

GUÍA DE CONVERSIÓN

# 10 Errores UX que frenan tus conversiones

La guía práctica para startups y empresas  
que quieren diseñar para vender más.

10

errores identificados

5 min

de lectura

100%

accionable

10

# Por qué tu sitio no convierte

Tienes tráfico. Las personas llegan a tu sitio o app. Pero se van sin comprar, registrarse ni contactarte.

El problema casi nunca es el producto — es la experiencia de usuario. Un diseño confuso, mensajes poco claros o fricciones invisibles hacen que incluso el mejor producto pierda clientes antes de que lleguen a conocerlo.

Esta guía reúne los 10 errores UX más comunes que vemos en sitios y aplicaciones de startups y empresas en Latinoamérica. Cada uno incluye el síntoma que lo delata, por qué daña tu conversión y cómo corregirlo.

Sin tecnicismos. Sin teoría vacía. Solo lo accionable.

**Si corriges aunque sea 3 de estos errores,**  
verás una diferencia medible en tus conversiones en 30 días.

## Sobre Drom

Somos una agencia UX/UI especializada en productos digitales para Fintech, SaaS y ecommerce. Ayudamos a empresas a diseñar interfaces que convierten y retienen usuarios. Contáctanos en [drom.cl](https://drom.cl)

# Índice de errores

|    |                                            |             |
|----|--------------------------------------------|-------------|
| 01 | Propuesta de valor poco clara              | MENSAJE     |
| 02 | Demasiados CTAs sin jerarquía              | ACCIÓN      |
| 03 | Formularios con demasiados campos          | FRICCIÓN    |
| 04 | Sin prueba social visible                  | CONFIANZA   |
| 05 | Navegación confusa o sobrecargada          | ESTRUCTURA  |
| 06 | Velocidad de carga lenta en móvil          | PERFORMANCE |
| 07 | Jerarquía visual inexistente               | VISUAL      |
| 08 | Ausencia de microcopy en momentos críticos | ESCRITURA   |
| 09 | Diseño no adaptado a móvil                 | RESPONSIVO  |
| 10 | No medir ni iterar con datos reales        | ESTRATEGIA  |

# Propuesta de valor poco clara

Error 01 de 10

## SÍNTOMA

*El visitante entra a tu home y en 5 segundos no entiende qué haces, para quién y por qué debería importarle.*

## POR QUÉ DAÑA TU CONVERSIÓN

El cerebro descarta lo que no entiende rápido. Si el headline de tu hero no responde 'qué gano yo con esto', el usuario se va. El 55% de los visitantes se marchan en menos de 15 segundos cuando el mensaje no es claro.

## CÓMO CORREGIRLO

Reescribe tu headline como: '[Verbo de resultado] + [para quién] + [sin/con qué]'.  
Ejemplo: 'Diseñamos apps SaaS que retienen usuarios desde el primer login.' Testea con alguien que no conoce tu negocio: si en 5 segundos no entiende qué haces, vuelve a reescribir.

# Demasiados CTAs sin jerarquía

Error 02 de 10

# 02

## SÍNTOMA

*La página tiene 6 botones que dicen cosas distintas. O todos dicen 'Contáctanos' y aparecen en cada sección.*

## POR QUÉ DAÑA TU CONVERSIÓN

La paradoja de la elección: a más opciones, menos decisiones. Cuando todo es urgente, nada lo es. Un visitante que no sabe qué hacer a continuación simplemente no hace nada.

## CÓMO CORREGIRLO

Define UN solo CTA primario por pantalla, visible sin scroll. El resto son CTAs secundarios con menor peso visual. La jerarquía debe ser obvia: botón primario lleno (filled), secundario con borde (outlined), terciario como link de texto.

# Formularios con demasiados campos

Error 03 de 10

# 03

## SÍNTOMA

*Tu formulario de contacto o registro pide nombre, apellido, empresa, teléfono, correo, cargo y mensaje en el primer paso.*

## POR QUÉ DAÑA TU CONVERSIÓN

Cada campo adicional reduce la tasa de envío entre un 5% y un 10%. Pedir información que no necesitas en ese momento es una señal de que no respetas el tiempo del usuario.

## CÓMO CORREGIRLO

Regla: pide solo lo mínimo para el siguiente paso del proceso, no toda la información que algún día podrías necesitar. Para un primer contacto, nombre + email es suficiente. Lo demás lo recopilas después.

# Sin prueba social visible

Error 04 de 10

## SÍNTOMA

*No hay testimonios, casos de éxito, logos de clientes ni reseñas en ningún lugar del flujo principal.*

## POR QUÉ DAÑA TU CONVERSIÓN

El 92% de los consumidores lee reseñas antes de decidir. En ausencia de evidencia social, el cerebro llena el vacío con desconfianza. Tu producto puede ser excelente, pero si nadie más lo valida, el visitante no lo sabe.

## CÓMO CORREGIRLO

Agrega al menos 3 testimonios con nombre real, foto y empresa. Ponlos cerca del CTA principal, no al final de la página. Un testimonio específico ('redujimos el abandono del checkout en un 40%') vale 10 veces más que uno genérico ('¡excelente servicio!').

# Navegación confusa o sobrecargada

Error 05 de 10

# 05

## SÍNTOMA

*El menú tiene 8 ítems, algunos con submenús, y el usuario necesita más de 2 clics para llegar a la información más importante.*

## POR QUÉ DAÑA TU CONVERSIÓN

La regla de los 3 clics no es un mito: cada paso adicional multiplica la probabilidad de abandono. Un menú complejo transmite que la empresa tampoco tiene claro qué es lo más importante.

## CÓMO CORREGIRLO

Limita el menú principal a 5 ítems máximo. Ordénalos por frecuencia de uso real (analytics te lo dice), no por jerarquía interna de la empresa. El CTA principal debe estar en la barra de navegación, siempre visible.



# Velocidad de carga lenta en móvil

Error 06 de 10

## SÍNTOMA

*El sitio tarda más de 3 segundos en cargar en una conexión móvil promedio. Las imágenes aparecen de a poco.*

## POR QUÉ DAÑA TU CONVERSIÓN

Google reporta que el 53% de los visitantes móviles abandona si la carga supera 3 segundos. No solo pierdes usuarios: Google penaliza el ranking SEO de sitios lentos. Una mejora de 0.1s en velocidad puede incrementar conversiones hasta un 8%.

## CÓMO CORREGIRLO

Usa PageSpeed Insights (gratis) para medir tu situación actual. Las ganancias más rápidas: comprimir imágenes (usa WebP), eliminar plugins y scripts innecesarios, activar caché y usar una CDN. Objetivo: Core Web Vitals en verde.

# Jerarquía visual inexistente

Error 07 de 10

## SÍNTOMA

*Todo parece tener el mismo nivel de importancia. El ojo no sabe por dónde empezar a leer. Los títulos no se distinguen claramente del cuerpo de texto.*

## POR QUÉ DAÑA TU CONVERSIÓN

La jerarquía visual guía la atención del usuario hacia lo que más importa. Sin ella, el cerebro debe hacer el trabajo extra de decidir qué leer primero, y generalmente decide no leer nada.

## CÓMO CORREGIRLO

Define una escala tipográfica de al menos 3 niveles: H1 (grande, bold), H2 (medio, bold), body (normal). El elemento más importante de cada pantalla debe ser visualmente dominante. Usa tamaño, peso y contraste, no solo color, para crear jerarquía.

# Ausencia de microcopy en momentos críticos

Error 08 de 10

08

## SÍNTOMA

*Los botones dicen 'Enviar'. Los campos del formulario no tienen placeholders útiles. No hay mensajes de confirmación ni de error claros.*

## POR QUÉ DAÑA TU CONVERSIÓN

El microcopy es el texto pequeño que acompaña las acciones: labels, placeholders, mensajes de error, confirmaciones. Un botón que dice 'Comenzar gratis, sin tarjeta' convierte mucho más que uno que solo dice 'Registrarse'.

## CÓMO CORREGIRLO

Audita cada botón, campo y mensaje de tu flujo principal. Reemplaza verbos genéricos por promesas específicas. Los mensajes de error deben decir qué salió mal Y cómo corregirlo. 'Email inválido' es malo; 'Escribe tu email así: nombre@empresa.com' es bueno.

# Diseño no adaptado a móvil

Error 09 de 10

09

## SÍNTOMA

*En móvil los elementos se superponen, el texto es demasiado pequeño para leer o los botones son difíciles de tocar con el dedo.*

## POR QUÉ DAÑA TU CONVERSIÓN

En Latinoamérica, más del 65% del tráfico web llega desde dispositivos móviles. Un sitio que no funciona bien en móvil literalmente ignora a la mayoría de sus visitantes.

## CÓMO CORREGIRLO

Diseña mobile-first: empieza por la versión móvil y luego adapta al desktop, no al revés. Los botones deben tener al menos 44px de alto (área táctil). El texto body no debe ser menor a 16px. Revisa en un teléfono real, no solo en el inspector del navegador.

# No medir ni iterar con datos reales

Error 10 de 10

## SÍNTOMA

*Las decisiones de diseño se toman por opiniones internas ('a mí me gusta más así') sin validar con datos de usuarios reales.*

## POR QUÉ DAÑA TU CONVERSIÓN

El diseño que no se mide no mejora. Sin datos sabes qué cambiaste, pero no si funcionó. Las empresas que iteran con datos tienen tasas de conversión entre 2x y 5x más altas que las que diseñan por intuición.

## CÓMO CORREGIRLO

Instala Hotjar o Microsoft Clarity (ambos gratuitos) para ver mapas de calor y grabaciones de sesiones. Define 1-2 métricas clave por flujo (ej: tasa de envío del formulario de contacto). Haz cambios de uno en uno para saber qué mueve la aguja.

# ¿Cuántos de estos errores tiene tu sitio?

La mayoría se pueden corregir en días, no meses.

Y cada corrección se traduce directamente en más conversiones.

---

## Siguiente paso — auditoría gratuita

Revisamos tu sitio o app de forma gratuita e identificamos

los problemas de UX que están costándote clientes.

Recibes un informe concreto con prioridades claras en 48 horas.

**Solicitar auditoría gratis**

→ [drom.cl/contacto](https://drom.cl/contacto)

### Drom Agencia UX/UI

[drom.cl](https://drom.cl) · [info@drom.cl](mailto:info@drom.cl) · +56 9 63412802

Especializados en Fintech, SaaS y Ecommerce — Santiago, Chile