Pr**á**ctica 1: An**álisis de sitios web**

**Alumno: Sergio Pérez Pérez**

**Características subjetivas:**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **Características subjetivas** | **Google.es** | **Youtube.com** | **Marca.com** | **Twitter.com** |
| **Público al que está destinado** | 10 | 9 | 5 | 8 |
| **Nivel técnico del usuario** | 2 | 3 | 4 | 6 |
| **Lo fácil que es utilizar el sitio** | 10 | 5 | 8 | 6 |
| **Lo atractivo/llamativo del sitio** | 4 | 7 | 6 | 8 |
| **Facilidad para encontrar elementos dentro de la web** | 1 | 2 | 5 | 6 |
| **Posibilidad del uso de la web por personas discapacitadas** | 8 | 3 | 5 | 6 |
| **Facilidad de lectura de los textos** | 10 | 9 | 5 | 6 |
| **Tipo de estructuración de los contenidos** | 10 | 8 | 6 | 5 |
| **Grado de interacción con el usuario** | 4 | 7 | 5 | 8 |

**Características objetivas:**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **Características objetivas** | **Google.es** | **Youtube.com** | **Marca.com** | **Twitter.com** |
| **Número de enlaces:**  **- Enlaces Internos**  **- Enlaces externos**  **- Enlaces rotos** | 20  15  0 | 238  5  0 | 1073  197  202 | 86  16  0 |
| **Números de menús**  **Y media de entradas por menú** | 6  1 | 10  5 | +100  25 | 20  10 |
| **Porcentaje de la superficie web destinada a:**  **- Contenido**  **- Navegación**  **- Publicidad**  **- Imagen corporativa**  **- Espaciados** | 5%  10%  0%  10%  75% | 50%  15%  0%  5%  30% | 55%  10%  10%  5%  20% | 10%  15%  0%  5%  70% |
| **Variabilidad de idiomas** | 39 | 61 | 2 | 34 |
| **Compatibilidad de navegadores** | 4 | 4 | 4 | 4 |
| **Compatibilidad móvil** | Si | Si | Si | Si |
| **Tecnologías utilizadas** | Ninguna | Videos | Videos e Imágenes | Videos e Imágenes |
| **Peso/Tamaño de la web** | 371.7 KB | 1.4 MB | 6 Mb | 680.7 KB |
| **Palabras por página** | 24 | 1539 | 6109 | 54 |
| **Longitud media de los párrafos** | 10 | 50 | 100 | 15 |
| **Legibilidad: Índice de Fog** | 7.5 | 8.3 | 10.5 | 6 |

**Conclusiones:** Como podemos ver en las puntuaciones de las tablas apreciamos que Google es una página web sencilla o más bien como “minimalista” por el hecho de no incluir muchos elementos sino que simplemente incluye lo necesario sin necesidad de incluir publicidad o cualquier otro tipo de información innecesaria. Esto se ve reflejado en las puntuaciones ya que por ejemplo como la página web es sencilla de utilizar pues también tendrá facilidad a la hora de leer los textos o de navegar por la misma.

El caso de google se podría aplicar a Youtube, pero como diferencia esta puede tener más dificultades a la hora de usarla sobre todo en el ámbito de intentar subir videos u otras características más complejas.

Marca es la página web más “caótica” de las cuatro que he llegado a puntuar, por el hecho de tener demasiado contenido en muy poco espacio y por la presencia de muchísimos enlaces haciendo que se refleje en unas malas puntuaciones en unos cuantos de sus apartados.

Twitter a pesar de estar destinada a la mayoría de públicos puede ser muy confusa y difícil de aprender en sus primeros usos. Por lo demás, es una página relativamente sencilla y bien estructurada a la hora de implementar todas sus características.