

# Práctica 2 - Páginas Web

Fernando Mosteiro Del Pilar  
fernando.mosteiro.pilardel@rai.usc.es  
Horas empleadas: aprox. 28-30 horas

Interacción Persona-Ordenador  
Curso 2019-2020

---

## Índice

<b>1</b>	<b>Introducción</b>	<b>2</b>
<b>2</b>	<b>Prototipo Web</b>	<b>2</b>
2.1	Estudio preliminar . . . . .	2
2.2	Prototipado rápido . . . . .	3
<b>3</b>	<b>Implementación en HTML</b>	<b>6</b>
<b>4</b>	<b>Cuestionario</b>	<b>7</b>
4.1	Análisis de resultados . . . . .	8
4.2	Conclusiones y nueva versión . . . . .	9

---

# 1 Introducción

En esta práctica se elaborará el análisis de una página web perteneciente a una tienda de bicicletas, en este caso llamada *Alter Cycles*. Primero se definirá el contexto de la tienda, sus productos, el perfil de los potenciales clientes y los servicios que se ofrecen.

Posteriormente se presenta una serie de mock-ups sobre como se planea que se estructure la web, su navegación y la disposición de los elementos que la componen, para después implementar estos conceptos en HTML.

Finalmente se elabora un cuestionario de calidad y a partir de los resultados se ejercen cambios en una nueva versión de la implementación.

# 2 Prototipo Web

Antes de comenzar con la primera implementación de nuestro sitio web, tenemos que determinar los perfiles de nuestros potenciales clientes a través de la web, qué productos vamos a ofrecer y qué servicios vamos a ofertar que nos diferencien del resto tiendas de bicicletas.

## 2.1 Estudio preliminar

Los perfiles de los usuarios que van a usar nuestra página son los siguientes:

- Por edad: bicicletas para niños y/o con ruedines, tamaños de cuadros de bicicleta dependiendo de la edad, bicicletas con apoyos para la tercera edad.
- Interés en la compra: bicicletas ya montadas, compra de componentes, montajes o estética customizada.
- Terreno destinando: de montaña, de carretera, gravel, urbanas.
- Bicletas eléctricas: asistencia al pedaleo o completamente eléctricas.

También se listan los productos y servicios que prestará nuestra sitio web, buscando algo atractivo y lo novedoso para diferenciarnos del resto de talleres de los alrededores; además de las distintas maneras que tiene el usuario/a para comunicarse con la empresa:

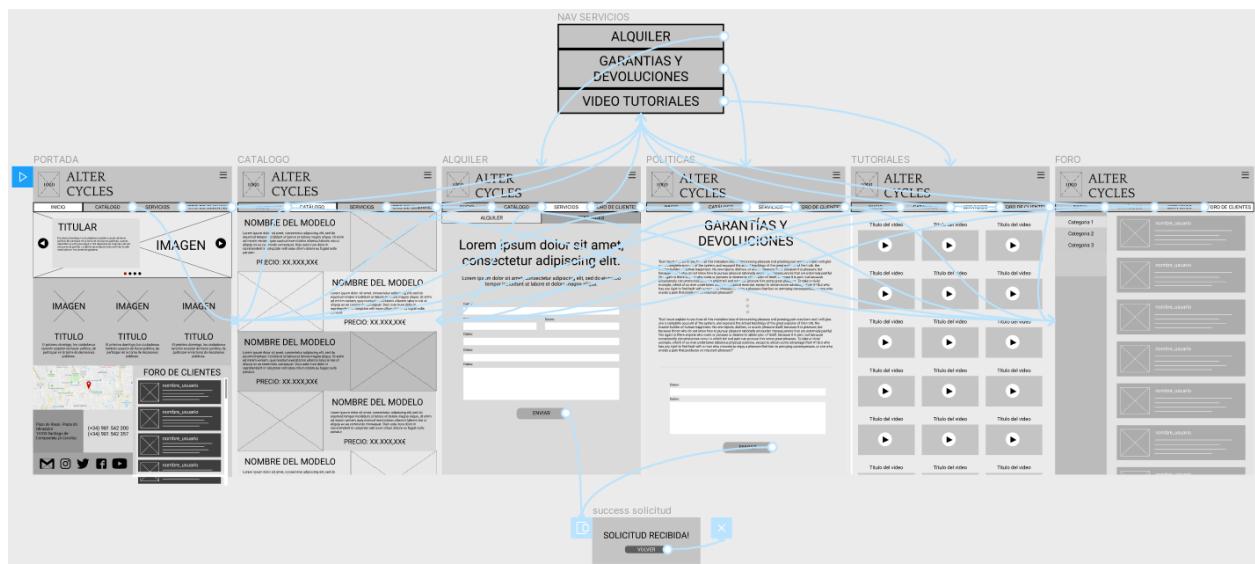
- Listado de productos, según los apartados de nuestro catálogo.
- Informar al usuario de las ventajas y comodidades que suponen adquirir sus artículos de ciclismo con nosotros.

- Ofrecer al usuario un contacto fácil con la tienda, para comunicar o sugerir lo que le plazca, solicitar información que no esté en la página y/o mostrar su interés en la compra de algún producto.
- Servicio de alquiler de bicicletas por horas, días, semanas... Para usuarios que sólo la usen durante cortos períodos, para excursiones, salidas espontáneas, etc.
- Servicio de prueba de productos, para que los clientes sepan que van a estar satisfechos con su compra; con la posibilidad de llevar el producto a domicilio para la prueba.
- Envío y reparaciones a domicilio.
- Opciones de financiación de productos, para facilitar al cliente su compra.
- Sección de garantías y devoluciones, donde los clientes podrán hacer cualquier consulta sobre las políticas de la empresa.
- Sección con videotutoriales sobre mecánica de bicicletas hechos por los trabajadores de la empresa.
- Un foro de clientes en el que los usuarios discutirán todo tipo de temas relacionados con el ciclismo. Podrán solicitar información a los empleados de la tienda que serán moderadores, hacer quedadas, organizar rutas, compartir entrenamientos, solicitar un videotutorial sobre un tema que necesiten, y la venta y compra de artículos.

## 2.2 Prototipado rápido

Los mock-ups fueron realizados en la herramienta web Figma, debido a sus facilidades de navegación entre componentes, además de no tener versiones de pago.

### Enlace al proyecto.



Primero la página de **Portada**, que incluye un carrousel que incluirá un mensaje de bienvenida, además de información relevante y reciente que capte la atención de los usuarios/as y que así no abandonen nuestra página. En la parte intermedia se incluirá información sobre la misión y visión de la empresa, y en la parte inferior se dividirá entre la información de contacto, ubicación de la tienda, enlaces a redes sociales y una parte con las entradas más recientes al foro.

Clicando en el apartado **Catálogo** de la barra superior, se abre un desplegable con los distintos tipos de modelos de bicicletas (montaña, carretera, electricas ...), que nos llevan a el siguiente mock-up. Aquí se listan algunos de los productos de la tienda, cada uno en su fila, acompañado de una pequeña descripción, precio e imagen.



(a) Portada



(b) Catálogo

Figure 1: Algunos mock-ups

Clicando en la pestaña de **Servicios**, se abre también un desplegable con las opciones **Alquiler de bicicletas y test rides**, **Video-tutoriales** y **Garantías y devoluciones**. En el siguiente mock-up (izquierda) se muestra la parte donde el usuario puede concertar el alquiler de uno de los productos, insertando los datos necesarios en los formularios y enviando su solicitud (hay una pestaña para cambiar a Test Rides, cuya estructura será bastante similar). En el otro mock-up (derecha) se muestra la página con las políticas de compra de la tienda, con un apartado de consultas relacionadas en la parte inferior.



(a) Alquiler y Test Rides

This mock-up shows a page titled 'GARANTÍAS Y DEVOLUCIONES' from the 'ALTER CYCLES' website. The header includes a logo icon and the company name. A navigation bar at the top has links for INICIO, CATÁLOGO, SERVICIOS, and FORO DE CLIENTES. The main content area contains a block of Latin text from Cicero's 'De Finibus' discussing pleasure and pain. Below the text are two input fields labeled 'Datos:' and a grey 'ENVIAR' button.

(b) Políticas de empresa

Figure 2: Algunos mock-ups

El siguiente mock-up (izquierda) corresponde con los **Videotutoriales**, hechos por la propia empresa. Haciendo clic en uno de ellos, se abre el vídeo en un contenedor más grande que ocupa gran parte de la pantalla. El último mock-up (derecha) corresponde al foro de clientes, con una barra de navegación por las categorías en la parte izquierda, y las entradas de los usuarios en la derecha.



(a) Video-tutoriales.

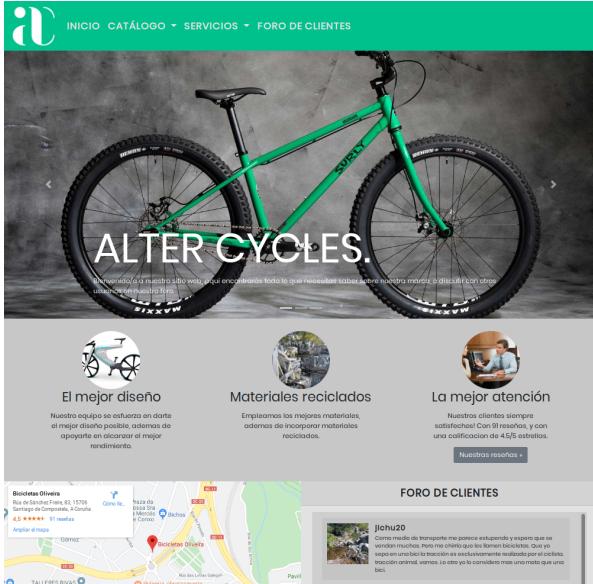
This mock-up shows a forum section of the 'ALTER CYCLES' website. On the left, a sidebar lists categories: 'Categoria 1', 'Categoria 2', and 'Categoria 3'. The main content area displays three user posts, each consisting of a profile picture placeholder, the user's name ('nombre\_usuario'), and a text input field. The first two posts have their names filled in, while the third one is empty.

(b) Foro de clientes.

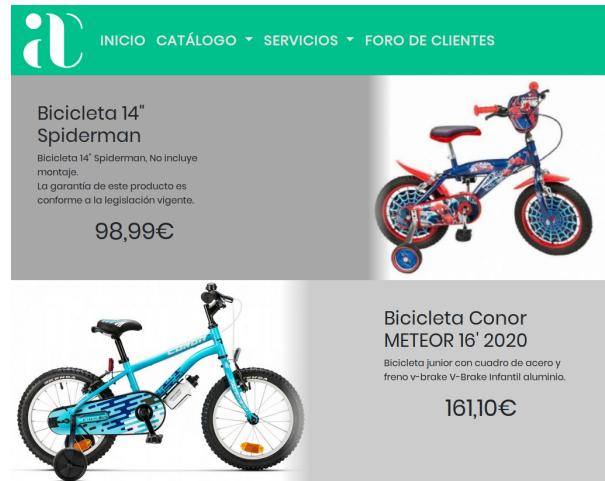
Figure 3: Algunos mock-ups

### 3 Implementación en HTML

En la entrega se adjunta una primera versión de la implementación de la página, usando los conocimientos dados en la materia de Diseño de Aplicaciones Web, además de la librería Bootstrap 4 como herramienta auxiliar. A continuación unas capturas para comparar con los mock-ups.

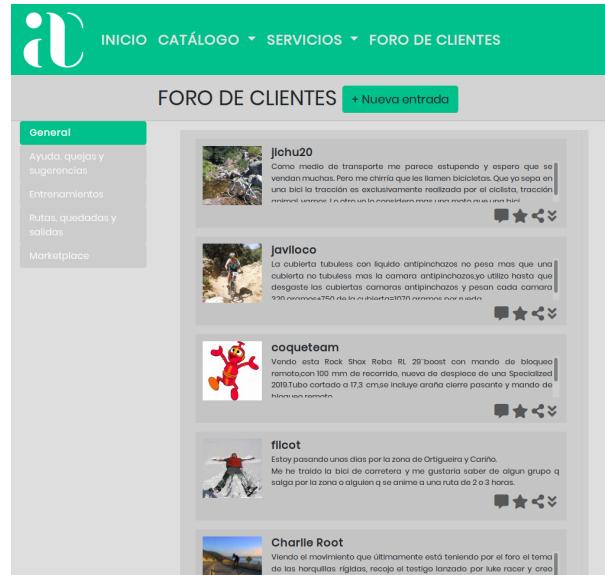


(a) Portada



(b) Catálogo

(c) Alquiler y Test Rides



(d) Foro de clientes

Figure 4: Implementación de la web en HTML

## 4 Cuestionario

Después de terminar la primera versión del sitio web, y a partir del material otorgado por el profesorado sobre cuestionarios y evaluación de calidad de páginas web, se ha elaborado un cuestionario para valorar la usabilidad de nuestra página. Estas son las preguntas, cuya respuesta se basa en la escala de Likert:

- General

1. El sitio web cumple con los objetivos propios del contexto, una tienda/taller de bicicletas.
2. Según el contenido, se transmite confianza y credibilidad sobre la empresa.
3. La marca se presenta de manera clara, además de información de contacto clara y concisa.
4. Contenido coherente dentro de cada sección, según el contexto del sitio web.
5. La extensión y volumen del contenido es de un tamaño acorde al contexto. Los textos no son demasiado extensos, no hacen perder la atención del usuario.

- Diseño

6. El diseño es funcional, aporta claridad y la compresión del contenido se hace fácil.
7. La interfaz es amigable e intuitiva, el esquema de colores es agradable además de combinarlos de manera armónica.
8. Los espacios no están saturados de elementos que resulten molestos, hay espacios libres.
9. Las imágenes son del tamaño y resolución correctas.
10. Excesivas animaciones, distraen y afectan la velocidad de carga del sitio web.

- Navegación

11. En cuanto a navegación, el sitio web es intuitivo y cómodo.
12. La navegación es consistente durante los pasos posteriores a la página de inicio.
13. Existen elementos que le permiten al usuario saber donde está en todo momento, volver atrás y hasta la página de inicio. Los niveles de navegación son los correctos.
14. Los enlaces de la navegación están rotos o no se corresponden con su etiqueta.

- Usuario

15. Se le ofrece al usuario lo necesario, su visita resulta satisfactoria.
16. El usuario puede dar sugerencias sobre el sitio web.
17. Las respuestas del sistema son claras frente a las interacciones del usuario.

- Comentarios y sugerencias adicionales (opcional)

## 4.1 Análisis de resultados

El cuestionario fué realizado por 5 personas, a continuación una tabla con todas las respuestas, además de una media de calificación por pregunta y por usuario:

Usuario	Usuario 1	Usuario 2	Usuario 3	Usuario 4	Usuario 5	Total
Pregunta						
1	5	5	4	4	5	90,00%
2	4	5	5	4	4	85,00%
3	4	4	3	5	5	80,00%
4	5	5	5	5	5	100,00%
5	4	4	4	3	2	60,00%
6	4	4	4	5	4	80,00%
7	4	5	5	4	4	85,00%
8	3	4	5	4	3	70,00%
9	4	5	5	5	5	95,00%
10	1	1	1	1	1	100,00%
11	4	4	5	5	4	85,00%
12	5	4	5	5	5	95,00%
13	5	4	2	3	5	70,00%
14	1	1	1	2	1	95,00%
15	5	5	5	5	5	100,00%
16	5	5	5	5	5	100,00%
17	4	4	5	5	3	80,00%
Media	92,65%	95,59%	95,59%	94,12%	91,18%	

En cuanto a los comentarios y sugerencias adicionales se obtuvieron las siguientes respuestas:

En el alquiler de bicicletas, que no cambie el color al pasar por encima, ya que da la sensación de que te encuentras en la otra pestaña.

Yo lo veo bien bro. Al igual estaría bien poner los títulos en la página de las bics que estás mirando, por si el tipo se pierde.

El scroll en cada producto de la sección de catálogo me parece innecesario, menos texto o ampliar el espacio del texto al ancho disponible sería menos confuso. Marcar en el menu superior la sección de la pagina en la que uno se encuentra. El resto esta muy bien :)

Pregunta 1: Creo que se debería facer alusión ao taller nalgún punto.

Pregunta 3: Durante a navegación non me acordaba do nome da tenda, igual o deberías poñer nalgún punto aparte de no 'title'.

Pregunta 5: Creo que debería ser más escueta a información sobre os produtos, poñer información básica, e unha vez que vaian á tenda xa se lles dará máis se a piden.

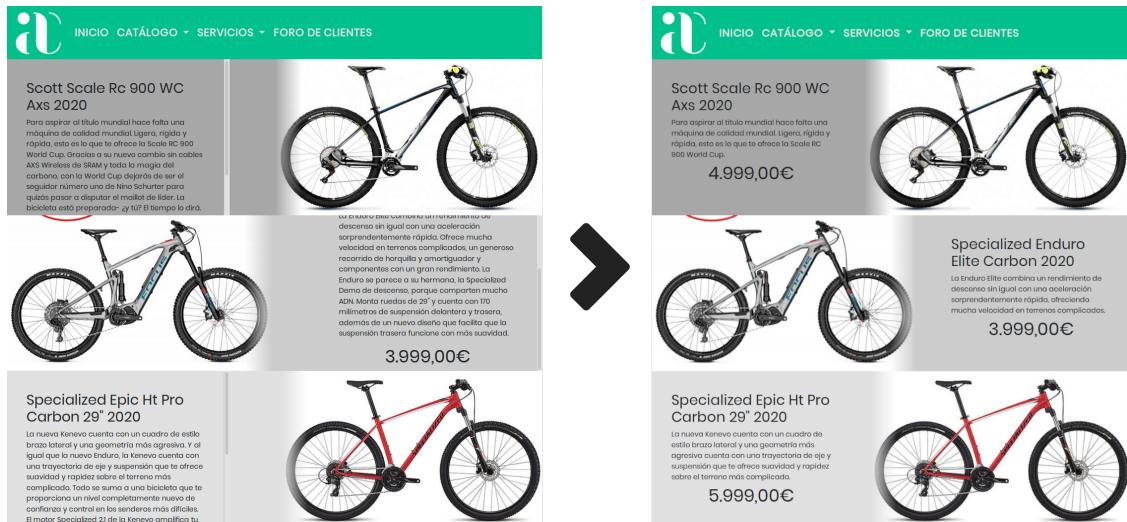
Pregunta 6: no apartado dos videotutoriales, igual se debía meter nun mesmo recuadro o tutorial e o seu título, ou de algunha outra maneira para que dé a impresión de que van xuntos. Nas imaxes do index, o texto non se vé nalgunhas.

Pregunta 13: Débeselle poñer un título a cada páxina para saber onde estamos, como está posto en “Foro de clientes”, ademáis estaría ben resaltar o nome do apartado no que estamos na barra de navegación.

## 4.2 Conclusiones y nueva versión

A partir de las tres preguntas peor valoradas (5, 8 y 13) y de los comentarios adicionales, se proponen los siguientes cambios para solucionar las fallas de interacción en la primera versión de nuestra web:

1. Reducir la extensión de los textos descriptivos en cada artículo del catálogo de la tienda, dado que su tamaño agobia a los usuarios, y hace que perdamos su atención. Estos apartados deberán de contener sólo pequeñas descripciones de los productos, esperando que un cliente realmente interesado se comunique o se acerque a la tienda física solicitando más información.



2. Para hacer la navegación más intuitiva, marcar en la barra superior en qué apartado nos encontramos.

3. El nombre de la empresa debe de estar más presente, dado que no es lo suficientemente claro para los usuarios cuál es si sólo sale en la portada.

4. Mejorar el contraste entre el texto y los fondos de el carrousel de imágenes de la página de inicio. Añadiendo un fondo en el texto para que no sea confuso en fondos claros.



5. Especificar en cada apartado del catálogo un título que indique donde nos encontramos, así el usuario (sobretodo si es inexperto en el mundo de las bicis) sabrá donde se encuentra.

6. Separar los vídeos en su propio contenedor. No se entiende si el título del video corresponde al texto de arriba o de abajo.

7. Cambiar los colores de pestaña activa y al pasar el ratón en el apartado Alquiler y Test Rides. Pareciera que estás en la pestaña contraria.

8. Añadir más información sobre el taller, horarios de visita, etc.