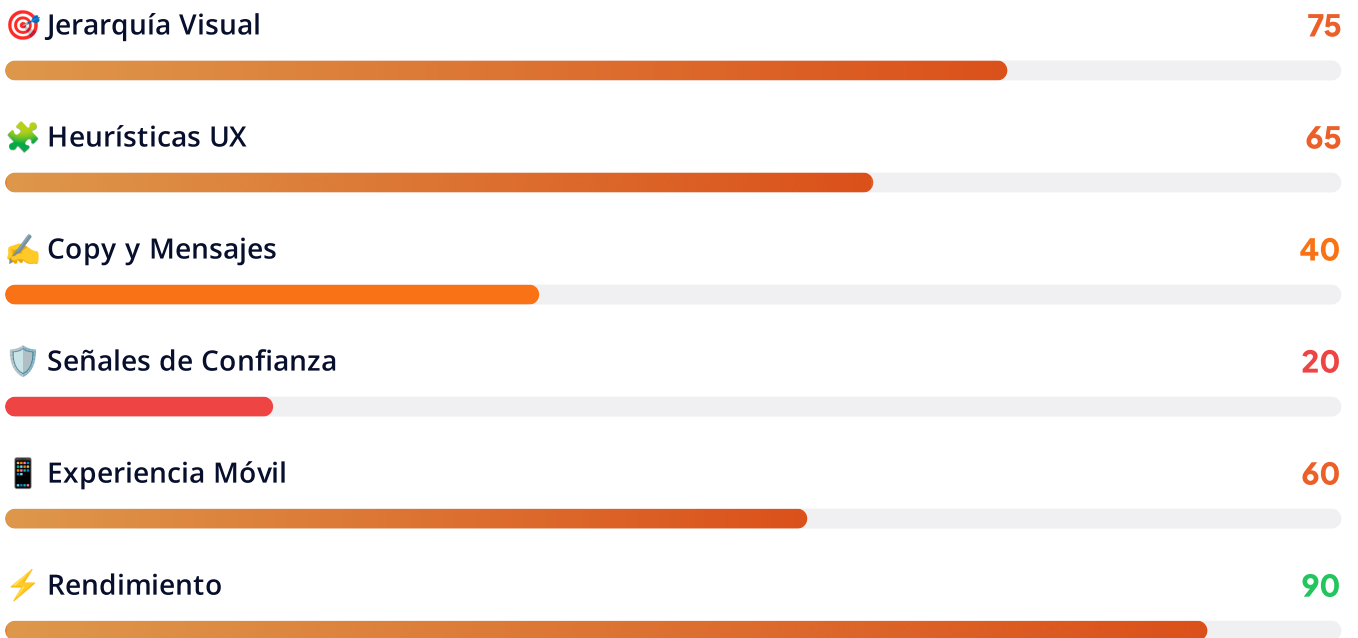




🤔 **Resultado del análisis:** "Hay potencial real aquí. Déjame mostrarte los quick wins que moverán la aguja."

Puntuaciones por Categoría



Quick Wins Principales

Mejoras de alto impacto y bajo esfuerzo

1

CTA principal ausente sobre la línea de flotación

IMPACTO ALTO

🎯 Jerarquía Visual

Problema: La sección principal de héroe tiene un elemento visual potente pero carece de una llamada a la acción (CTA) clara para guiar a los usuarios hacia una conversión. Si bien 'TÉS' está presente, se presenta como una categoría en lugar de un elemento accionable.

Recomendación: Agregue un botón de CTA prominente como 'Comprar ahora' o 'Explorar nuestros té' en el panel izquierdo, fomentando la participación inmediata.

2

Ausencia de prueba social

IMPACTO ALTO

🛡️ Señales de Confianza

Problema: No hay testimonios visibles, reseñas de clientes o logotipos de clientes destacados en esta vista inicial, que son cruciales para generar credibilidad y animar a los compradores primerizos.

Recomendación: Incorpore una sección para testimonios de clientes, puntuaciones de reseñas o logotipos de socios o clientes de renombre.

3

Faltan insignias de confianza

IMPACTO ALTO

🛡️ Señales de Confianza

Problema: No se muestran sellos de seguridad (por ejemplo, certificado SSL), iconos de métodos de pago o certificaciones, lo que puede disuadir a los usuarios preocupados por la seguridad de las transacciones en línea.

Recomendación: Muestre iconos de pago de confianza (Visa, Mastercard, PayPal, etc.) y cualquier insignia de seguridad relevante (por ejemplo, Norton Secured) en el pie de página o en el proceso de pago.

4

La propuesta de valor se ve diluida por la superposición del consentimiento de cookies

IMPACTO ALTO

👉 Copy y Mensajes

Problema: El texto más destacado al cargar la página es el banner de consentimiento de cookies ('Gestionar consentimiento Utilizamos cookies para optimizar nuestro sitio web y nuestro servicio.'). Esto oscurece la propuesta de valor principal del sitio web hasta que el usuario interactúa con él.

Recomendación: Asegúrese de que el banner de consentimiento de cookies sea menos intrusivo o se pueda descartar automáticamente después de un corto período, permitiendo que el contenido principal del sitio web y la propuesta de valor se vean de inmediato.

5

Accesibilidad: falta de textos alternativos descriptivos para las imágenes

IMPACTO ALTO

🌱 Heurísticas UX

Problema: Si bien la estructura HTML incluye encabezados y elementos básicos, la ausencia de texto alternativo ('alt') descriptivo para las imágenes (por ejemplo, para imágenes de productos o banners) dificulta la navegación para los usuarios de lectores de pantalla y el SEO. Según el HTML proporcionado, es muy probable que falten los textos alternativos.

Recomendación: Agregue texto alternativo descriptivo a todas las imágenes significativas. Por ejemplo, una imagen del té 'Nordic Bay' debería tener un texto alternativo como 'Mezcla de té Nordic Bay de SANS & SANS'.



Mejoras Propuestas

Wireframes visuales de los cambios sugeridos

QUICK WIN #1

Mejora: CTA principal no visible al inicio

Agrega un botón de CTA destacado como 'Comprar ahora' o 'Explora nuestros té' en el panel izquierdo, fomentando la interacción inmediata.

TÉS

Descubre nuestra selecta colección de tes y disfruta de momentos únicos. Desde clásicos hasta creaciones innovadoras.

Explora Nuestros
Tés

[Imagen del producto/colección de té aquí]



Análisis Detallado

🎯 Jerarquía Visual

75/100

CRÍTICO Falta CTA principal visible al inicio

La sección principal de la página tiene un fuerte componente visual, pero carece de una Llamada a la Acción (CTA) clara para guiar a los usuarios hacia una conversión. Si bien 'TÉS' está presente, se presenta como una categoría en lugar de un elemento accionable.

Hero section (left panel)

Agrega un botón de CTA destacado como 'Comprar ahora' o 'Explora nuestros té' en el panel izquierdo, fomentando la interacción inmediata.

AVISO Jerarquía de encabezados limitada

El encabezado principal 'TÉS' está presente, pero carece de subencabezados o texto descriptivo adicional para detallar el producto o sus beneficios, lo que dificulta la comprensión y la interacción inmediatas.

Left panel text 'TÉS'

Introduce un subtítulo atractivo o una breve oración introductoria para proporcionar contexto y animar a los usuarios a aprender más.

AVISO Flujo poco claro del patrón F

El diseño de pantalla dividida con una imagen grande a la derecha no establece de inmediato un patrón de lectura claro. Si bien la navegación está en la parte superior, el flujo del contenido principal es ambiguo.

Overall page layout

Considera agregar un titular breve y destacado en el panel izquierdo para anclar la atención del usuario antes de que escanee la imagen de la derecha.

INFO Uso del espacio en blanco

El uso del espacio en blanco en el panel izquierdo es bueno, creando una sensación limpia y minimalista. Sin embargo, podría utilizarse de manera más estratégica para resaltar el CTA principal una vez introducido.

Left panel

Asegúrate de que los CTA introducidos tengan suficiente espacio en blanco para que destaquen y se sientan accesibles.

INFO Contraste de color para la navegación

Los enlaces de navegación (TÉS, MATCHA, etc.) tienen un contraste adecuado contra el fondo blanco, lo que garantiza la legibilidad. Sin embargo, el selector de idioma 'ES' podría ser menos prominente.

Top navigation bar

Asegure que el selector de idioma sea tan fácilmente identificable como otros elementos de navegación principales.

Señales de Confianza

20/100

CRÍTICO Ausencia de prueba social

No hay testimonios visibles, reseñas de clientes o logotipos de clientes destacados en esta vista inicial, que son cruciales para generar credibilidad y animar a los compradores primerizos.

Above-the-fold content

Incorpore una sección para testimonios de clientes, puntuaciones de reseñas o logotipos de socios o clientes de renombre.

CRÍTICO Faltan insignias de confianza

No se muestran sellos de seguridad (por ejemplo, certificado SSL), iconos de métodos de pago o certificaciones, lo que puede disuadir a los usuarios preocupados por la seguridad de las transacciones en línea.

Footer or checkout area (not visible)

Muestre iconos de pago de confianza (Visa, Mastercard, PayPal, etc.) y cualquier insignia de seguridad relevante (por ejemplo, Norton Secured) en el pie de página o en el proceso de pago.

AVISO No hay garantías visibles

La captura de pantalla no muestra ninguna garantía, como una política de devolución de dinero, devoluciones gratuitas o períodos de prueba, lo que puede reducir el riesgo percibido para los clientes potenciales.

Above-the-fold content

Destaque cualquier garantía u oferta de reducción de riesgo de manera prominente, quizás en el pie de página o como una pequeña insignia cerca del CTA.

AVISO Visibilidad limitada de la información de contacto

Aunque 'LOGIN' y 'BUSCAR' están presentes, no hay acceso inmediato a información de contacto como un número de teléfono, correo electrónico u opción de chat por encima del pliegue, lo que puede ser una barrera para los usuarios que buscan soporte.

Header

Incluya un enlace o icono claro para 'Contáctenos' o 'Soporte' en el encabezado o pie de página.

INFO Credibilidad del Diseño Profesional

El diseño es estéticamente agradable y minimalista, lo que contribuye a una primera impresión profesional. Sin embargo, esto por sí solo no es suficiente para una confianza sólida.

Overall design aesthetic

Aproveche el diseño sólido para mostrar las señales de confianza de manera efectiva.

Experiencia Móvil

60/100

AVISO Potencial de Problemas en el Diseño Adaptable

El diseño actual de pantalla dividida (izquierda/derecha) podría no adaptarse perfectamente a una pantalla móvil, lo que podría llevar a un diseño apilado donde el orden del contenido es crítico. Sin ver la vista móvil real, esta es una suposición basada en desafíos comunes.

Hero section layout

Asegure que el diseño se adapte sin problemas a dispositivos móviles, apilando el contenido de manera lógica. El contenido del panel izquierdo debe preceder o seguir la imagen del panel derecho de una manera que tenga sentido para los usuarios móviles.

AVISO **Simplicidad de Navegación en Móviles**

La barra de navegación horizontal podría volverse reducida en pantallas más pequeñas. Un patrón común es un menú hamburguesa, que debe ser claramente visible y fácil de tocar.

Top navigation bar

Implemente un menú hamburguesa limpio y de fácil acceso para la navegación móvil, asegurando un tamaño de objetivo táctil suficiente para el icono del menú.

AVISO **Prioridad y Facilidad de Lectura del Contenido**

La sección principal actual tiene una imagen grande y visualmente impactante y texto mínimo. En móviles, es crucial que el mensaje clave y la CTA principal sean inmediatamente visibles y fácilmente escaneables sin desplazarse excesivamente.

Hero section content

Priorice la CTA principal y una propuesta de valor concisa para las pantallas móviles. Asegúrese de que el texto sea lo suficientemente grande y tenga buen contraste para una lectura rápida.

INFO **Tamaños de Objetivos Táctiles**

Aunque no son visibles directamente, los enlaces de navegación y cualquier CTA potencial necesitan tener tamaños de objetivo táctil adecuados (al menos 44x44px) para evitar clics accidentales en móviles.

Interactive elements (nav links, buttons)

Diseñe todos los elementos interactivos con objetivos táctiles generosos para mejorar la usabilidad en dispositivos táctiles.

INFO **Legibilidad del texto**

La fuente utilizada para 'TÉS' parece ser una fuente serif. Si bien es estéticamente agradable, asegúrese de que en las vistas móviles más pequeñas, esta elección de fuente mantenga una buena legibilidad sin volverse demasiado pequeña o delgada.

Text elements

Pruebe la legibilidad del texto en varios dispositivos móviles y ajuste el tamaño, peso o estilo de la fuente si es necesario para garantizar la legibilidad.

AVISO El titular carece de beneficio y claridad inmediatos

El encabezado principal 'SANS & SANS' y 'La Casa de té en Barcelona' es descriptivo pero no le dice inmediatamente al usuario *por qué* debería importarle o qué hace que SANS & SANS sea único. Es un título funcional en lugar de un gancho atractivo.

H1 tag

Reemplace 'SANS & SANS - La Casa de té en Barcelona' con un titular centrado en los beneficios. Ejemplos: 'Descubra tés exquisitos elaborados para su momento de calma' o 'Mejore su experiencia de té con las mezclas artesanales de SANS & SANS'.

CRÍTICO

La propuesta de valor se ve diluida por la superposición de consentimiento de cookies

El texto más prominente al cargar la página es el banner de consentimiento de cookies ('Gestionar consentimiento Utilizamos cookies para optimizar nuestro sitio web y nuestro servicio.'). Esto oculta la propuesta de valor principal del sitio web hasta que el usuario interactúa con él.

Cookie consent banner

Asegúrese de que el banner de consentimiento de cookies sea menos intrusivo o se pueda cerrar automáticamente después de un corto período, permitiendo que el contenido principal del sitio web y la propuesta de valor se vean de inmediato.

INFO

Los nombres de los productos son descriptivos pero carecen de texto orientado a los beneficios

Nombres de productos como 'Nordic Bay', 'Sans Cola', 'Pomelo Beach', 'Alhambra', 'Ambar Noir', 'Sticky Toffee', 'Black Pumpkin Chai' son intrigantes pero no transmiten lo que ofrece el té. Por ejemplo, 'Sticky Toffee' implica un sabor, pero no la sensación o el beneficio.

Product names

Agregue lemas o descripciones cortas y orientadas a los beneficios junto a los nombres de los productos. Por ejemplo, 'Nordic Bay: Una infusión fresca y refrescante para tu ritual matutino' o 'Sticky Toffee: Disfruta de una mezcla decadente y reconfortante'.

AVISO Los botones CTA son genéricos y carecen de especificidad

Botones como 'Aceptar', 'Denegar', 'Preferencias', 'Guardar Preferencias' son estándar pero podrían ser más específicos en contexto. 'Login' y 'Buscar' son funcionales pero podrían estar más orientados a la acción.

CTA buttons

Para el consentimiento de cookies, en lugar de 'Aceptar', considere 'Permitir todas las cookies' o 'Aceptar las esenciales y funcionales'. Para los CTA de todo el sitio, explore opciones como 'Explorar nuestros téés', 'Encontrar su mezcla perfecta' o 'Buscar un té específico'.

INFO Falta de elementos claros de urgencia o escasez

No hay indicios de stock limitado, ofertas especiales o promociones de tiempo limitado que puedan animar a una acción inmediata. La sección 'OUTLET' insinúa esto, pero los listados de productos reales no enfatizan la escasez.

Overall page content

Para productos o colecciones específicos, considere agregar frases como 'Edición Limitada', 'Hasta Agotar Existencias' o 'Oferta Exclusiva Termina Pronto'.

Heurísticas UX

65/100

AVISO La navegación está saturada con opciones de idioma y consentimiento

La navegación principal incluye selectores de idioma ('Es', 'Ca', 'En') y enlaces prominentes de gestión de consentimiento de cookies ('Política de cookies', 'Administrar opciones', 'Gestionar los servicios', 'Gestionar {vendor_count} proveedores'). Esto desplaza los elementos de navegación principales del sitio más abajo y puede ser abrumador.

Header navigation

Reubique los selectores de idioma a un área menos prominente, como el pie de página. Simplifique el acceso a la gestión del consentimiento de cookies, quizás a un único enlace en el pie de página, para despejar la navegación principal.

INFO Ubicación inconsistente de las secciones principales del sitio

Los elementos de navegación 'TÉS', 'MATCHA', 'COLECCIONES', 'ACCESORIOS', 'SINGULARES' aparecen tanto en el encabezado principal como dentro de una estructura de menú/barra lateral secundaria. Si bien cierta repetición puede ayudar a la memorización, la presentación aquí se siente algo redundante y potencialmente confusa.

Navigation menus

Consolide los elementos de navegación en una navegación principal única y clara. Si se necesita una categorización secundaria, considérela dentro de las páginas de productos o una sección de tienda dedicada, no como una navegación principal paralela.

AVISO

La densidad del contenido puede ser abrumadora en las páginas de listado de productos

La sección de listado de productos muestra varios nombres de productos ('Nordic Bay', 'Sans Cola', etc.) sin imágenes claras o descripciones breves inmediatamente visibles. Esto requiere que los usuarios

hagan clic en cada producto para entender qué es, lo que aumenta la carga cognitiva.

Product listing area

Implemente una cuadrícula de productos más atractiva visualmente con imágenes de alta calidad para cada té. Incluya un descriptor muy breve o una declaración de beneficios en la tarjeta del producto para permitir un escaneo y reconocimiento rápidos.

CRÍTICO Accesibilidad: Falta de textos alternativos descriptivos para las imágenes

Si bien la estructura HTML incluye encabezados y elementos básicos, la ausencia de texto 'alt' descriptivo para las imágenes (por ejemplo, para visuales de productos o banners) dificulta a los usuarios de lectores de pantalla y al SEO. Basado en el HTML proporcionado, es muy probable que falten textos alternativos.

Image tags (likely missing alt attributes)

Agregue texto alternativo descriptivo a todas las imágenes significativas. Por ejemplo, una imagen de té 'Nordic Bay' debería tener un texto alternativo como 'Mezcla de té Nordic Bay de SANS & SANS'.

INFO La disponibilidad de ayuda y documentación no está clara

Si bien la 'Política de Privacidad', la 'Política de Cookies' y el 'Aviso legal' están presentes en el pie de página, no hay una sección claramente visible para preguntas frecuentes (FAQs), contacto de atención al cliente (más allá de un correo electrónico) o guías sobre cómo preparar té, lo que podría ser valioso para un producto de nicho.

Footer and site structure

Crear una sección dedicada de 'Ayuda' o 'Preguntas Frecuentes' accesible desde la navegación principal o el pie de página. Esta sección debe cubrir preguntas comunes sobre pedidos, envíos, tipos de té e instrucciones de preparación.

⚡ Rendimiento

90/100

INFO Buen tiempo de carga

Página cargada en 2.1s.

Full page

El tiempo de carga es aceptable. Monitorizar con Core Web Vitals.

AVISO Las imágenes no se cargan de forma diferida (lazy loading)

Se encontraron 25 imágenes pero solo 2 utilizan carga diferida.

Images

Añadir loading="lazy" a las imágenes que no están en la primera visualización (23 imágenes).

