



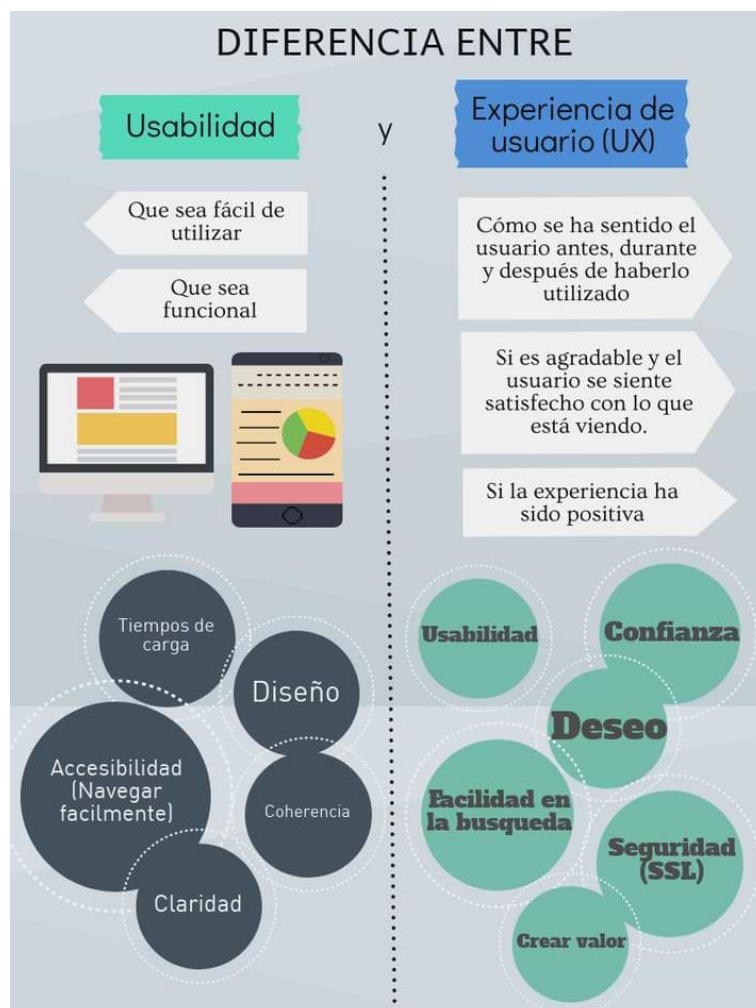
## Usabilidad web: ¿Es tu web fácil de usar?

La llamada “usability” hace referencia a la facilidad de uso de una página web. La usabilidad web actúa como parámetro de la calidad, pues indica la facilidad con la que un programa o una página web pueden ser utilizados por los usuarios. En ella, el diseño y la apariencia están al mismo nivel que la ejecución técnica y la facilidad de uso. Optimizar una web en cuanto a usabilidad es una disciplina importante del marketing online, pues, entre otras cosas, también es un factor relevante para un correcto posicionamiento en buscadores. Por lo tanto, quien quiera tener usuarios satisfechos, que regresen a su web y se conviertan en clientes finales, tendrá que mantenerse al tanto de las últimas tendencias y reaccionar ante los avances y desarrollo de la tecnología.

# Índice

1. El primer paso: realizar un test de usabilidad
2. Los factores más importantes de la usabilidad web
3. Criterios de usabilidad web: cómo lograr una buena usability
4. Usabilidad web: pon tu página a prueba
5. Herramientas para testeo de usabilidad.
6. En conclusión: a mayor usabilidad web, mayores ventas

Por usabilidad web se entiende mayor o menor facilidad con ella que los usuarios navegan en las páginas de Internet. Como factor definitorio de calidad se erige, por ejemplo, si la navegación permite obtener una **experiencia sin dificultades**, pero también el hecho de pueden realizarse si todas las funciones de la página sin complicaciones. En este **sentido no hay que confundir la usabilidad, relacionada con la implementación técnica, con la llamada experiencia de usuario, que hace referencia a la atmósfera percibida en la página web.**

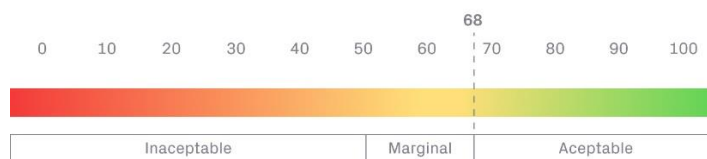


# Definición

La usability describe la facilidad de uso de una página web. Este criterio de calidad se refiere a la eficiencia de la navegación y a la rapidez con la que los usuarios entienden la funcionalidad de una página web. Con respecto a la facilidad de uso de una página, se toman en consideración de la misma manera funciones prácticas como el autocompletado o el diseño responsivo. El desafío reside, sin embargo, en el hecho de que cada usuario tiene unas pretensiones.

## 1. El primer paso: realizar un test de usabilidad

Los test de usabilidad muestran, principalmente, cómo los usuarios se mueven dentro de una página web, dónde se pueden presentar problemas, cuál es la ruta de navegación que siguen e incluso, aquel punto en el cual deciden abandonar la página. Todas estas informaciones son indispensables para determinar el grado de usabilidad de una web. Para ello, una de las herramientas disponibles es la [System Usability Scale \(SUS\)](#). Esta escala está compuesta por diez preguntas con sus respectivas respuestas en una escala de 1 a 5. Este método de análisis cuantitativo es la solución más rápida y simple entre todos los demás, pues el resultado que presenta es una **tendencia de satisfacción general** sin profundizar en las debilidades y necesidades para la optimización.



## Pruebas más extensas:

Para obtener resultados realmente significativos será necesario realizar pruebas más extensas. Algunos de los métodos idóneos para este propósito son: **monitoreo de usuarios, pruebas en vivo, eye tracking o evaluación heurística**, entre otros. Cualquiera de estos test de usabilidad arrojará ideas valiosas y significativas sobre el comportamiento de los usuarios, así como acciones para la optimización.

Las **10 reglas heurísticas de Nielsen** que, aunque fueron escritas en 90, te permitirán detectar una gran cantidad de errores de usabilidad sin necesidad de tener usuarios probando tu producto:

## 10 PRINCIPIOS DE NIELSEN



## 2. Los factores más importantes de la usabilidad web

Las normas de usabilidad son independientes del gusto y las preferencias individuales y deberían ser la prioridad de todo administrador web. No importa si se trata de una sencilla página web corporativa o de una tienda online, en el mundo online la competencia está solo a un clic de distancia. Si los usuarios no se sienten satisfechos durante su visita a una página web, la abandonarán en tan solo unos pocos segundos.

Es por esto que los administradores web tienen que hacer su oferta lo más atractiva posible para el público objetivo. Esto se logra principalmente cuando el usuario recibe la información que está buscando lo más rápido posible, siendo esta inmediata y relevante.





La **accesibilidad web** también es un **criterio valioso** para una presentación técnica adecuada de los contenidos. Aquí, la técnica, el diseño y la navegación van de la mano.

**Los puntos centrales de la usabilidad web incluyen:**

- **Univocidad**

El primer paso hacia una buena usabilidad web es que los contenidos, temas y ofertas de una página web sean **únicos y estén organizados de manera clara** y legible. En otras palabras, la univocidad es esa característica según la cual, **en unos pocos segundos, el usuario encuentra respuesta a la pregunta “¿De qué va esta web?”**. Incluso en páginas complejas es responsabilidad del operador explicarle al usuario qué puede esperar. Esta debe ser una característica indispensable de toda página de inicio, pues sirve como punto de referencia para la mayoría de los usuarios.



El propósito y mensaje de una página web pueden ser ilustrados fácilmente a través de un **eslogan corto** y conciso (un breve lema bajo el logotipo / nombre de la empresa) o a través de una presentación detallada de las UPS (Unique Selling Proposition o ventaja diferencial).

## • Orientación y estructura

La navegación y la orientación en una web **son tan importantes como su identidad**. Una página web claramente estructurada comienza con una navegación lógica. Aquí, el administrador web debe preguntarse si todos los botones, iconos y elementos de navegación son fácilmente comprensibles sin necesidad de explicarlos. El usuario siempre debe tener claro qué esperar cuando hace clic en un enlace o en una foto. Sumado a ello, el menú debe contar con un número razonable de elementos y una barra de navegación principal intuitiva. Todos los elementos incluidos en **el menú deben ser cortos y concisos**.

Trabajar con símbolos clásicos de navegación (p. ej., un carrito de la compra o una lupa para el buscador) resulta ventajoso, pues permiten al usuario ubicarse automáticamente. Los principales elementos de orientación incluyen el logotipo con enlace en la página principal, un cuadro de búsqueda y un menú de navegación. Un **identificador web** (logotipo) que se encargue de servir como agente fundamental para el reconocimiento de la marca también será de gran ayuda.

## • Coherencia

La **homogeneidad** es un factor importante para la usabilidad web. Este punto comprende el diseño visual y, sobre todo, el contenido. El aspecto visual debe **corresponderse con el formato**, el logotipo, los botones y otros elementos gráficos de la web. Para garantizar coherencia, las fuentes, así como sus colores y tamaños, siempre deben ser los mismos.

Esto también se aplica a la redacción, donde los términos utilizados para referir **productos y sus características**, así como para posicionar la marca, deben ser consecuentes. Muchas compañías cuentan con una **guía o manual de estilo** que garantiza el uso uniforme de ciertos términos, así como el estilo gramatical. Por ejemplo, hablar de “pedidos” en la página principal y luego de “órdenes” en las subcategorías, puede resultar confuso para un cliente.

## • Diseño atractivo

Aunque este no sea considerado inicialmente como un elemento fundamental de la usabilidad web, **el diseño web es muy relevante**. Es por esto que los administradores web deben cumplir con ciertos criterios, manteniendo siempre una jerarquía visual clara. Independientemente de si se trata de imágenes, gráficos o subtítulos, todo debe ser diseñado de tal manera que el significado y el contexto sean claros, es decir, resaltando los elementos más importantes frente a los menos relevantes.

Aquellos elementos donde se pueda hacer clic siempre deben ser reconocibles.

Convencionalmente, las palabras subrayadas en los textos se perciben como enlaces. Para los colores, las imágenes y las gráficas la regla es simple: por lo general, el orden y la sencillez son mejores que las animaciones o los elementos muy llamativos. Un esquema de color coherente y

agradable prolonga la visita de los usuarios, mientras que los colores brillantes, las imágenes y los colores intermitentes y otros elementos muy estimulantes suelen llevar a que un usuario abandone la web rápidamente.

### 3. Criterios de usabilidad web: cómo lograr una buena usabilidad.

Además de los factores anteriormente mencionados, también existen algunos criterios de usabilidad web de **carácter técnico** que no pueden ser ignorados.

- **Textos legibles.** Para ello es recomendable elegir un contraste adecuado entre el texto y el fondo, pues especialmente cuando las imágenes que hay tras el texto son dinámicas y cambian continuamente, es necesario tener en cuenta la relación entre el color del texto y el fondo.
- **El tamaño del texto.** Tener en cuenta que los usuarios se encuentran en diferentes situaciones y que utilizan distintos dispositivos. Asegurarse de que los usuarios puedan percibir el contenido con claridad, ya que la utilización de muchos efectos puede llevar a distracciones no deseadas y provocan frecuentemente errores de visualización y tiempos de carga prolongados.

Los encabezados (H1) y los subtítulos (H2) ayudarán a dividir tu contenido y hacer que la página se vea mejor para los usuarios, además de ayudar con el SEO, ya que el H1 todavía se considera un factor de clasificación importante.

- **Las imágenes** son una excelente manera de dividir tu contenido y mantener a los usuarios interesados en tu sitio; recuerda que solo tienes alrededor de 2 segundos para impresionar al usuario antes de que se vaya a otra web.
- **Botones de llamadas a la acción** (Call to Action). Se recomienda utilizar colores cálidos como el naranja o azul cielo. Estos colores incitan a la acción, y hay estudios que los asocian a la compra compulsiva. Además de los colores, es importante cuidar que el mensaje de llamada a la acción sea lo más claro y sencillo posible.



- **Enlaces internos y externos.** Una web debe mencionar dentro de sus contenidos a sus páginas relacionadas, ya que con esto está facilitando la navegación por las secciones internas. Es importante mencionar webs con autoridad que tengan relevancia y aporten información útil a nuestros usuarios.
- **Menor número de clicks.** Esto significa no tener que hacer muchos clicks para lograr acceder a todas las secciones de nuestra web y sus respectivos contenidos. Normalmente, un usuario que entre a una web para buscar información y tenga que hacer más de 3 o 4 clicks, probablemente se canse y se vaya frustrado.



- **Menú de navegación:** “Calidad antes que cantidad”, se recomienda presentar una web con un menú de navegación razonable, antes de tener cientos de menús, sub-menús y sub-sub-menús, los cuales normalmente hacen que nuestros visitantes se desorienten en la navegación.
- **Tiempo y peso de carga óptimo.** el peso y el tiempo de carga de una web son extremadamente importantes, tanto para la experiencia del usuario como para un mejor posicionamiento en buscadores.
- **“scroll” en la usabilidad,** es muy útil tener la presentación e información más relevante de nuestro proyecto en un primer pantallazo, sin necesidad de desplazarlos hacia abajo con el scroll.



- **Compatibilidad con todos los navegadores y dispositivos.** Es fundamental que nuestra web sea compatible con los diferentes navegadores y las diferentes resoluciones de pantallas de los ordenadores y dispositivos móviles para su mejor usabilidad y accesibilidad.

## 4. Usabilidad web: pon tu página a prueba

Hay muchos factores importantes a la hora de crear una página web, cómo, por ejemplo, la selección del diseño adecuado y la redacción de los contenidos. Aquí es donde puede olvidarse lo que es una buena usabilidad web. Para no perder la perspectiva te presentamos una lista con los 10 aspectos más importantes:

- ¿Son capaces los usuarios de entender en poco tiempo lo que se van a encontrar en tu página?
- ¿Resulta la navegación comprensible incluso para los usuarios menos experimentados?
- ¿Se han seleccionado todos los elementos con coherencia?
- ¿Son legibles todos los textos?
- ¿Puede visualizarse la página web en diferentes dispositivos?
- ¿Se ve el usuario distraído de manera innecesaria por los efectos?
- ¿Es posible encontrar la información más importante fácilmente?
- ¿Son aceptables los tiempos de carga?
- ¿Puede accederse a la página web sin problemas?
- ¿Están los contenidos claramente estructurados?

El padre de la usabilidad **Jakob Nielsen** expone: *“lo habitual es que un usuario no lea con detalle ni siquiera una mínima parte de los textos de una página web. En su lugar, y por economía de tiempo, el usuario se limita a ojear la página. Es decir, el usuario realiza un rápido barrido visual de cada página buscando elementos que llamen su atención”.*

Por tanto, es fundamental la utilización de elementos como:

- **Palabras resaltadas mediante negrita y cambios de color o de tamaño.** En este sentido los hipervínculos actúan como elementos de atracción visual pues se destacan del resto del texto.
- **Listas de elementos con viñetas o numeradas.**
- **Títulos de sección y titulares breves intercalados** (también llamados 'ladillos').

## 5. Herramientas para testeo.

Existen otras formas de realizar testeos periódicos de para saber si nuestra web cumple con los requisitos de usabilidad óptima.

### Google Analytic

Es una herramienta de [analítica web](#) de la empresa [Google](#). Ofrece información agrupada del tráfico que llega a los sitios web según la audiencia, la adquisición, el comportamiento y las conversiones que se llevan a cabo en el sitio web.



### Visual Website Optimizer

Herramientas para analizar y aumentar la conversión de tu web. Con VWO y su editor visual podremos realizar variaciones y pruebas en cuestión de segundos. Gracias a su interfaz de usuario fácil de usar, podremos crear todos los tests A/B que un usuario quiera probar. Contiene A/B Testing (Con esta funcionalidad podemos crear 2 o más versiones diferentes de la página de destino. ) Pruebas múltiples, Split Testing, Heatmaps ...



Visual Website Optimizer

### CrazyEgg

Es una herramienta de usabilidad y optimización web que monitoriza la actividad de los usuarios en una página web. Permite extraer información muy útil de cara a ver cómo se navega la página, ya que muestra, por ejemplo, en qué secciones de la web se detienen los usuarios, hasta qué punto hacen scroll, dónde hacen clic, etc



Google  
PageSpeed

<https://pagespeed.web.dev/>

Proporcionan datos sobre el rendimiento real de las páginas tanto en dispositivos móviles como en ordenadores, y se dan consejos para mejorarlas: Puntuación de velocidad, Distribuciones de carga de las páginas, Puntuación de optimización...



## 6. En conclusión: a mayor usabilidad web, mayores ventas

Algunas empresas no prestan suficiente atención a la usabilidad web. ¿Es fácil de usar la página de la empresa? Rara vez se puede responder a esta pregunta de inmediato. Sin embargo, algo es seguro, y es que el usuario percibe la llamada usability en tan solo unos segundos, pues de esta derivan los tiempos de permanencia cortos, una tasa de rebote elevada y, por lo tanto, un índice de conversión bajo. Si reconoces a tu web en alguno de estos indicadores, quiere decir que necesita ser optimizada. Los test de usabilidad mencionados anteriormente permiten identificar exactamente dónde se encuentran los problemas y por qué los usuarios no están satisfechos. Una vez identificados los puntos débiles de la web, podrás optimizar su usabilidad y garantizar una mayor satisfacción a tus clientes.

Finalmente, una buena usabilidad web se caracteriza por:

- Facilitar al usuario la visita de una web o el uso de un servicio
- Aumentar el éxito de una página web
- Generar mayores conversiones para la empresa



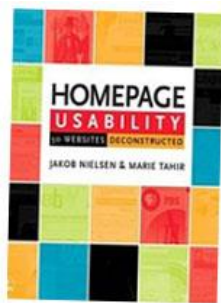
# 1. Libros recomendados



No me hagas pensar Steve Krug.



Content strategy for the web» de Kristina Halvorsen.



Usabilidad de Páginas de Inicio de Jakob Nielsen