



# Documentos DELTA

HACEMOS LA DIFERENCIA AGREGANDO VALOR

# Errores en el Diseño Web



## ::: INTRODUCCIÓN :::

Jacob Nielsen es un reconocido experto en usabilidad y arquitectura de sitios Web, y ha publicado ya cuatro informes con el resultado de su análisis de los errores garrafales en los que incurrieron los diseñadores durante Web. A continuación incluimos veinte de los errores más comunes con los respectivos comentarios y algunas recomendaciones para resolverlos en su propio sitio.

## ::: NO SE INCLUYEN PRECIOS :::

Ninguna tienda virtual para el consumidor final debería cometer este error, sin embargo todavía se notan algunos sitios que no incluyen el precio completo para el consumidor final. En los sitios de Negocio a Negocio, todavía es peor el error que se comete ya que no se encuentran los precios con facilidad, si es que están en el sitio. Inclusive, tampoco se tienen claras las especificaciones del producto ni la variación en el precio con respecto a la funcionalidad del mismo.

El precio es la característica más importante que utilizan las personas para entender la naturaleza de lo ofrecido, y al no proveerla hace que los usuarios se sientan perdidos y reduce la capacidad de entendimiento de la línea de productos. Inclusive algunos sitios de negocio a consumidor final omiten la inclusión del precio en listas de productos como las páginas de categorías y los resultados de motores de búsqueda. Conocer el precio es clave en ambas situaciones y les permite a los usuarios diferenciar entre productos y navegar por los más relevantes.

En el ambiente latino, el precio siempre ha sido una característica negociable del producto, y como me dijo un amigo una vez, "mi producto se vende más por el descuento que le otorgue a mi cliente que por el precio mismo". Esta característica de "precios según el cliente" con base en criterios no sistematizables, hace difícil la inclusión del mismo en los sitios Web. Sin embargo, hay que medir el impacto que

puede tener en la venta de los productos el no incluirlo.

## ::: BUSCADORES INFLEXIBLES :::

Todo sitio Web que pretenda tener una adecuada interacción con sus usuarios requiere tener un buen buscador. La mayoría de los buscadores están orientados al manejo de texto y tienen poca ayuda para cuando el usuario se equivoca incluyendo los términos de búsqueda. Es importante que el buscador le permita al usuario encontrar sus productos, y específicamente el que está buscando. La dificultad en la búsqueda hará que el usuario se dirija a otro sitio.

## ::: DESPLAZAMIENTO HORIZONTAL :::

Los usuarios detestan desplazamiento horizontal (izquierda a derecha) de las páginas, aunque el desplazamiento vertical (arriba abajo) parece ser aceptable, tal vez por lo que es más común.

Las páginas Web que requieran desplazamiento horizontal en una pantalla de tamaño estándar (800 x 600 píxeles) son bastante engorrosas de usar y la mayoría de los usuarios prefiere no utilizar la barra de desplazamiento, además de dificultar la lectura del contenido.

La mayoría de las visitas a mi sitio se hacen con una resolución de 800x600 y aunque empieza el crecimiento de monitores con resoluciones mayores, también se observa que visitantes de nuestra región todavía utilizan resoluciones de 640x480. Aunque se recomienda tener en cuenta estos cambios, más importante aún es hacer seguimiento a las características de navegación de sus visitantes para validar con qué resolución navegan y diseñar acorde.

## ::: TAMAÑO DE LA LETRA :::

Según Nielsen, uno de los mayores errores es utilizar un tamaño de letra fijo, el cual no permite que el usuario haga más grande la letra



en caso que el tamaño de letra que esté viendo no le favorezca a su capacidad o gusto visual. Las hojas de estilo, y el uso de fuentes fijas, en aras del diseño, hacen que el tamaño de las fuentes no lo pueda modificar el lector. Se ofrecen dos alternativas: permitirle al usuario seleccionar una plantilla con un tipo de letra mayor, o simplemente utilizar tamaños de letra relativos, los cuales se pueden ampliar o reducir con la opción del visor de Internet (aunque ya aparece escondido!)

#### ::: USO DE BLOQUES DE TEXTO :::

Está comprobado que la utilización de bloques de texto hacen difícil su lectura, además de aburrida e intimidadora. Se sugiere la utilización de:

- subtítulos,
- listas con viñetas,
- *palabras clave resaltadas*,
- la pirámide invertida y
- un estilo sencillo de escritura

como herramientas que permitan halar el usuario hacia el texto y que estén apropiadas para el "escaneo" que hacen los usuarios en vez de leer.

#### ::: USO DE JAVASCRIPT EN ENLACES:::

La herramienta primordial en la Web son los enlaces y la habilidad que tenga el usuario para entenderlos y utilizar las diferentes virtudes de los visores en forma correcta. Los enlaces que no se comportan como se espera, aburre al usuario y ataca su desconocimiento. Un enlace debe ser una simple referencia que reemplaza la ventana actual con nuevo contenido. Los usuarios detestan ventanas no solicitadas y cuando quieren que la página de destino aparezca en otra página, pueden hacer uso del botón derecho del ratón, suponiendo que el enlace no es un código de un programa, sino un enlace sencillo.

Es claro que los avances en los diferentes visores cada vez permiten el uso de programación adicional que facilita la navegación, pero abusar de ellos puede hacer que la navegación sea imposible.

#### ::: PREGUNTAS NO FRECUENTES EN LA SECCIÓN DE PREGUNTAS FRECUENTES :::

Muchos sitios tienen respuestas a las preguntas que las empresas quisieran que los usuarios preguntaran. Las FAQ tienen un diseño simple en el manejo de la información que no escala bien, además el poco arrojo a la lectura de la mayoría de los visitantes. Las FAQ deben ser reservadas directamente para Preguntas Más Frecuentes.

#### ::: RECOLECCIÓN DE DIRECCIONES DE CORREO SIN POLÍTICA DE PRIVACIDAD :::

Si bien en Estados Unidos y recientemente en países de Europa como en España hay legislación que regula la toma y uso de direcciones de correo, muchos sitios omiten colocar información alusiva al cumplimiento de estas directrices. En América Latina no hay legislación a este respecto, pero no podemos olvidar que la Internet todavía se maneja con parámetros éticos como norma y no como ley. La protección de la privacidad de la información de nuestros usuarios debe ser uno de los principios éticos de los sitios que diseñemos.

#### ::: ENLACES MUY LARGOS :::

Una de las bondades de la red es el envío de enlaces a amigos con los que queremos compartir un sitio. Enlaces muy largos hacen que se partan en la mayoría de los mensajes de correo y por ende haga inutilizable el enlace enviado y la mayoría de los usuarios no saben como reparar estos enlaces. El resultado es la eliminación del mercadeo viral, solo porque su dirección de enlace es muy larga. Es fácil hacer enlaces cortos que redireccionen, si por la estructura del sitio se requieren enlaces complejos, pero no es necesario que el enlace



largo sea el que ve el cliente. Es más complejo este control cuando se utilizan los enlaces para pasar parámetros entre las aplicaciones.

#### ::: USO DEL CORREO INESPERADAMENTE :::

Es necesario en ocasiones, utilizar enlaces que hacen uso de la aplicación de correo electrónico del visitante, pero es buena práctica avisarle que esto sucederá, de tal manera que el resultado sobre el uso de la misma no sorprenda al hacer clic sobre el enlace.

#### ::: PROPÓSITO POCO CLARO:::

Muchas empresas, y en particular en la industria de alta tecnología, se utilizan lenguaje vago o genérico para describir su propósito. Es difícil para los usuarios entender exactamente qué pueden encontrar en el sitio cuando su descripción es así de vaga.

Un modelo mental fuerte se compone de pequeñas semillas, a medida que cada elemento de diseño le agrega a lo que el usuario ya entiende del sitio. Sin embargo, muchos sitios crean un modelo mental borroso en la mente de los visitantes porque no ofrecen una visión clara con la cual los usuarios puedan entender el contexto de los elementos.

#### ::: NUEVAS DIRECCIONES PARA CONTENIDO ALMACENADO :::

Los archivos agregan valor substancial a un sitio, sin incurrir en mucho trabajo adicional. Aunque cada vez son más los sitios que están archivando contenido anterior, la mayoría de ellos fallan al construir el archivo. Algunos sitios tratan los archivos como un sitio independiente, asignando nuevas direcciones a las viejas páginas cuando las mueven de la sección principal al archivo.

El cambio en la dirección ocasiona enlaces rotos. También hace que otros sitios no tengan interés en ligar al suyo ya que tendrían que

actualizar el enlace cada vez que se cambia la dirección de su contenido.

#### ::: CONTENIDO SIN FECHAS:::

Sin fechas en artículos, boletines de prensa y otro contenido, los usuarios no tienen idea si la información es actual u obsoleta. Muchas de las cosas que se escriben en un sitio dependen de las fechas. Un artículo puede ser irrelevante sin su fecha, pero con ella, así sea viejo el artículo, puede servir de referencia para como eran las cosas en aquél entonces.

Algunos buscadores presentan las fechas de los archivos al pie del resultado, sin embargo la fecha es de cuando este archivo fue incorporado al sitio Web y no necesariamente cuando se escribió. En el cambio de alojamiento del sitio de [DELTA Asesores](#) la fecha de TODAS las páginas quedó asignada a finales de diciembre pasado, lo que hace irrelevante esta fecha al mostrar los resultados del buscador. Esto implica un cambio adicional que habrá que hacerle al buscador para que no presente la fecha del archivo!

#### ::: PEQUEÑAS IMÁGENES DE FOTOS GRANDES Y DETALLADAS:::

Los sitios han madurado en el uso de imágenes, haciéndolas más livianas y más pequeñas y así evitando las largas esperas en su descarga. También se ha popularizado la inclusión de imágenes más pequeñas (thumbnails) con un enlace a una imagen más grande para poder ver más detalle.

El mayor problema es que se producen las imágenes pequeñas mediante el escalamiento de imágenes grandes. Es difícil que el detalle de una foto grande se pueda distinguir en una pequeña, y casi hace imposible ver nada en la imagen pequeña. Se recomienda hacer un "resaltado relevante" mediante un recorte de una porción de la gráfica que se enfoque en un elemento sobresaliente de la foto.

**:: MUCHO DETALLE EN TEXTO ALT ::**

Muchos sitios han empezado a ponerle cuidado y a seguir los lineamientos para los usuarios discapacitados, como la inclusión de texto en la variable ALT para las imágenes. Sin embargo, este texto con frecuencia es excesivo y trata de describir la imagen. La recomendación es que en el ALT se describa lo que el visitante necesita saber de la imagen para tomar acción en el portal, no para "adivinar" como es la imagen.

**:: NO HAY SOPORTE DE "QUE PASA SI" ::**

Para una buena parte de las actividades en una Web se requiere la posibilidad de seleccionar entre varias alternativas, aunque muchos sitios no la proveen. Por ejemplo, ¿qué pasa si quiero viajar el viernes en vez del sábado? Para responder a esta pregunta, en la mayoría de los sitios habría que llenar de nuevo la información de un nuevo viaje. Aunque algunos sitios permiten seleccionar unos productos y luego se produce una tabla comparativa, estas tablas tienen poca utilidad ya que no resaltan las diferencias.

Es indispensable que los sitios permitan al visitante cambiar uno o varios de los atributos de lo que está buscando, de tal manera que los demás componentes permanezcan fijos, y se obtenga el valor resultante de los cambios. Un buen ejemplo de esto es el sistema de pedido en línea de Dell que permite al usuario agregar y/o eliminar características de los equipos que se están configurando sin tener que iniciar de cero.

**:: FILTROS A LOS ATRIBUTOS ::**

Anteriormente un sitio ofrecía tres o cuatro cosas. Ahora ofrecen tantas cosas que puede ascender a los miles y/o millones. Uno de los lineamientos de facilidad de uso en las páginas de categorías es permitirle al usuario excluir ítems que no correspondan a un criterio en particular, dejando como resultado una lista de menor tamaño y más manejable. Se debe entonces efectuar desarrollos de estos árboles

en los sitios ojala en bases de datos que permitan la búsqueda por cualquiera de los criterios, tanto en forma incluyente como excluyente. Por ejemplo, debería uno poder entrar a un portal de zapatos y pedir que solo muestre los que están disponibles en talla 41 color negro. Si no hay existencia, no debería mostrar nada.

**:: PRODUCTOS CLASIFICADOS SOLO POR MARCAS ::**

La mayoría de sitios que ofrece productos de diferentes marcas solo permite la clasificación por marca, pero no por colores por ejemplo. Tendríamos toda la ropa de un proveedor en particular clasificado por el proveedor, pero no los colores, que tal vez sería el criterio que el usuario valoraría. Se convierte en asunto importante entonces determinar cuales son los atributos que valora el usuario, y aunque las respuestas son distintas por categoría de productos, una investigación corta con usuarios, o con vendedores de los productos, podría arrojar estos criterios.

**:: RESTRICCIONES EN FORMULARIOS ::**

Por alguna razón los sitios Web están colocando el trabajo al visitante, en vez de a la máquina. Por ejemplo, en formularios de registro, separan la información del Nombre y del Apellido, en vez de dejar un solo cajón para los dos. Lo mismo sucede para números telefónicos donde separan en cantidades de dígitos, o en números de tarjetas de crédito. Los esquemas de validación también entorpecen esta labor. Si un usuario se siente más cómodo ingresando la información de su tarjeta de crédito con espacios cada cuatro dígitos (como está físicamente en su tarjeta), debería poderlo hacer y luego el sistema los uniría.

**:: PÁGINAS QUE ENLAZAN A SI MISMAS ::**

Tener un enlace a la página de inicio desde la página de inicio es insulso. Se queda ahí, por la facilidad de hacer un solo menú para todo el sitio, pero se debe tener la funcionalidad de



poder incluir o eliminar funciones del menú acorde a las necesidades de cada página. Este problema es recurrente en todas las páginas, no solo en la principal, ocasionando inquietud en el usuario de no saber qué pasó al hacer clic sobre la opción.

**::: CONCLUSIÓN :::**

Esperamos haber determinado que el diseño de la interacción del sitio debe cumplir con las expectativas del usuario. Entre más elementos se comporten en forma consistente, mayor número de usuarios entenderán qué pueden hacer en el sitio y tendrán mayor sensación de experiencia en el uso del sitio. Las expectativas vulneradas envían un mensaje de dominio de la tecnología sobre el hombre y reduce su habilidad para manejar la interacción.

Los sitios Web siguen siendo para los usuarios; omitir características de diseño apropiado hace que menos usuarios puedan llegar a donde necesite en nuestro sitio. ¡Garantice que su usuario vuelva!

Contáctenos:

**PARA MAYOR INFORMACIÓN PUEDE CONTACTAR  
AL AUTOR VÍA INTERNET AL CORREO  
ELECTRÓNICO:  
<mailto:docum@deltaasesores.com>  
Ó VISITARNOS EN LA WEB:  
<http://www.deltaasesores.com>**