# PROYECTO 1 – FASE 4

Siguiendo con el proyecto y con todo lo aprendido hasta ahora mejora tu sitio web:

1. ~~(3.75p) Hazlo accesible nivel AA~~ HECHO

**INFORME**

Todo lo que se incluye a partir de este punto, **irá en un informe final** **y formal** que tendrá la siguiente estructura:

* Accesibilidad
* Usabilidad
* SEO

Y dentro de cada apartado crea los que consideres para presentar lo que se te pide. (Se pueden incluir enlaces a páginas que se consideres necesarias visualizar y sean difíciles de plasmar en un informe.

1. **(3.25p) USABILIDAD**: Analiza y mejora la usabilidad de tu web

Estructura:

* + Análisis de bloques de Información.
  + Diagrama Gutenberg.
  + Recogida de datos mediante Herramientas online.
  + Test de usabilidad y Recogida de datos.
  + Análisis de todos los datos.
  + Propuestas de cambios para mejorar la usabilidad de tu web.

Desarrollo:

* 1. (0,10p) Analiza la cantidad de bloques de información que tiene tu página. 7 (±2)
  2. (0,15p) Analiza según el diagrama de **Gutenberg cuál es la información de mayor relevancia de tu web (en los 3 formatos de pantalla) y cuál se quedaría en un segundo plano.**

<https://www.itdo.com/blog/principios-universales-de-diseno-el-diagrama-de-gutenberg/>

<https://joss54.cc/diagrama-gutenberg-jerarquia/>

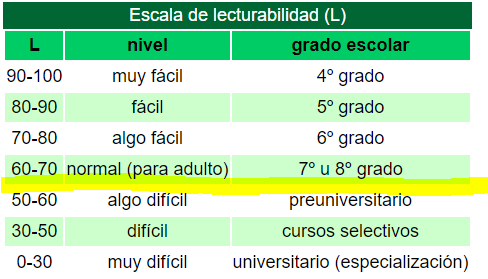
* 1. (0,75p) Analizar con Herramientas online (Darse de alta con una cuenta Google)
* Google Analytics.
* [Clarity](https://clarity.microsoft.com/). Clarity es una herramienta gratuita de Microsoft**.** Aunque es bastante nueva y tiene elementos por mejorar, nos ayuda a visualizar la experiencia de usuario, estudiar sus estadísticas de uso, grabar sesiones y mapas de calor, entre otras funciones. Además puede recibir información de Google Analytics, lo que nos permite tener gran parte del foco en una sola herramienta.
* [Hotjar](https://www.hotjar.com/)**.** Una de las mejores herramientas de usabilidadque podemos consultar. Hotjar permite entender de forma global cómo los usuarios están viviendo la experiencia de entrar a tu site. Desde mapas de calor hasta grabaciones de comportamiento, con muchos datos que usar para extraer conclusiones. Se puede realizar una prueba gratuita.
* [Blisk](https://blisk.io/). Usa Blisk para realizartest de usabilidad para sitios web y comprobar cómo se muestran tus páginas en los principales buscadores. Simula situaciones de carga web lenta, testea cómo funciona una web en desktop y en mobile, trackea los errores de la página y mucho más. Tiene una versión estándar gratuita.

Elige un máximo de 8 dispositivos diferentes (S.O., tamaños, navegadores, …) y comprueba si aparecen errores. Inserta el pantallazo en el informe.

* [Legible](https://legible.es/). Esta web gratuita calcula el índice de legibilidadde una URL según varios parámetros, desde el tiempo estimado de lectura al grado de formación necesaria para comprender el texto. Usa fórmulas validadas para la lengua española y prioriza la concisión.

Analiza también el texto que hay dentro de la web si se pega en el cuadro de texto.

Analiza el texto que haya en tu web (copy-paste del texto) y pega los resultados de “Legibilidad del texto”. Si hay algún parámetro tiene valor de 60 hacia abajo, tendrás que corregirlo.



* 1. (0,75p) Test de usabilidad para personas potencialmente usuarias de la web.

1. Analiza cuál es el público objetivo de tu web: Edad, género, nivel de estudios, aficiones,… ¿Qué tipo de personas podrían sentir curiosidad/interés en el contenido de tu página?
2. Crea tu propio **test de usabilidad** sobre tu sitio web.

* Mínimo 4 preguntas por apartado.
* Utiliza preguntas abiertas (de escribir) en vez de cerradas (Si/No, Verdadero/Falso) para que las personas que hacen el test te den ellas mismas las pistas a mejorar.)

Dicho test debe incluir los siguientes apartados

* **Presentación de la persona usuaria**: Datos generales que nos puedan servir para poder hacer clasificaciones posteriormente (Edad, nivel de estudios, idiomas, dedicación de horas a internet, búsquedas frecuentes, …)
* **Preguntas sobre Identidad**: Buscan establecer si el sitio logra diferenciarse de otros y establecer para efectos del usuario, la imagen corporativa de la institución propietaria del sitio web. Las preguntas se enfocan especialmente a determinar si a primera vista el usuario ha entendido en qué espacio ha ingresado.
* **Preguntas sobre Contenido**: Su objetivo es determinar la calidad que le asigna a los contenidos y si la forma de presentarlos le permite al usuario hacerse una idea concreta de la información que se le está entregando través del sitio web.
* **Preguntas sobre Navegación**: permiten establecer si la forma de organizar la información dentro del sitio web es adecuada de acuerdo a la experiencia, conocimientos y expectativas que tenga el usuario que visite el sitio web.
* **Preguntas sobre Gráfica Web**: buscan establecer si al usuario le ayuda la información gráfica que se le ofrece a través de las pantallas del sitio web, como también su percepción acerca de la velocidad de despliegue de información.
* **Preguntas sobre Búsqueda:** buscan establecer si el sistema de búsqueda cubre las necesidades de acceso a información que tiene el usuario
* **Preguntas sobre Feedback**: establecer si el usuario encuentra la forma de ponerse en contacto con la institución.
* **Preguntas sobre Utilidad**: establecer una especie de resumen general de la experiencia de navegar el sitio
  1. (0,5p) Realiza dicho test a 7 personas (personas que puedan ser **público objetivo** de tu web) que sean lo más heterogéneas posibles (dentro del público objetivo: diferente edad, estudios, inquietudes, …).
  2. Difunde la dirección de tu página web entre muchos contactos para poder recoger resultados del uso de la web.
  3. (0,5p) Analiza los datos y evalúa los resultados obtenidos.

1. Recogidos por las herramientas online.
2. Recogidos por el test de Usabilidad.

**A tener en cuenta**: Cuando evaluamos una web sólo con 5 personas es porque entre ellas son capaces de sacar el 90% de los fallos de la web. Es decir, no nos quedamos con las respuestas mayoritarias, sino con las minoritarias, las que nos sacan los fallos.

* Analiza: Mira bien los resultados obtenidos, clasifica las respuestas según perfiles de personas.
* Evalúa: Quédate con las diferencias para poder sacar conclusiones.
  1. (0,5p) Haz un listado de las mejoras que deberías realizar para mejorar la usabilidad de tu web tras el análisis.