

SILVANA DESIGN · PORTFOLIO

h e r a

ACCESORIOS & JOYERÍA · MONTEVIDEO

Reporte de Auditoría UX

10 HALLAZGOS · SEVERIADES DOCUMENTADAS · CORRECCIONES ACCIONABLES · 2026

AUDITORÍA UX

WOOCOMMERCE

SEO ON-PAGE

CONVERSIÓN

CONTEXTO DEL PROYECTO

Sobre *Hera Accesorios*

Hera Accesorios es una tienda de joyería y accesorios con 7 años de trayectoria en Montevideo, Uruguay. Fundada por Analía y Luis, la marca cuenta con 51.5K seguidores en Instagram, un catálogo activo de más de 337 productos y un e-commerce basado en WordPress + WooCommerce + Elementor.

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

ALCANCE DE LA AUDITORÍA

Páginas revisadas: homepage, tienda (/shop/), páginas de categoría, producto individual, sobre nosotros, footer y código fuente visible. Stack técnico: WordPress, WooCommerce, Elementor. No se revisaron métricas de Analytics ni velocidad de carga.

METODOLOGÍA

Cómo se realizó la auditoría

01

Revisión heurística

Recorrido del sitio como usuaria potencial — desde Instagram hasta el checkout — evaluando las 10 heurísticas de Nielsen sin leer código.

02

Auditoría técnica

Inspección del código fuente (HTML visible) de las páginas principales: metaetiquetas, hrefs, slugs de URL, atributos de elementos.

03

Análisis de conversión

Evaluación de los puntos de fricción en el funnel de compra: descubrimiento de producto, navegación de categorías, links del footer y flujo hacia el carrito.

04

Documentación y priorización

Cada hallazgo fue clasificado por severidad (alta / media / baja) según su impacto en la experiencia y la probabilidad de afectar la conversión.

RESUMEN DE HALLAZGOS

Los 10 hallazgos de la auditoría

#	HALLAZGO	ÁREA	SEVERIDAD
01	Sin búsqueda ni filtros en tienda de 337 productos	UX / Conversión	ALTA
02	Links rotos en footer — hrefs con [#] (#) y vacíos	Técnico	ALTA
03	Sin metadescripciones en ninguna página del sitio	SEO	ALTA
04	Title tag de homepage sin diferenciador ni ubicación	SEO	ALTA
05	URL auto-generada /elementor-425/ en producción	SEO / Técnico	MEDIA
06	Categoría "Lentes de sol" sin enlace en la homepage	UX / Navegación	MEDIA
07	Slugs de producto auto-generados (/producto/producto-3/)	SEO	MEDIA
08	Typo en URL del footer: /politicas-de-privacidad/	Técnico	MEDIA
09	Nomenclatura de categorías inconsistente (espacios alrededor de "/")	UX Writing	BAJA
10	Inconsistencia de tildes en títulos de producto ("Ánillo")	UX Writing	BAJA

HALLAZGOS DETALLADOS

Análisis *punto a punto*

01

Sin búsqueda ni filtros en una tienda de 337 productos

SEVERIDAD ALTA

UX · CONVERSIÓN

La página de tienda muestra los 337 productos en un grid continuo sin ninguna forma de filtrar ni buscar. No hay barra de búsqueda, no hay sidebar de filtros, no hay opciones de ordenamiento visibles. Una usuaria que busca "aros de plata" o "collares menos de \$500" no tiene más opción que scrollear la totalidad del catálogo. Esta fricción es especialmente grave porque el tráfico de Instagram llega con intención de compra, y si no encuentra lo que busca en segundos, se va.

EVIDENCIA

URL inspeccionada: heraaccesorios.com/shop/ – Grid de productos sin widget de search ni filtros WooCommerce activos. Ningún elemento de <aside> ni widget de filtro visible en el DOM.

SITUACIÓN ACTUAL

337 productos en un grid. El único modo de encontrar algo es scrollear o conocer de antemano la categoría exacta.

CORRECCIÓN RECOMENDADA

Activar filtros WooCommerce por categoría, precio y atributos. Agregar barra de búsqueda en el header de la tienda. Implementar ordenamiento por precio y novedad.

02 Links rotos en el footer — placeholders sin completar

SEVERIDAD ALTA TÉCNICO

El footer contiene al menos dos enlaces con hrefs inválidos que llegaron a producción. Uno tiene sintaxis de Markdown literalmente en el HTML (#) y otro tiene el atributo href vacío. Son residuos del constructor de páginas que no se completaron. Un usuario que intente navegar desde el footer experimenta un sitio roto.

CÓDIGO EN PRODUCCIÓN

```
href="#"[#](#)"  
href=""
```

CORRECCIÓN

Completar cada href con la URL correcta. Auditar todos los links del footer antes de publicar cualquier actualización.

03 – 04 Sin metadescripciones y title tag sin diferenciador

SEVERIDAD ALTA SEO ON-PAGE

Ninguna página del sitio tiene metadescripción. Google genera snippets automáticos con texto de navegación irrelevante, lo que reduce el CTR orgánico. El title tag de la homepage es simplemente "Hera accesorios" — sin categoría de producto, sin ubicación ("Montevideo" o "Uruguay"), sin diferenciador. Con 51.5K seguidores generando búsquedas de marca, cada impresión orgánica tiene el potencial de convertir mejor con un snippet optimizado.

ESTADO ACTUAL

PROPUESTA

```
<title>Hera accesorios</title>
<!-- sin meta description -->
```

```
<title>Hera Accesorios | Joyería en
Montevideo</title>
<meta name="description"
content="Aros, collares, anillos y
bijouterie. Envíos a todo Uruguay ·
Retiro en Tres Cruces.">
```

05 URL auto-generada /elementor-425/ en producción

SEVERIDAD MEDIA SEO · TÉCNICO

La página de "Retiros" tiene el slug /elementor-425/ — el ID interno que Elementor asigna cuando se crea una página sin personalizar el slug. Este URL aparece en los resultados de Google, al compartir en WhatsApp, y en cualquier link que alguien copie. No comunica nada sobre el contenido y parece un sitio sin terminar.

URL ACTUAL

heraaccesorios.com/elementor-425/

CORRECCIÓN

heraaccesorios.com/retiros/
(+ redirect 301 desde la URL antigua)

06 Categoría "Lentes de sol" sin enlace en homepage

SEVERIDAD MEDIA UX · NAVEGACIÓN

El grid de categorías en la homepage presenta 6 ítems visualmente idénticos. Todos tienen enlace a su categoría excepto "Lentes de sol". El usuario hace click y no ocurre nada — una experiencia confusa que en mobile (el canal principal de Instagram) es especialmente frustrante.

SITUACIÓN ACTUAL

Tarjeta sin href. Visualmente igual a las demás pero no clickeable. El usuario no puede acceder a la categoría desde la homepage.

CORRECCIÓN

href="/categoria/lentes-de-sol/"
(crear categoría WooCommerce si no existe)

Grupo de hallazgos de impacto acumulativo: los slugs de algunos productos nunca fueron renombrados desde la creación (/producto/producto-3/, /producto/producto/), la URL de políticas de privacidad tiene un typo que la rompe, los nombres de categorías tienen formatos inconsistentes con espacios alrededor del "/" y algunos títulos de producto tienen tildes incorrectas.

PROBLEMAS ENCONTRADOS

/producto/producto-3/
/politicas-de-pirvacidad/
Nombre / Categoría
"Ánillo" (sin tilde estándar)

CORRECCIONES

Renombrar slugs a nombre-del-producto
Corregir: /politicas-de-privacidad/
Homogeneizar: "Nombre / Categoría"
Revisar tildes en títulos

IMPACTO ESPERADO

Qué mejora con cada corrección

CORRECCIÓN	CONVERSIÓN	SEO	CONFIANZA	ESFUERZO
Filtros y búsqueda en tienda	✓ Alto	—	✓	Bajo–Medio
Corregir links rotos en footer	—	✓	✓ Alto	Muy bajo
Metadescripciones y title tag	✓	✓ Alto	—	Bajo
Renombrar /elementor-425/	—	✓	✓	Muy bajo
Enlazar categoría "Lentes de sol"	✓	—	✓	Muy bajo
Slugs de productos y typo en URL	—	✓	✓	Bajo
Consistencia de copy y tildes	—	—	✓	Muy bajo

h e r a

*Revisión de microcopy
y SEO on-page*

PROPUESTA DE TITLES, METADESCRIPCIONES Y COPY PARA LAS PÁGINAS PRINCIPALES · 2026

INTRODUCCIÓN

Por qué importa el copy *en un e-commerce*

En un e-commerce impulsado por redes sociales, la mayoría del tráfico llega con alta intención de compra. Si el snippet en Google no convierte, el usuario ni entra. Si las categorías están mal nombradas, no las encuentra. Si el copy de las páginas es genérico, no genera confianza.

Este entregable cubre tres dimensiones: **SEO on-page** (titles y metadescripciones), **nomenclatura de categorías y productos**, y **microcopy de páginas clave**. Cada propuesta incluye el texto anterior y el propuesto con justificación.

PÁGINA: HOMEPAGE

Home — primera impresión en Google y en la web

heraaccesorios.com/

ASÍ SE VE HOY EN LOS RESULTADOS DE GOOGLE

heraaccesorios.com

Hera accesorios

Accesorios para vos. Aros, collares, pulseras y anillos. Encontrá tu estilo. Retiro en Tres Cruces...
[texto auto-generado por Google, variable]

⚠ El title es solo 14 caracteres — no diferencia, no dice qué vende, no menciona Uruguay ni Montevideo. No hay meta description definida; Google elige el texto que quiere.

TITLE TAG

Actual: 14 chars · Recomendado: 50–60 chars

ACTUAL

Hera accesorios

PROPUESTA

Hera Accesorios | Joyería y bijouterie en Montevideo

Agrega categoría de producto ("Joyería y bijouterie") y ubicación ("Montevideo") — dos señales que mejoran el posicionamiento local y el CTR de búsquedas de marca.

META DESCRIPTION

Actual: ninguna · Recomendado: 140–155 chars

ACTUAL

PROPUESTA

(sin metadescripción — Google genera automáticamente)

Aros, collares, anillos, pulseras y anteojos. Más de 300 productos de joyería y bijouterie. Envíos a todo Uruguay · Retiro en Tres Cruces, Montevideo.

Menciona el tipo de producto, el volumen del catálogo, los métodos de entrega y la ubicación — todo lo que un usuario quiere saber antes de hacer click.

PÁGINA: TIENDA

Shop — la página de mayor intención de compra

heraaccesorios.com/shop/

TITLE TAG

Recomendado: 50–60 chars

ACTUAL

(hereda title de home o no definido)

PROPUESTA

Tienda | Hera Accesorios — Más de 300 productos

META DESCRIPTION

ACTUAL

(sin metadescripción)

PROPUESTA

Explorá todo el catálogo: aros, collares, anillos, pulseras, anteojos y más. Más de 300 productos disponibles. Envíos a todo Uruguay.

PÁGINA: RETIROS

Retiros — información logística clave

heraaccesorios.com/elementor-425/ → cambiar a /retiros/

URL + TITLE TAG

ACTUAL

/elementor-425/
Title: (sin definir)

PROPUESTA

/retiros/
Title: "Retiros en tienda | Hera Accesorios · Tres Cruces"

El cambio de URL requiere un redirect 301 desde /elementor-425/ para no perder ningún link compartido previamente.

META DESCRIPTION	
ACTUAL <i>(sin metadescripción)</i>	PROPUESTA Retirá tu pedido sin costo en nuestra tienda de Tres Cruces, Montevideo. Horarios, dirección y cómo coordinar tu retiro.

NOMENCLATURA DE CATEGORÍAS

Nombres de categoría — *consistencia y claridad*

Los nombres de categorías aparecen en el menú, las URLs, el breadcrumb y los filtros. La inconsistencia de formato (espacios alrededor del "/", capitalización irregular) afecta la credibilidad y dificulta la lectura rápida.

CONTEXTO	ACTUAL	PROPUESTA	MOTIVO
Categoría homepage	Aros / Aretes	Aros y aretes	El "/" en nombres se entiende como separador técnico. "Y" es más natural y scannable.
Categoría homepage	Lentes de sol	Lentes de sol	Nombre correcto — solo falta agregar el enlace a la categoría.
URL de categoría	/categoria/aros-aretes/	/categoria/aros/	URL más corta y descriptiva. El alias en la página puede mantener "Aros y aretes".
Título de producto	Ánillo dorado con piedra	Anillo dorado con piedra	"Ánillo" no es una palabra válida. Revisar todos los títulos con este patrón.
Slug de producto	/producto/producto-3/	/producto/anillo-dorado-piedra/	El slug descriptivo mejora el SEO y es shareable en redes sociales.

CRITERIOS APLICADOS

Principios de *UX writing* usados

Orientado a la tarea	Consistencia formal	Señales locales
----------------------------------	---------------------------------	-----------------------------

Cada title y description responde la pregunta que el usuario tiene cuando busca: ¿qué venden? ¿dónde están? ¿puedo comprar en Uruguay?

Mayúsculas al inicio del nombre de marca, minúsculas en el resto del título salvo nombres propios.
Separadores consistentes ("|" en titles, "." en subtítulos).

Mencionar "Montevideo" y "Uruguay" en titles y descriptions activa búsquedas locales y genera confianza en compradores que quieren saber que el negocio es real y cercano.

h e r a

Mapa de prioridades

IMPACTO VS. ESFUERZO · ORDEN DE IMPLEMENTACIÓN RECOMENDADO · 2026

INTRODUCCIÓN

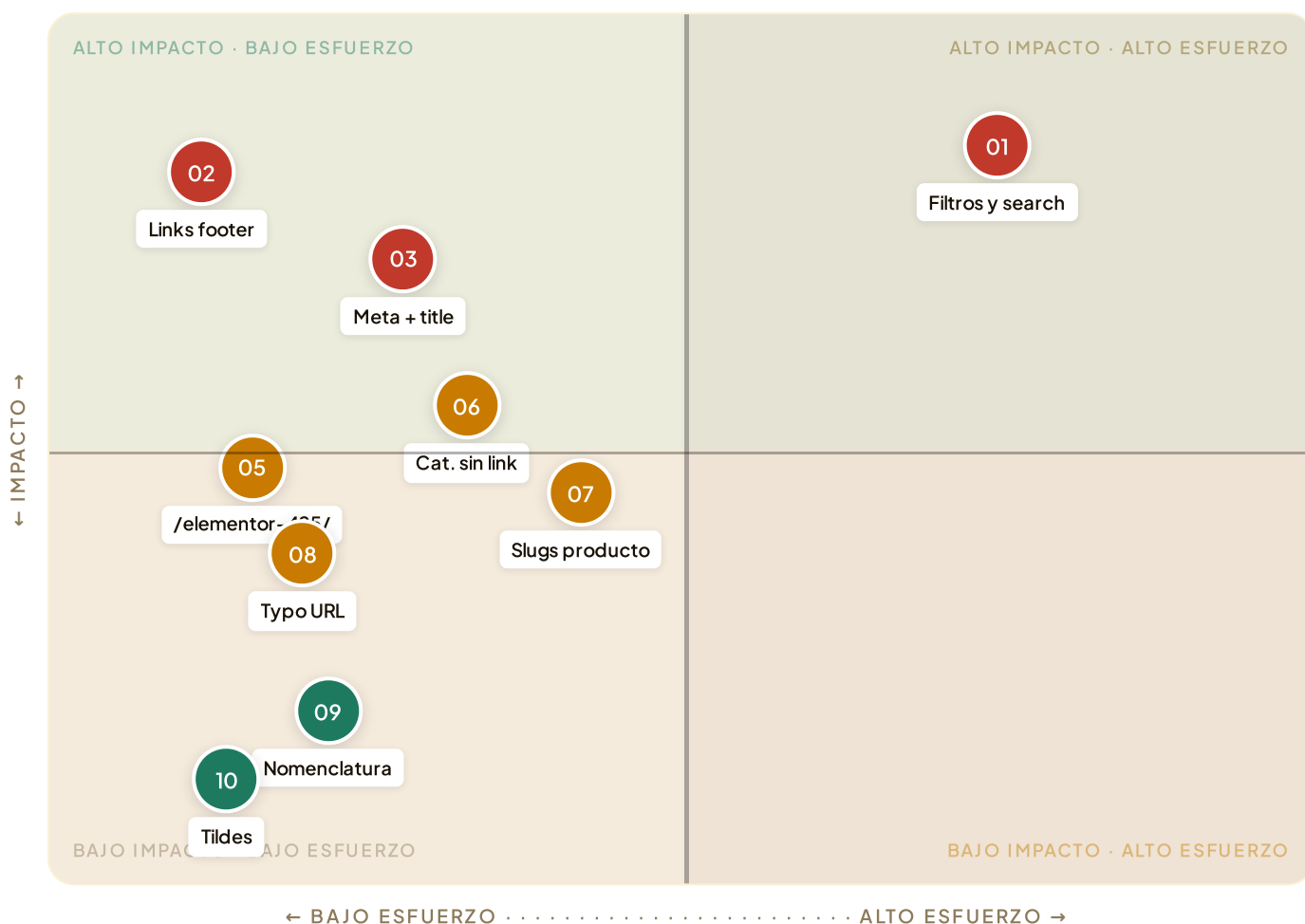
Cómo usar *este mapa*

El mapa de prioridades ordena los 10 hallazgos de la auditoría en función de dos variables: **impacto esperado** (cuánto mejora la conversión, la confianza o el SEO) y **esfuerzo de implementación** (tiempo y complejidad técnica para el equipo).

La lógica de implementación recomendada es: **primero el cuadrante alto impacto + bajo esfuerzo** (ganancias rápidas), luego el de alto impacto + mayor esfuerzo (mejoras estructurales), y finalmente los ajustes menores.

VISUALIZACIÓN

Matriz impacto × esfuerzo



PLAN DE IMPLEMENTACIÓN

Orden recomendado *semana a semana*

#	ACCIÓN	IMPACTO	ESFUERZO	CUÁNDO
02	Corregir links rotos en el footer Reemplazar hrefs [#] (#) y vacíos con URLs reales	Confianza alta	 15 min	Semana 1
08	Corregir typo en URL /políticas-de-privacidad/ Renombrar slug + redirect 301 desde URL con typo	Técnica / SEO	 15 min	Semana 1
06	Agregar enlace a categoría "Lentes de sol" Completar href en la tarjeta de homepage	Navegación / Conversión	 20 min	Semana 1
05	Renombrar /elementor-425/a/retiros/ Cambiar slug + configurar redirect 301	SEO / Credibilidad	 30 min	Semana 1
03/04	Metadescripciones y titles en páginas principales Home, tienda, retiros, envíos, sobre nosotros — 5 páginas mínimo	SEO alto	 2-3h	Semana 2
07	Renombrar slugs de productos auto-generados Auditar todos los slugs y renombrar los que tengan /producto/producto-X/	SEO	 2-4h	Semana 2
09/10	Homogeneizar nomenclatura y corregir tildes Categorías, nombres de producto, tildes inconsistentes	Credibilidad	 2-3h	Semana 3
01	Implementar filtros y búsqueda en tienda Activar filtros WooCommerce, sidebar de atributos, search en header de tienda	Conversión alto	 1-2 días	Semana 3-4

h e r a

Wireframe — Tienda con filtros

Propuesta de rediseño de la página de tienda con búsqueda, filtros y mejora del layout de productos para facilitar el descubrimiento en un catálogo de 337 ítems.

WIREFRAME EN ESCALA DE GRISES · FOCO EN ESTRUCTURA Y FUNCIONALIDAD · 2026

CONTEXTO

Por qué esta página *necesita filtros*

La tienda de Hera tiene 337 productos activos. Sin búsqueda ni filtros, el usuario que llega buscando algo específico no tiene otra opción que scrollear el grid completo o irse. Este wireframe propone una solución usando herramientas nativas de WooCommerce — sin rediseño completo del sitio.



Search en header

Barra de búsqueda visible en el header de la página de tienda — no enterrada en el menú.



Sidebar de filtros

Filtros por categoría, rango de precio y atributos (material, tipo) usando widgets nativos de WooCommerce.



Cards mejoradas

Cada card muestra categoría, nombre, precio y botón "Agregar al carrito" sin necesidad de entrar al producto.

WIREFRAME

Propuesta de *layout desktop*

HERA

INICIO

TIENDA ▼

RETIROS

NOSOTROS

🔍 Buscar en la tienda...

Inicio > Tienda

Toda la tienda

337 productos

CATEGORÍAS

Todos

337

Aros y aretes

84

Collares

71

Anillos

58

Pulseras

47

Lentes de sol

32

Otros

45

PRECIO

Filtros activos: Todos x

Ordenar por: Más recientes ▼

Foto producto

AROS

Aros dorados con perla

\$650

Foto producto

COLLARES

Collar cadena fina dorada

\$480

Foto producto

ANILLOS

Anillo ajustable con piedra

\$380



1 Search en header: barra de búsqueda visible en el header de la tienda, no enterrada en el menú. Permite búsqueda por nombre de producto sin salir de la página. Implementación: widget nativo Search de WordPress.

2 Sidebar de filtros: columna izquierda con filtros por categoría (checkboxes), rango de precio (slider) y atributos de producto. Implementación: plugin WooCommerce Product Filter o widgets nativos con tema compatible.

3 Chips de filtros activos: barra de resultados que muestra los filtros aplicados con opción de eliminarlos. Reduce la fricción de "¿por qué no veo todos los productos?" y mejora la experiencia de filtrado.

4 Cards de producto con acción directa: cada card incluye categoría, nombre, precio y botón "Agregar al carrito" visible sin necesidad de entrar al producto. Reduce los clicks necesarios para comprar un producto ya conocido.

5 Ordenamiento: dropdown visible para ordenar por "Más recientes", "Precio: menor a mayor", "Precio: mayor a menor" y "Más vendidos". Herramienta básica que cambia cómo el usuario descubre el catálogo.

IMPLEMENTACIÓN

Cómo construir esto en *WooCommerce*

SIN PLUGINS ADICIONALES

- ✓ Widget "Search" nativo de WordPress
- ✓ Widget "Product categories" de WooCommerce
- ✓ Widget "Price filter" de WooCommerce
- ✓ Sidebar en página de tienda (layout Elementor)

Requiere habilitar la página de tienda con sidebar en Elementor. Tiempo estimado: 3–4 horas.

CON PLUGIN RECOMENDADO

- ★ FiboFilters (gratuito)
- ★ YITH WooCommerce Ajax Product Filter
- ★ WooCommerce Product Filters by BeRocket

Permite filtros en tiempo real (AJAX), chips de filtros activos y mejor UX mobile. Tiempo: 4–6 horas.