

SILVANA DESIGN · PORTFOLIO

# chinela

MUNDOS EN CAJAS · JUEGOS DE MESA · URUGUAY

## *Reporte de Auditoría UX*

8 HALLAZGOS · SEVERIDADES DOCUMENTADAS · CORRECCIONES ACCIONABLES · 2026

AUDITORÍA UX

SHOPIFY

SEO ON-PAGE

CONVERSIÓN

## Sobre *Chinela "Mundos en Cajas"*

Chinela es un emprendimiento uruguayo de juegos de mesa fundado en 2020 por Natalia Souto, docente de Literatura y especialista en TEA. Sus juegos están diseñados para ser inclusivos, herramientas pedagógicas y de apoyo a la neurodivergencia, aptos para toda la familia. La marca cuenta con 12K seguidores en Instagram, ha sido cubierta por Canal 5 y Diario El País, y tiene el respaldo de ANDE y la UDE.

Esta auditoría fue realizada como caso de ejemplo para el portfolio de Silvana Design. Ningún trabajo fue contratado ni solicitado por Chinela. Los hallazgos son reales y verificados a partir de la inspección del sitio público [chinela.uy](https://chinela.uy) (Shopify, diseño EMEWEB Uruguay).

### ALCANCE DE LA AUDITORÍA

Páginas revisadas: homepage, catálogo (/collections/all), página de producto (Teléfono Descompuesto), footer global y código fuente visible. No se revisaron métricas de Analytics ni velocidad de carga.

## METODOLOGÍA

### Cómo se realizó la auditoría

01

#### Revisión heurística

Recorrido del sitio como compradora potencial — desde Instagram hasta el carrito — evaluando señales de confianza, consistencia y fricción en el funnel.

02

#### Auditoría técnica

Inspección del código fuente (HTML visible): metaetiquetas, title tags, nombres y URLs de producto, footer global, atributos de links y configuración de Shopify.

03

#### Análisis de conversión

Evaluación de los puntos de fricción: snippet de Google, página de producto, productos agotados, contacto para pickup y organización del catálogo.

04

#### Documentación y priorización

Clasificación de cada hallazgo por severidad (alta / media / baja) y estimación de esfuerzo, con foco en correcciones implementables sin desarrollo externo.

# Los 8 hallazgos de la auditoría

| #  | HALLAZGO                                                      | ÁREA                 | SEVERIDAD |
|----|---------------------------------------------------------------|----------------------|-----------|
| 01 | Meta description de productos en inglés                       | SEO                  | ALTA      |
| 02 | Precio tachado "\$0,00" — bug de compare-at-price en Shopify  | Shopify · Conversión | ALTA      |
| 03 | "Terminos y Condiciones" sin tilde en footer global           | UX Writing           | ALTA      |
| 04 | Tiempo de entrega dentro del nombre de producto               | UX · Shopify         | MEDIA     |
| 05 | "habiles" sin tilde en nombre y URL del producto              | UX Writing · SEO     | MEDIA     |
| 06 | Sin categorías navegables en el catálogo                      | UX · Navegación      | MEDIA     |
| 07 | Teléfono de pickup como texto plano — no clickeable en mobile | Mobile UX            | BAJA      |
| 08 | Sin "avisame" en productos agotados — demanda perdida         | Conversión           | BAJA      |

HALLAZGOS DETALLADOS

## Análisis *punto a punto*

01

Meta description de productos en inglés

SEVERIDAD ALTA

SEO

La meta description de "Teléfono Descompuesto" —el producto más vendido— está en inglés. Ese mismo texto se usa en Open Graph (Facebook) y Twitter Card. Cuando un comprador uruguayo busca el producto en Google o lo comparte en WhatsApp, el fragmento que aparece está en un idioma que no es el suyo. El título del producto está en español pero la descripción en inglés: una inconsistencia que puede percibirse como un error o como un sitio no terminado.

META DESCRIPTION EN PRODUCCIÓN — TODOS LOS SNIPPETS

"Enjoy endless fun with 'Broken Telephone', an interactive game that combines drawing, mime, and creativity for all ages. Ideal to play with family or friends! Shipping to Uruguay"

#### SITUACIÓN ACTUAL

193 caracteres en inglés. Sin precio, sin mención de inclusividad/TEA, sin CTA, sin "Uruguay". El diferenciador principal de la marca (inclusión, TEA) no aparece.

#### PROPUESTA

Juego de mesa para toda la familia.  
Combina dibujo, mímica y creatividad. Diseñado para ser amigable con la neurodivergencia.  
Hecho en Uruguay · \$890 UYU

## 02 Precio tachado "\$0,00 UYU" — bug de compare-at-price en Shopify

SEVERIDAD ALTA

SHOPIFY · CONVERSIÓN

En la página de "Teléfono Descompuesto", el bloque de precio muestra "Precio habitual \$890,00 UYU" con una línea tachada sobre "\$0,00 UYU". Esto sucede cuando el campo compare-at-price en Shopify está configurado en 0 en lugar de estar vacío. El tema de Shopify interpreta eso como una "oferta" y muestra el precio de comparación (0) tachado. El resultado es que el producto parece haber tenido un precio original de cero pesos, lo que genera confusión y desconfianza.

#### CÓDIGO GENERADO POR SHOPIFY

Precio habitual \$890,00 UYU  
~~\$0,00 UYU~~ ← compare-at-price en 0  
Precio de oferta \$890,00 UYU

#### CORRECCIÓN

En el panel de Shopify, en cada producto afectado: Productos → Editar → borrar el valor del campo "Precio de comparación". Si el campo está vacío, Shopify no muestra precio tachado.

## 03 "Terminos y Condiciones" sin tilde — footer de todas las páginas

SEVERIDAD ALTA

UX WRITING

El footer de todas las páginas del sitio tiene el link "Terminos y Condiciones" — sin la tilde en la e de "Términos". Es visible en el 100% de las páginas. El contraste es especialmente marcado porque la marca está liderada por una docente de Literatura. La corrección se hace en Shopify → Configuración → Políticas, donde se edita el nombre de la política de Términos.

#### FOOTER ACTUAL

#### CORRECCIÓN

## 04 – 05 Tiempo de entrega en el nombre del producto + "habiles" sin tilde

SEVERIDAD MEDIA

UX · SEO

El producto "Libreta de Juegos - 10 días hábiles para entrega" combina dos problemas. Primero, incluye información logística (el tiempo de entrega) dentro del nombre del producto. Ese nombre se propaga a la URL de Shopify, al título de la pestaña, al carrito y a los emails de confirmación. Segundo, "habiles" debería ser "hábiles". Cambiar el nombre requiere crear una URL nueva y configurar un redirect 301 desde la URL vieja para no perder tráfico.

### NOMBRE Y URL EN PRODUCCIÓN

Libreta de Juegos - 10 días hábiles  
para entrega  
chinela.uy/products/libreta-de-  
juegos-10-dias-habiles-para-entrega

### PROPUESTA

Libreta de Juegos  
chinela.uy/products/libreta-de-  
juegos  
+ redirect 301 desde URL vieja + info  
de entrega → descripción del producto

## 06 Sin categorías navegables en el catálogo — lista plana de 20 productos

SEVERIDAD MEDIA

UX · NAVEGACIÓN

La homepage promociona tres contextos de uso diferenciados: juegos de familia, regalos de cumpleaños y kits para docentes. Pero el catálogo (/collections/all) muestra los 20 productos en una lista plana con filtros de precio y disponibilidad solamente. Un docente que busca un juego para el aula tiene que leer todos los nombres para identificar cuáles son los Rompe Profe. Un padre que busca regalo no puede filtrar por rango etario. La estructura de colecciones de Shopify permite crear páginas de catálogo por contexto sin desarrollo adicional.

### ESTADO DEL CATÁLOGO ACTUAL

20 productos en lista plana · Filtros: disponibilidad y precio · Sin colecciones por contexto (familia / aula / cumpleaños) ni por edad

### SITUACIÓN ACTUAL

Un docente o un padre debe leer todos los títulos para encontrarlo que busca. No hay colecciones ni filtros de contexto.

### RECOMENDACIÓN

Crear 3 colecciones en Shopify: Juegos para el Aula, Regalos de Cumpleaños, Para

Toda la Familia. Agregar tags a los productos y filtros por edad.

## 07 Número de pickup como texto plano — no clickeable en mobile

SEVERIDAD BAJA

MOBILE UX

El número de coordinación de pickup (099 218 721) aparece como texto plano en la página de producto y en el footer. En mobile — el dispositivo dominante para compras en e-commerce — el número no puede tocarse para llamar directamente. El usuario tiene que copiarlo manualmente y abrirlo en el marcador. La corrección es envolver el número en un link con el protocolo tel: en el tema de Shopify.

### HTML ACTUAL

Coordinar al 099 218 721

### CORRECCIÓN

Coordinar al <a href="tel:+59899218721">099 218 721</a>

## 08 Sin notificación de stock en 6 productos agotados

SEVERIDAD BAJA

CONVERSIÓN

6 de los 20 productos del catálogo están agotados y muestran solo el texto "Agotado" en el botón. No hay opción de dejar el email para recibir una notificación cuando el producto vuelva al stock. Esa demanda se pierde sin ningún registro. Las apps de back-in-stock notification (hay opciones gratuitas en el App Store de Shopify) convierten el botón agotado en un campo de captura de email, creando una lista de compradores activos listos para recomprar.

### PRODUCTOS ACTUALMENTE AGOTADOS

Ta ra ra rá · Rompe Profe 1 · Pack Cumpleaños Tara ra rá · Pack Cumpleaños V DC · Libreta de Juegos Navidad · [y más] — sin back-in-stock notification

### UX ACTUAL

Botón "Agotado" inactivo. El interesado abandona sin dejar rastro.

### RECOMENDACIÓN

Instalar app gratuita de back-in-stock. El botón pasa a decir "Avisame cuando vuelva" con campo de email. Shopify lo envía automáticamente.

# Impacto y *esfuerzo estimado*

| #     | HALLAZGO                    | SEVERIDAD | ESFUERZO          | QUIÉN         |
|-------|-----------------------------|-----------|-------------------|---------------|
| 01    | Meta descriptions en inglés | ALTA      | 30 min/producto   | Admin Shopify |
| 02    | Compare-at-price en \$0     | ALTA      | 5 min/producto    | Admin Shopify |
| 03    | "Terminos" sin tilde        | ALTA      | 5 min             | Admin Shopify |
| 04–05 | Nombre de producto + typo   | MEDIA     | 30 min + redirect | Admin Shopify |
| 06    | Sin categorías en catálogo  | MEDIA     | 2–3 h             | Admin Shopify |
| 07    | Teléfono no clickeable      | BAJA      | 15 min            | Tema Shopify  |
| 08    | Sin back-in-stock           | BAJA      | 1 h (app setup)   | Admin Shopify |

SILVANA DESIGN · PORTFOLIO

# chinela

MUNDOS EN CAJAS · JUEGOS DE MESA · URUGUAY

## *Revisión de Microcopy y Metaetiquetas*

META DESCRIPTIONS · TITLE TAGS · CORRECCIONES TIPOGRÁFICAS · 2026

SEO ON-PAGE

UX WRITING

SHOPIFY

## Las palabras que ven *antes de entrar al sitio*

El microcopy de un e-commerce es lo que aparece en Google, en el carrito, en los emails de confirmación y en el footer. Son los textos que el comprador ve antes y después de decidir comprar. Para Chinela, la mayoría de estos textos tienen problemas que pueden corregirse directamente desde el panel de administración de Shopify — sin desarrollo, sin diseño.

### EL PROBLEMA PRINCIPAL — METAETIQUETAS EN INGLÉS

## Cómo aparece *Chinela en Google*

Teléfono Descompuesto (producto estrella)

[chinela.uy/products/telefono-descompuesto](https://chinela.uy/products/telefono-descompuesto)

#### VISTA ACTUAL EN GOOGLE

⚠ DESCRIPCIÓN EN INGLÉS

### Teléfono Descompuesto | Chinela.uy

[chinela.uy](#) > [products](#) > [telefono-descompuesto](#)

Enjoy endless fun with "Broken Telephone", an interactive game that combines drawing, mime, and creativity for all ages. Ideal to play with family or friends! Shipping to Uruguay

El título está en español pero la descripción está en inglés. En Open Graph (cuando alguien comparte el producto en WhatsApp o Facebook) el texto que aparece también es en inglés. El diferenciador más poderoso de Chinela —la inclusividad y el diseño para TEA— no aparece en ninguno de los dos textos.

#### META DESCRIPTION ACTUAL (193 CHARS, INGLÉS)

Enjoy endless fun with "Broken Telephone", an interactive game that combines drawing, mime, and creativity for all ages...

#### PROPUESTA (≤155 CHARS, ESPAÑOL)

Juego de mesa para toda la familia. Combina dibujo, mímica y creatividad. Con instrucciones para neurodivergencia. Hecho en Uruguay · \$890 UYU

#### VISTA PROPUESTA EN GOOGLE

### Teléfono Descompuesto | Juego de Mesa Chinela · Uruguay

[chinela.uy](#) > [products](#) > [telefono-descompuesto](#)

Juego de mesa para toda la familia. Combina dibujo, mímica y creatividad. Con instrucciones para neurodivergencia. Hecho en Uruguay · \$890 UYU

## Homepage

chinela.uy

La meta description de la homepage sí está en español pero repite "Juegos de Mesa Chinela" dos veces. No menciona Uruguay explícitamente como ubicación geográfica para búsquedas locales, y no tiene CTA.

### META DESCRIPTION ACTUAL (REPETITIVA)

Los Juegos de Mesa Chinela buscan revalorizar el tiempo y el aburrimiento como potenciador de experiencias. Descubrí la magia de Jugar en familia con los Juegos de Mesa Chinela.

### PROPUESTA OPTIMIZADA

Juegos de mesa inclusivos hechos en Uruguay. Diseñados para toda la familia y como apoyo para TEA. Encontrá el tuyo en chinela.uy · Envíos a todo el país.

## CORRECCIONES TIPOGRÁFICAS GLOBALES

### Errores en *elementos que se repiten*

Los siguientes errores están en elementos que aparecen en todas o muchas de las páginas del sitio. Un solo cambio en Shopify los corrige en todo el sitio.

| UBICACIÓN                           | TEXTO ACTUAL                        | CORRECCIÓN                       | CÓMO CORREGIRLO                                     |
|-------------------------------------|-------------------------------------|----------------------------------|-----------------------------------------------------|
| Footer global (todas las páginas)   | <i>Terminos y Condiciones</i>       | Términos y Condiciones           | Shopify → Configuración → Políticas → editar nombre |
| Nombre de producto y URL            | <i>10 días hábiles para entrega</i> | Eliminar del nombre del producto | Renombrar producto + redirect 301 URL vieja         |
| Nombre de producto (si se mantiene) | <i>hábiles</i>                      | hábiles                          | Editar nombre en panel de producto Shopify          |

## COPY PARA PRODUCTOS CLAVE

# Meta descriptions *listas para copiar*

Las siguientes propuestas están en español rioplatense, dentro del límite de 155 caracteres para Google, e incluyen el diferenciador de inclusividad/TEA que es el corazón de la marca.

| PRODUCTO              | META DESCRIPTION PROPUESTA                                                                                                                      | CHARS |
|-----------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------|
| Teléfono Descompuesto | Juego de mesa para toda la familia. Dibujo, mímica y creatividad. Con instrucciones para neurodivergencia. Hecho en Uruguay · \$890 UYU         | 137   |
| Tarará                | Juego musical de mesa para niños y adultos. Fomenta la escucha y los turnos. Ideal para TEA. Hecho en Uruguay · \$890 UYU                       | 121   |
| Voy de compras        | Juego de roles para niños. Aprenden a contar, esperar y negociar jugando. Inclusivo y divertido. Hecho en Uruguay · \$790 UYU                   | 126   |
| Rompe Profe (serie)   | Kit de juego para el aula. Diseñado para docentes que quieren dinamizar sus clases. Incluye instrucciones pedagógicas. Hecho en Uruguay.        | 142   |
| Ómnibus               | Juego de mesa ambientado en el transporte uruguayo. Para toda la familia. Con instrucciones para neurodivergencia. Hecho en Uruguay · \$990 UYU | 148   |

## PRINCIPIOS DE UX WRITING PARA E-COMMERCE DE EMPRENDIMIENTO

### Copy que *vende y representa*



#### Siempre en el idioma del comprador

Las meta descriptions y los textos de Open Graph deben estar en español rioplatense. Un snippet en inglés en un sitio en español hace que el usuario dude de si es el sitio correcto.



#### El diferenciador en primer plano

La inclusividad y el diseño para TEA es lo que hace a Chinela única. Eso debería estar en las meta descriptions, en el title tag y en los primeros párrafos de cada producto.



#### Nombres de producto = identidad permanente

El nombre de un producto en Shopify es su URL, su título en Google y su nombre en el carrito. La



#### Ortografía como señal de cuidado

Para una marca liderada por una docente de Literatura, cada error ortográfico en elementos

logística (tiempos de entrega, variantes) va en la descripción o en secciones de envío.

globales (footer, nombres de producto) es una disonancia entre el mensaje y la presentación.

SILVANA DESIGN · PORTFOLIO

# chinela

MUNDOS EN CAJAS · JUEGOS DE MESA · URUGUAY

## *Mapa de Prioridades*

8 HALLAZGOS · IMPACTO x ESFUERZO · PLAN DE IMPLEMENTACIÓN · 2026

PRIORIZACIÓN

IMPACTO x ESFUERZO

SHOPIFY

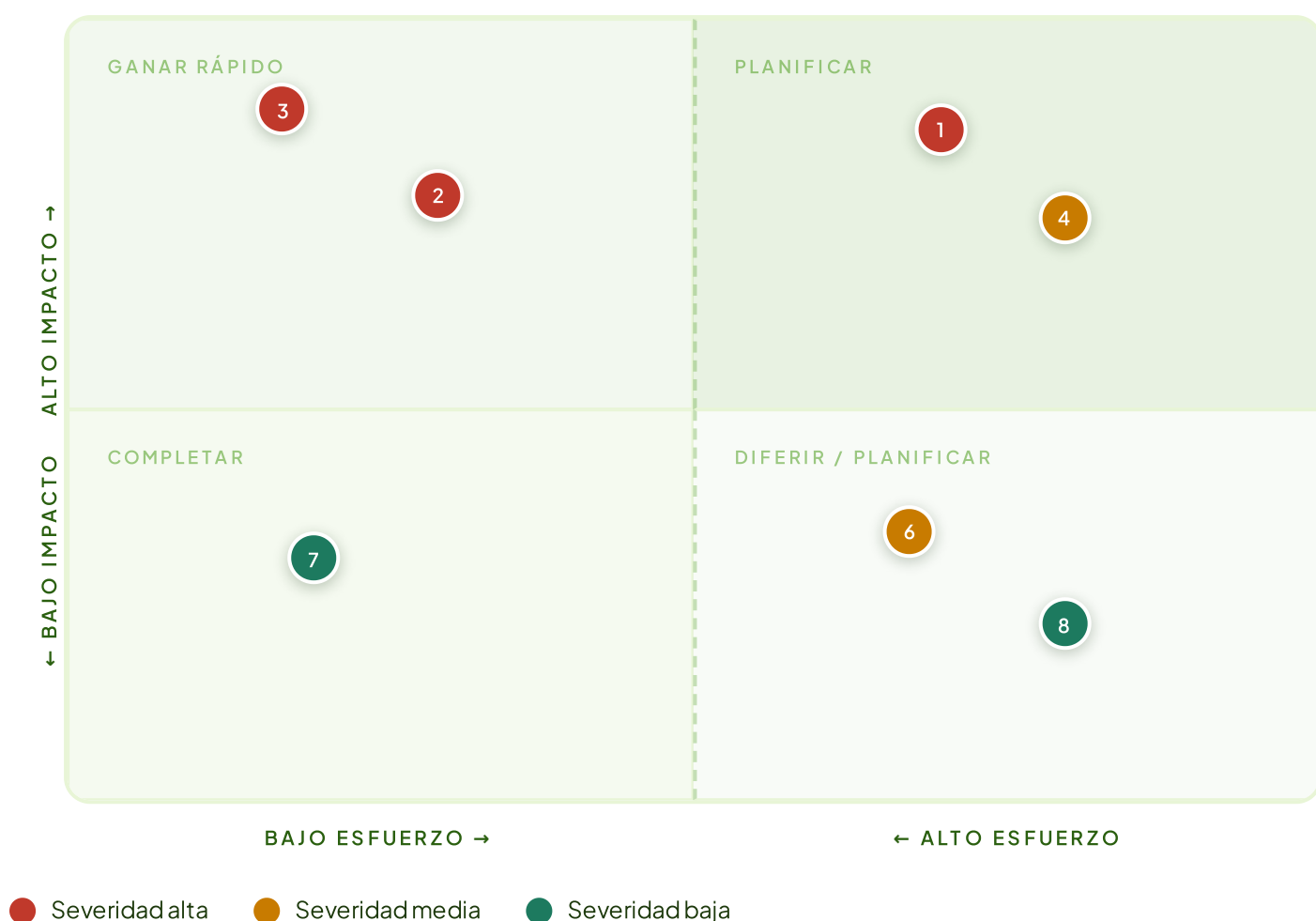
## CRITERIO DE PRIORIZACIÓN

No todo se corrige *al mismo tiempo*

Los 8 hallazgos tienen pesos distintos. Este mapa los ordena por impacto real en la conversión y la imagen de marca versus el esfuerzo que requiere resolverlos. La mayoría de las correcciones críticas de Chinela son cambios de texto en el panel de Shopify — se resuelven en minutos, sin código, sin diseño.

## MATRIZ IMPACTO x ESFUERZO

Dónde está *cada hallazgo*



## PLAN DE IMPLEMENTACIÓN

Los 8 hallazgos *en orden de ejecución*

| #     | HALLAZGO                                 | SEVERIDAD | ESFUERZO                                                           | TIEMPO            | DÓNDE EN SHOPIFY                                           |
|-------|------------------------------------------|-----------|--------------------------------------------------------------------|-------------------|------------------------------------------------------------|
| 03    | "Terminos" sin tilde en footer           | ALTA      | <div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div></div> | 5 min             | Configuración → Políticas                                  |
| 02    | Precio tachado \$0,00 (compare-at-price) | ALTA      | <div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div></div> | 5-10 min          | Productos → Editar → vaciar campo "Precio de comparación"  |
| 07    | Teléfono de pickup no clickeable         | BAJA      | <div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div></div> | 15 min            | Tienda online → Editar código del tema                     |
| 01    | Meta descriptions de productos en inglés | ALTA      | <div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div></div> | 30 min/producto   | Productos → Editar → Optimización motores de búsqueda      |
| 04-05 | Nombre y typo en "Libreta de Juegos"     | MEDIA     | <div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div></div> | 30 min + redirect | Productos → Editar nombre + redireccionamiento de URL      |
| 08    | Sin notificación de stock en agotados    | BAJA      | <div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div></div> | 1-2 h             | App Store Shopify → Back in Stock notification             |
| 06    | Sin categorías navegables en catálogo    | MEDIA     | <div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div></div> | 3-4 h             | Colecciones → Crear colecciones + asignar tags a productos |

#### CALENDARIO SUGERIDO

## De la auditoría *al sitio corregido*

Estimado para Naty trabajando sola en el panel de administración de Shopify, sin código ni desarrollo externo (salvo el link de teléfono y el redirect de URL).

#### DÍA 1

03 · Términos footer

02 · Precio \$0 compare-at

07 · Teléfono clickeable

#### SEMANA 1

01 · Meta descriptions en español

04/05 · Renombrar producto

#### SEMANA 2

08 · App back-in-stock

---

Silvana Design

Mapa de Prioridades · Chinela "Mundos en Cajas" · Portfolio · 2026

SILVANA DESIGN · PORTFOLIO

# chinela

MUNDOS EN CAJAS · JUEGOS DE MESA · URUGUAY

## *Propuesta de Catálogo con Categorías*

WIREFRAME ANOTADO · COLECCIONES POR CONTEXTO · BACK-IN-STOCK · 2026

WIREFRAME

CATÁLOGO

SHOPIFY COLLECTIONS

NAVEGACIÓN

SOBRE ESTE ENTREGABLE

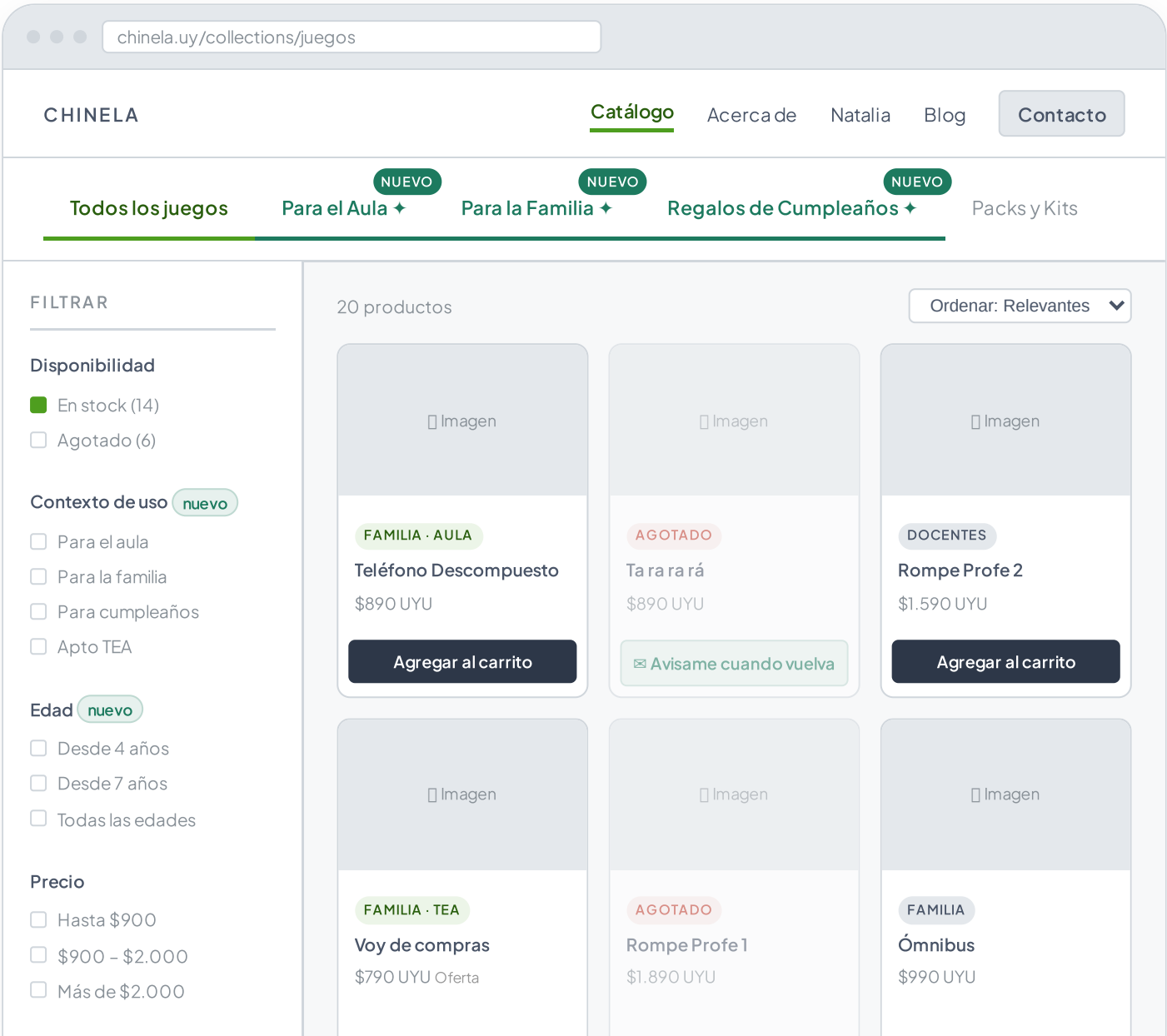
El catálogo que *ayuda a elegir*

Este wireframe muestra cómo podría organizarse el catálogo de Chinela con colecciones por contexto de uso y un sidebar de filtros relevantes. Todos los cambios propuestos se implementan desde el panel de administración de Shopify — sin código, usando la funcionalidad nativa de Colecciones y tags de producto.

PROPUESTA DE CATÁLOGO

De lista plana *a catálogo navegable*

La propuesta agrega tabs de colección, un sidebar de filtros por contexto y edad, y el botón "Avisame cuando vuelva" en los productos agotados. Todo son funcionalidades nativas de Shopify.



Agregar al carrito

✉ Avisame cuando vuelva

Agregar al carrito

### 1 Tabs de colección por contexto de uso

Crear 3 colecciones en Shopify: "Para el Aula", "Para la Familia" y "Regalos de Cumpleaños". Asignar tags a cada producto (ej: aula, familia, cumpleaños). Shopify genera las URLs de colección automáticamente. Las tabs se configuran en el menú de navegación.

### 2 Sidebar de filtros por contexto y edad

Agregar filtros por contexto de uso (aula / familia / cumpleaños / TEA) y por rango etario. En Shopify, esto se hace combinando el filtro de disponibilidad nativo con los tags de producto configurados en cada ítem. El tema de Shopify de Chinela soporta filtros de sidebar sin modificar código.

### 3 Botón "Avisame cuando vuelva" en productos agotados

Instalar una app de back-in-stock notification desde el App Store de Shopify (opciones gratuitas: Back in Stock by Swym, Notify Me! etc.). El botón "Agregar al carrito" se reemplaza automáticamente por un campo de email cuando el producto está agotado. Shopify envía el email cuando el stock se restaura.

### 4 Tags de contexto visibles en la card de producto

Agregar pequeños badges en la card del producto que indican el contexto (familia, aula, cumpleaños, TEA). Esto permite que el comprador identifique el producto correcto sin tener que entrar a cada página de detalle. En Shopify se implementa como metafields o tags de producto en el template de colección.

### 5 Sin precio tachado de \$0 en las cards

Una vez corregido el compare-at-price en el panel de producto (hallazgo 2), las tarjetas del catálogo ya no mostrarán el precio tachado confuso. Este wireframe refleja cómo deberían verse las cards después de esa corrección.