



Usabilidad web para PYMES y autónomos

9 de noviembre de 2009

www.torresburriel.com

Índice de contenidos

- Qué es la usabilidad
- Contexto
- Objetivo: rentabilidad > ganar dinero
- Evaluación de la usabilidad: test de usuarios
- Aspectos prácticos: conclusiones eyetracking

Qué es la usabilidad

- Definición
- Principios relacionados
 - Estándares web
 - Vista en pantalla
 - Ayuda contextual

Definición de usabilidad

La usabilidad (del inglés usability) es la medida de la facilidad de uso de un producto o servicio, típicamente una aplicación software o un aparato (hardware)

Wikipedia

La usabilidad se refiere a la capacidad de un software de ser comprendido, aprendido, usado y ser atractivo para el usuario, en condiciones específicas de uso

Organización Internacional para la Estandarización

Usabilidad es un atributo de calidad que mide lo fáciles de usar que son las interfaces web

Jakob Nielsen

Desarrollo de sistemas fáciles de usar y de aprender

Jenny Preece

Facilidad de uso y la aceptabilidad de un sistema o producto para una clase particular de usuarios que llevan a cabo tareas específicas en un entorno específico

Niegel Bevan

Definimos Usabilidad de un sistema o herramienta como una medida de su utilidad, facilidad de uso, facilidad de aprendizaje y apreciación para una tarea, un usuario y un contexto dado

Eduardo Mercovich

Definición de usabilidad

Conceptos que aparecen:

- **Medida**
- **Facilidad de uso**
- **Software**
- **Hardware**
- **Aplicación web**
- **Comprender**
- **Aprender**
- **Usar**
- **Atracción**
- **Calidad**
- **Aceptabilidad**
- **Usuarios**
- **Tareas**
- **Entorno**

Definición de usabilidad

La clave de un sitio usable es que quien navega por él consiga entender su estructura y realizar con satisfacción aquello que pretendía realizar.

J. C. García (www.usalo.es)



Estándares web (I)

Los estándares web son un conjunto de recomendaciones dadas por el World Wide Web Consortium (W3C) acerca de cómo crear e interpretar documentos para la Web.



¿Debería utilizar estándares Web?

SÍ

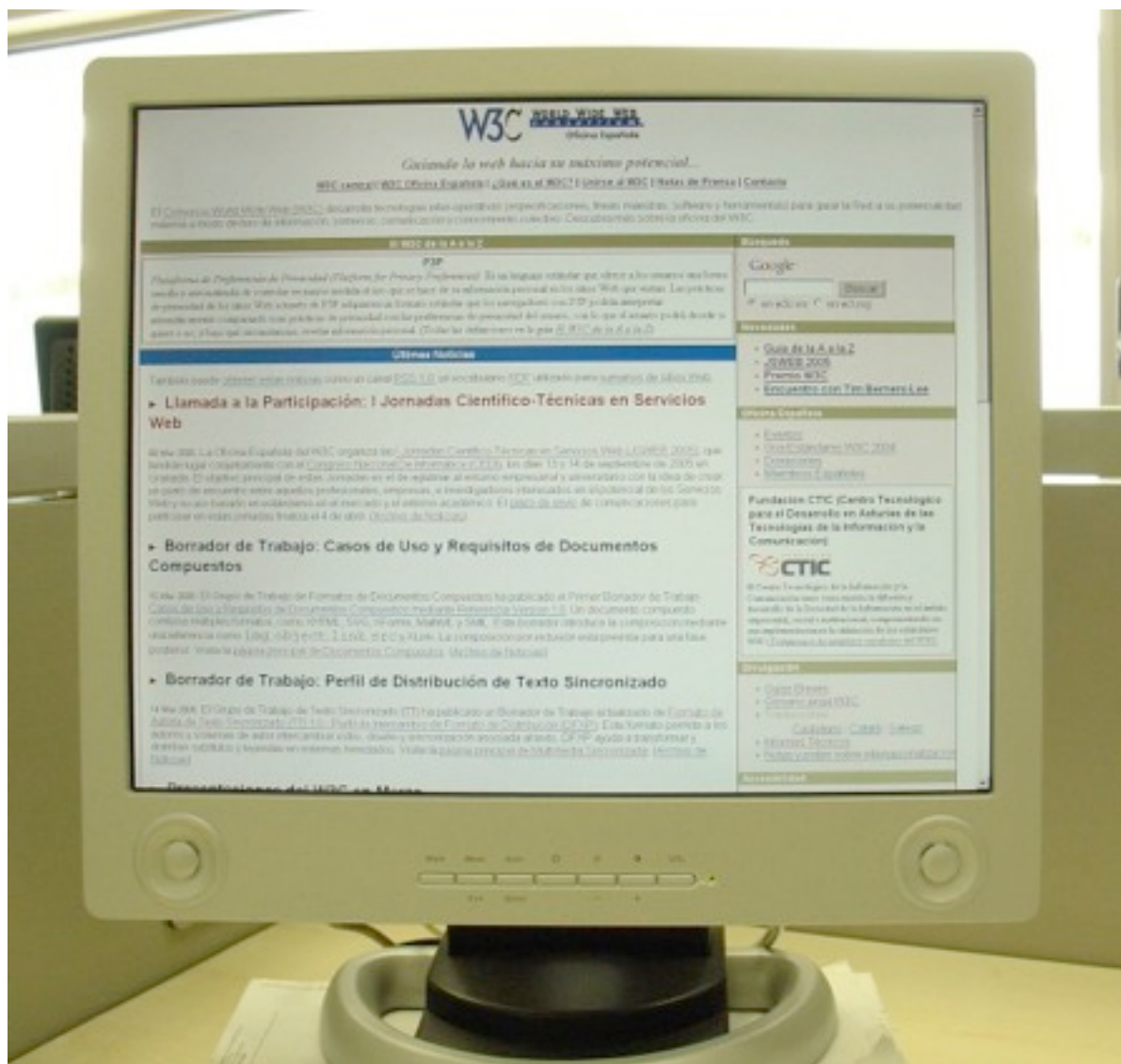
Gracias

The image shows a blue header bar with the W3C logo and the text '¿Debería utilizar estándares Web?'. Below the header, the word 'SÍ' is written in large blue letters, and 'Gracias' is written in smaller red letters below it.

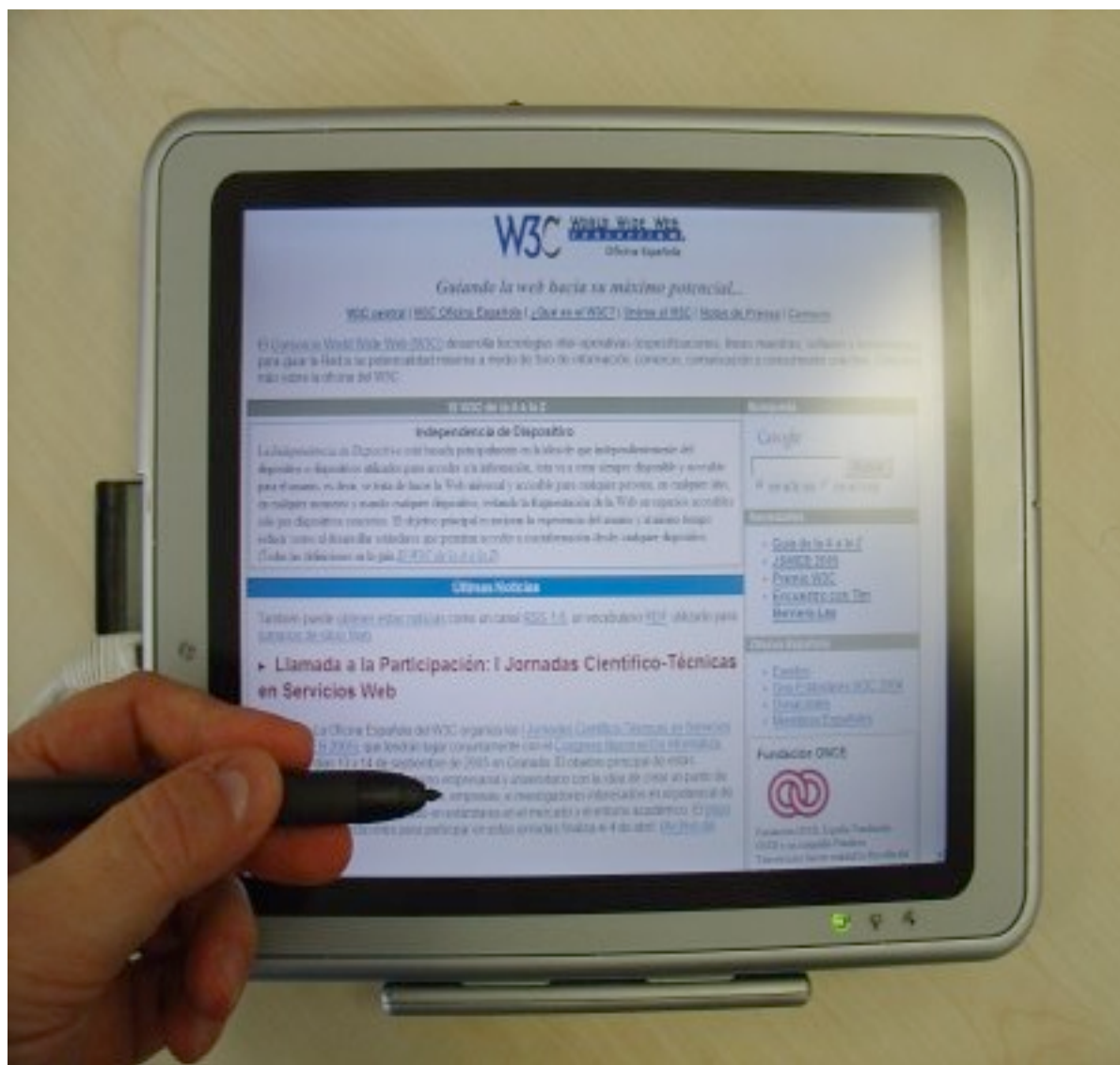
Estándares web (II)

- **HTML** (HyperText Markup Language)
- **CSS** (Cascading Style Sheets)

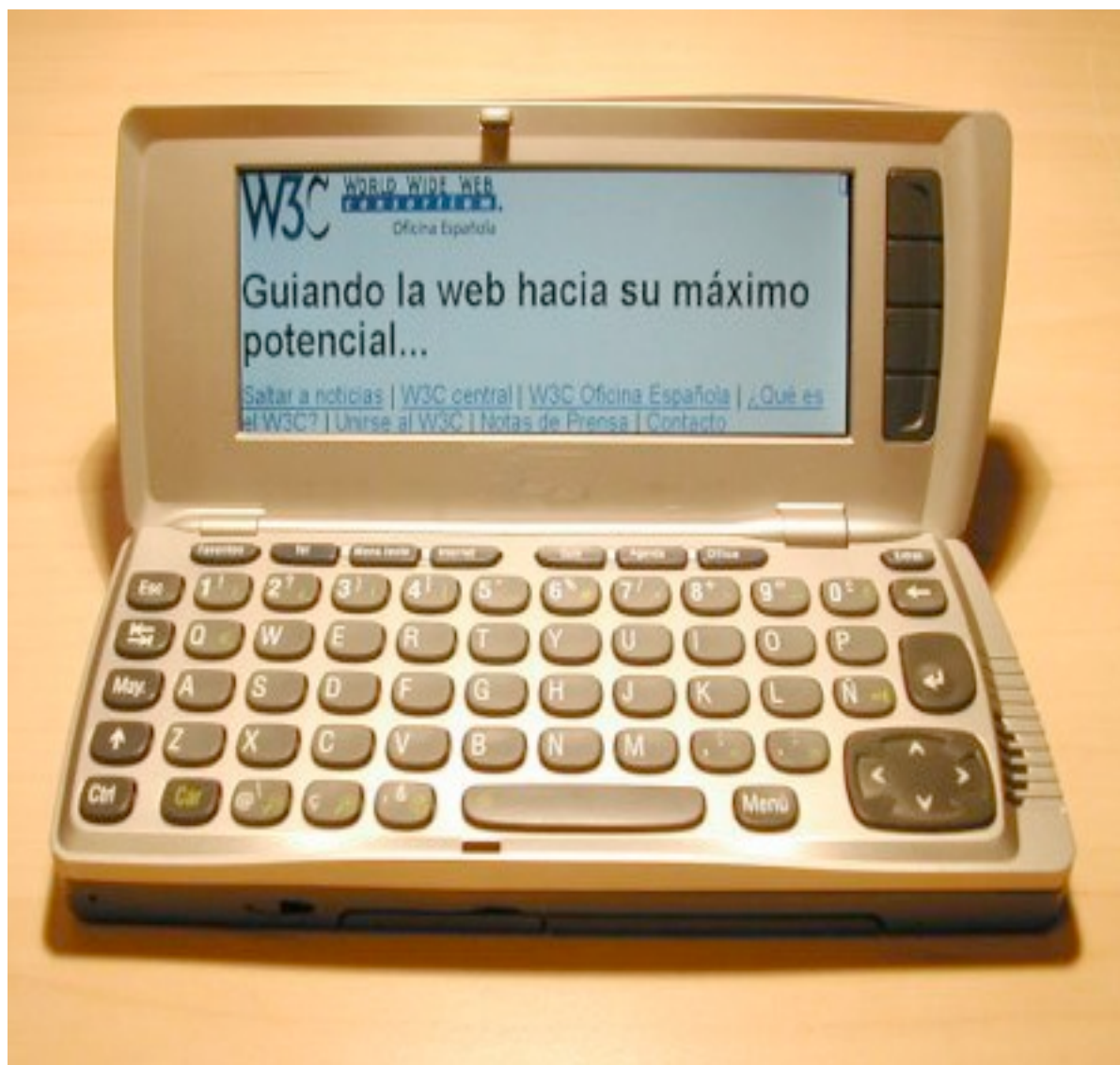
Estándares web (III)



Estándares web (IV)



Estándares web (V)



Estándares web (VI)



Estándares web (VII)



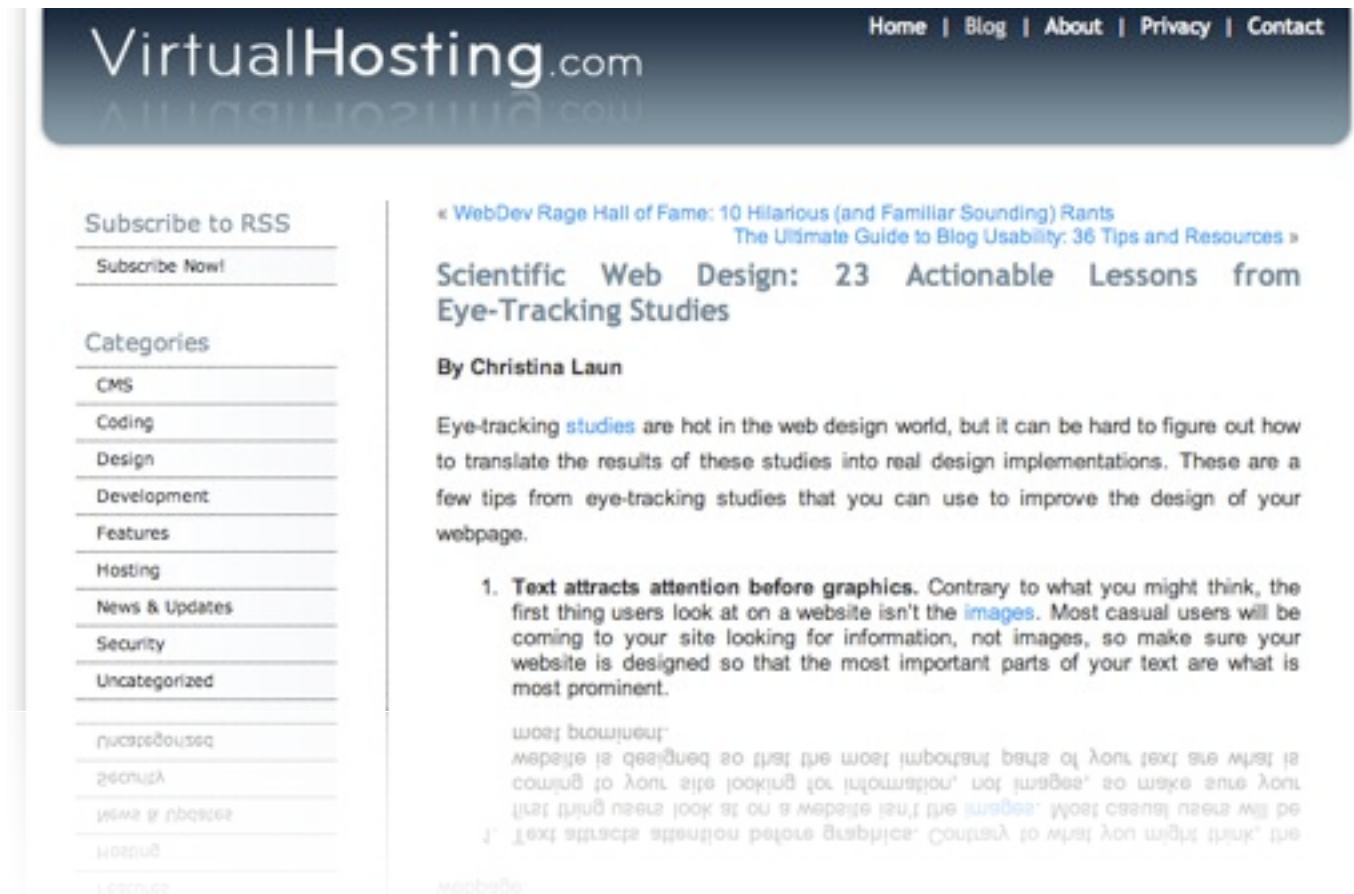
Errores más comunes

- **Top 10 de los errores en diseño web de 2005***
 - Problemas de legibilidad
 - Enlaces alejados de su formato estándar
 - Flash
 - Contenido no escrito para la web
 - Búsquedas deficientes
 - Incompatibilidades entre navegadores
 - Formularios incómodos
 - Ausencia de vías de contacto con los responsables del sitio web
 - Maquetación con ancho fijo
 - Ampliación inadecuada de las imágenes

Back to Basics in Web Design

- Que el texto sea legible
- Que los contenidos respondan a sus expectativas
- Que los sistemas de navegación y búsqueda les ayuden a encontrar lo que buscan
- Formularios más cortos y simples
- Que no haya cosas que no funcionen, enlaces que no lleven a ninguna parte, contenido desactualizado

origen de estas conclusiones



scientific web design: 23 actionable lessons
from eye-tracking studies

conclusión #1

el texto atrae más la atención que las imágenes

observado desde estudios de 1994 (nielsen)

es un tema recurrente: aparece en sucesivos estudios

los usuarios van en busca de información (asociada a texto, no a imágenes)

conclusión #2

inicialmente, el ojo fija su atención en la parte superior izquierda de la pantalla

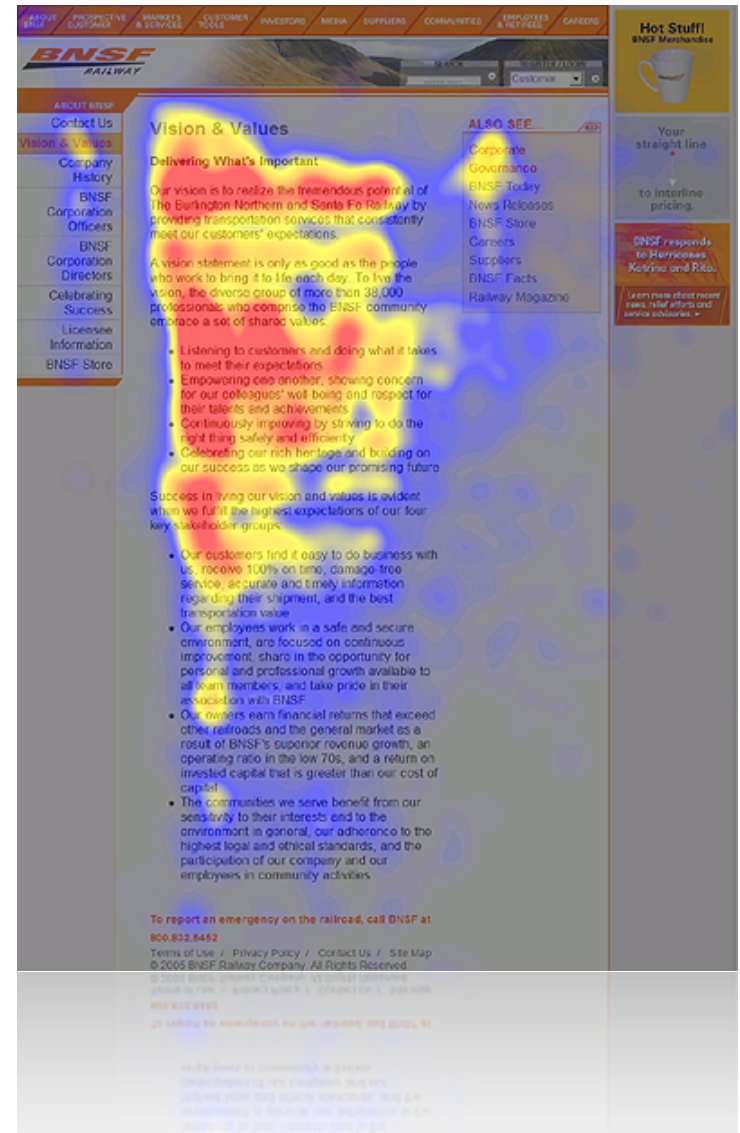
contexto occidental (sistema de escritura)

lectura en “f”

lectura en “l”

conclusión #3

los usuarios se fijan en la parte superior izquierda de la pantalla y posteriormente en la zona superior de la misma, para después fijar su atención progresivamente hacia abajo y hacia la derecha



conclusión #4

los usuarios ignoran los banners



conclusión #5

el texto con formato “divertido” es menos atrayente que el texto convencional

se confunde con banners

dificultad para localizar información en bloques de texto multicolor

implica una pérdida de información para el usuario

conclusión #6

los usuarios se fijan más en los números escritos con números que con texto

los números se identifican rápidamente escaneando
los números, escritos, no se localizan escaneando

conclusión #7

el tamaño del texto influye en la conducta de los usuarios

el texto grande invita a escanear la página

el texto pequeño invita a leerlo

conclusión #8

los usuarios sólo se fijan en el *tagline* si les interesa

si el *tagline* es un formalismo perderá relevancia

el *tagline* se lee de forma muy rápida

si no es comprensible, se obviará

conclusión #9

los usuarios escanean pequeñas porciones de la página

puede ser una ventaja: seccionemos la interfaz
¿qué información es la importante? destaquémosla

conclusión #10

los párrafos cortos son más adecuados que los largos

hay que diseñar para comunicar pequeñas porciones de información

la atención del usuario se centra en esas pequeñas porciones de información

minimizar siempre que el contexto lo permita

conclusión #11

los textos a una columna proporcionan una mejor fijación visual que los multi-columna

no proporcionar demasiada información a la vez

la simplicidad facilita la lectura

posibilidad de que el usuario ignore mucha información

conclusión #12

la publicidad situada en la parte superior izquierda es la que recibe mayor atención visual

el ojo es ahí donde fija su atención

contexto occidental (sistema de escritura)

atención visual no implica 'click'

conclusión #13

la publicidad situada junto al mejor contenido es la que se visualiza más a menudo

el contexto puede proporcionar publicidad más efectiva
si lo añadimos a #12 puede ser una buena opción

conclusión #14

la publicidad textual es la que más se ve de forma intencionada

la gente no pasa mucho tiempo mirando cosas que aparentan ser publicidad

los anuncios textuales lo aparentan menos

conclusión #15

las imágenes grandes son las que más llaman la atención del usuario

si vamos a usar imágenes, el tamaño sí importa

la imagen tiene más valor para el usuario cuando tiene mucha información (detalles)

la imagen debe ser, siempre, relevante en el contexto

conclusión #16

las imágenes con caras son las que atraen más fijación de la mirada

las imágenes artísticas o las abstractas, si bien pueden ser consistentes con el diseño, no atraen la atención

las fotos de gente real atraen la atención más que las de modelos

conclusión #17

los titulares deben permanecer limpios, claros e impolutos

los titulares son lo primero que se lee

evitar los obstáculos para su lectura

es la primera impresión (que es la que cuenta)

conclusión #18

los usuarios ocupan mucho tiempo mirando los menús y los botones

merecen una atención especial a la hora de su diseño

captan una gran fijación de la atención

es una de las partes más importantes de una web

conclusión #19

los listados aumentan la atención visual del usuario

son un aliado

son un elemento de creación de porciones de contenido

se llevan muy bien con el escaneado

destacan la información importante

facilitan la localización de contenidos

conclusión #20

los bloques largos de texto son evitados por el usuario

no importa lo relevante de la información o lo bien escritos que están: se evita su lectura

necesidad de romper ese esquema, hacia bloques más cortos

necesidad de destacar la información relevante dentro de esos bloques de texto

conclusión #21

dar algún formato al texto hace que se le preste atención, pero con medida

aliados: negrita, cursiva, highlight

tener presente que un abuso de formato hace perder la facilidad de escaneado

conclusión #22

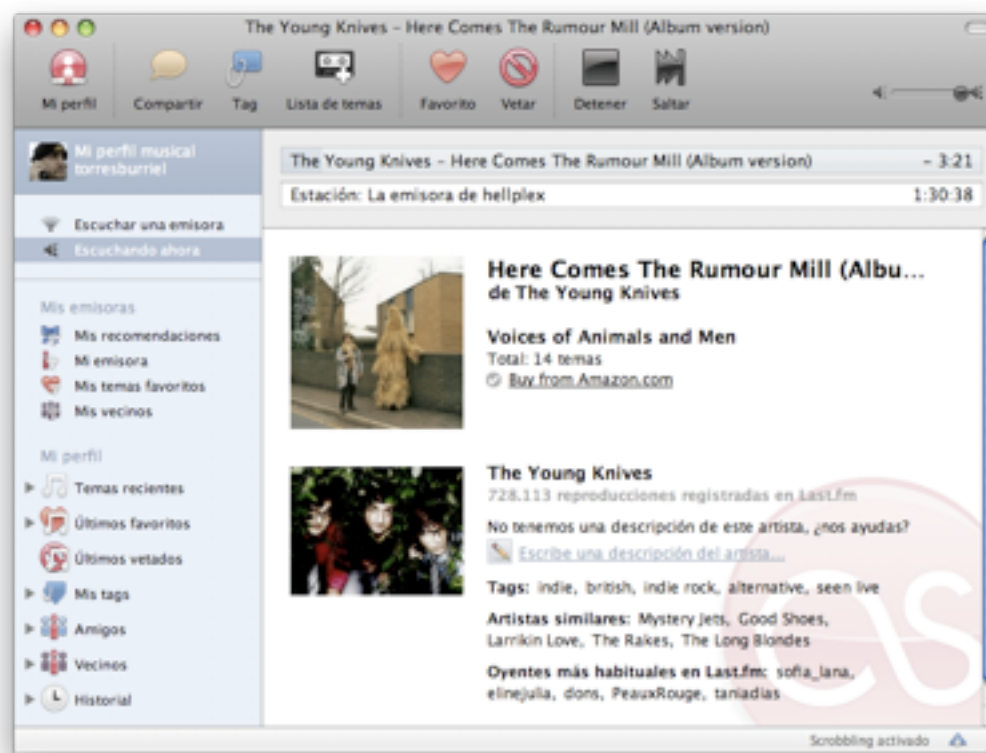
el espacio en blanco es nuestro amigo



Bote de Zamora, obra de arte califal cordobés

conclusión #23

las herramientas de ayuda a la navegación son más efectivas en la zona superior de la pantalla



gracias ;-)

torresburriel@gmail.com