

LEVE

Casos simples con pequeñas correcciones de alineación

\$4.500

a \$5.500 · en 12 cuotas

- ✓ Sin límite de alineadores
- ✓ Todos los controles incluidos
- ✓ Kit de bienvenida

[Verificar si es mi caso →](#)

MÁS FRECUENTE

MODERADO

La mayoría de los casos de ortodoncia convencional

\$5.500

a \$7.500 · en 12 cuotas

- ✓ Sin límite de alineadores
- ✓ Todos los controles incluidos
- ✓ Kit de bienvenida
- ✓ Seguimiento personalizado

[Agendar diagnóstico gratis →](#)

COMPLEJO

Casos con mayor movimiento dental o bruxismo

\$7.500

a \$9.500 · en 12-36 cuotas

- ✓ Sin límite de alineadores
- ✓ Todos los controles incluidos
- ✓ Kit de bienvenida
- ✓ Seguimiento personalizado
- ✓ Protector nocturno incluido

[Verificar si es mi caso →](#)

□ Nueva estructura

3 niveles con rango de precio honesto. El usuario entiende la variabilidad sin sentirse engañado, y el diagnóstico gratuito se convierte en el CTA lógico para saber cuál aplica.

PREGUNTAS FRECUENTES SOBRE PRECIOS

Lo que todos preguntan

¿El precio incluye todos los controles?

–

Sí. Todos los planes incluyen todos los controles durante el tratamiento, sin costo adicional. También incluimos el kit de bienvenida con lo que necesitas para el cuidado diario de tus alineadores.

¿Qué pasa si el tratamiento dura más de lo previsto?

+

¿Puedo financiarlo en más de 12 cuotas?

+

¿Hay descuentos disponibles?

+

FAQs específicas

Las FAQs generales de la página actual se reemplazan por preguntas específicas de precios — las que el usuario tiene exactamente en este momento.

Sabé exactamente cuánto cuesta tu tratamiento

El diagnóstico es gratuito. En 30 minutos tu ortodoncista te dice qué nivel aplica a tu caso, cuánto dura y cuánto cuesta. Sin compromiso.

[Agendar diagnóstico gratuito →](#)

CTA conectado

El CTA final responde directamente a la frustración de la página actual: el usuario quiere saber el precio exacto → el diagnóstico gratuito es la única forma de saberlo.

DECISIONES DE DISEÑO

Por qué cada elemento está *donde está*

01

Trust bar arriba del fold

Los 4 diferenciadores clave de Sonrisa (diagnóstico gratis, financiación, controles incluidos, 1.650 pacientes) aparecen antes del contenido de precios para reducir la ansiedad del usuario antes de que vea los números.

02

Rango de precios en vez de precio fijo

Mostrar "desde \$X hasta \$Y" es más honesto y menos frustrante que mostrar un precio que luego se invalida. El usuario entiende la variabilidad y el diagnóstico gratuito se convierte en el paso lógico siguiente.

03

Plan "Moderado" destacado

El plan más frecuente visualmente destacado reduce la ansiedad de elección. El usuario que no sabe cuál es su caso se inclina naturalmente hacia el centro, que además es el CTA principal hacia el diagnóstico.

04

CTA final conectado con la frustración

El copy del CTA final ("Sabé exactamente cuánto cuesta tu tratamiento") responde directamente a la pregunta que trajo al usuario a esta página. Es más efectivo que un genérico "Agendar consulta".