

## **Informe de Usabilidad**



**Prototipo Web / Equipo:**

**[Free Tour – Where2Go/ Dunno]**

**[Amine]**

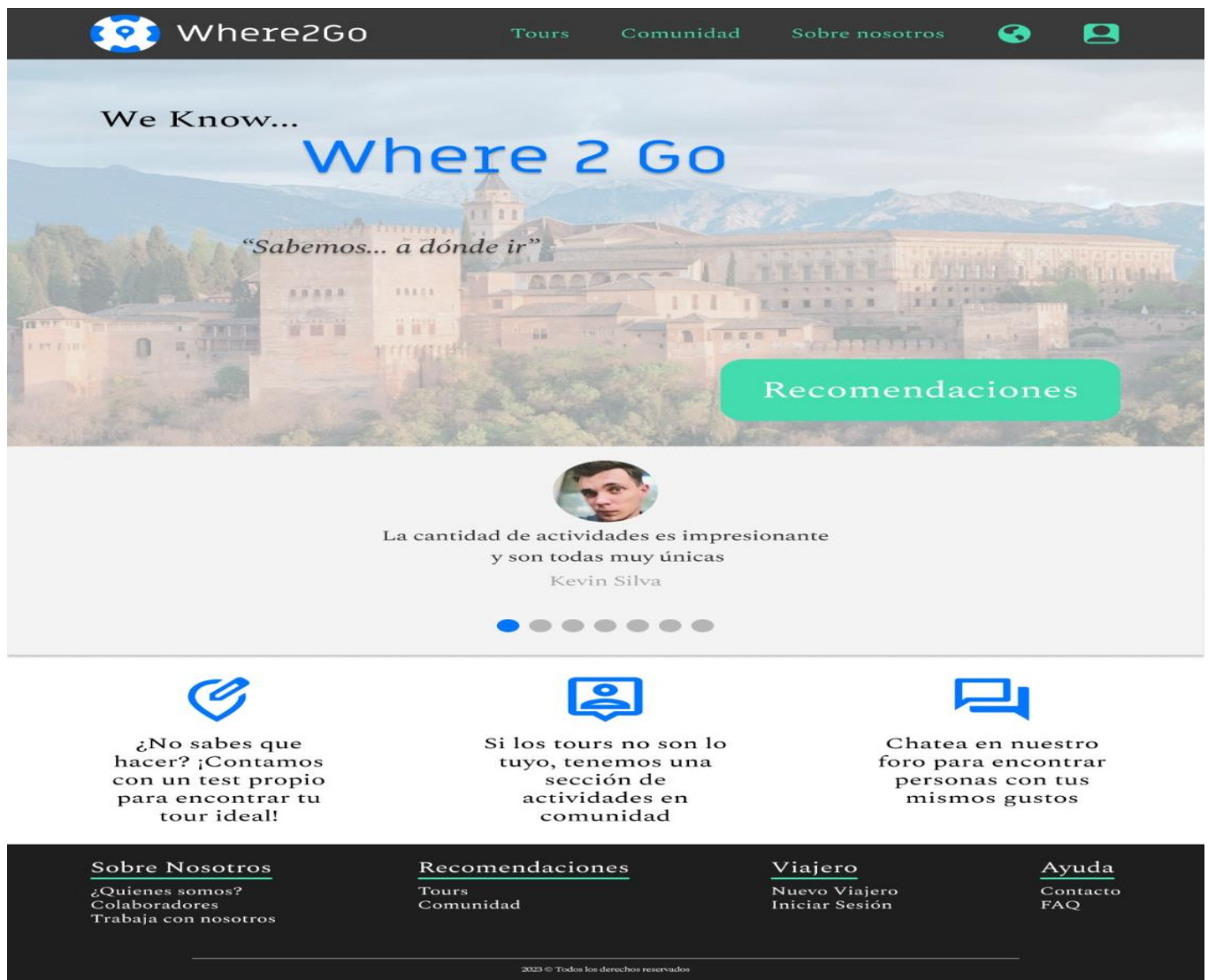
**[29/05/2023]**

## Tabla de Contenidos

DESCRIPCIÓN DEL WEBSITE.....	PÁG 2
RESUMEN EJECUTIVO .....	PÁG 3
METODOLOGÍA .....	PÁG 3
RESULTADO.....	PÁG 3
RECOMENDACIONES.....	PÁG 4
CONCLUSIONES.....	PÁG 4

### Powered by:

U.S. Department of Health & Human Services - 200 Independence Avenue, S.W. - Washington, D.C. 20201  
Adaptación del documento *Report template usability test* de usability.gov  
<https://www.usability.gov/how-to-and-tools/resources/templates/report-template-usability-test.html>



## DESCRIPCIÓN DEL WEBSITE

Se trata de una página web que ofrece la posibilidad de crear tus propios itinerarios de actividades por la ciudad de Granada y compartirlos. A parte, incluye sus propias actividades y un detallado sistema de recomendaciones a disposición del usuario.

## Resumen ejecutivo

---

Se ha elaborado un test de usabilidad basándose en la experiencia de los perfiles de usuarios elegidos ([\*La información sobre los usuarios se adjunta en PDF\*](#)).

Mediante la aplicación del test, buscamos anticipar las emociones y pensamientos de cada perfil al interactuar con una página web o aplicación. Utilizaremos los cuestionarios SUS para llevar a cabo este análisis.

## Metodología

---

El test consiste en que los dos usuarios de prueba van a manejar la página web para comprobar la usabilidad del sitio y matizando en ciertas tareas (siendo las más frecuentadas por los usuarios):

- Usar funciones de filtro.
- Ver recomendaciones.
- Gestionar datos de usuario.
- Reservar tour.

## Valoración personal

---

A lo largo de la navegación por el sitio web se detecta cierta redundancia en etiquetas como “Tours” “Comunidad” “Sobre Nosotros” “Perfil”, ya que tanto la cabecera como el footer presentan los mismos elementos. Y es algo que se repite en todas las páginas del sitio web. Algo que podría evitarse empleando desplegables en la cabecera e incluyendo información más relevante en el footer. Según el vídeo de la simulación se intuye que la página principal es la misma que ha usado como landing page, ya que al pulsar al logo se retorna a la landing page. Es una práctica usable, pero no la ideal, ya que te hace fusionar ambos conceptos. Hay una página denominada “¿Quiénes somos?” en la cual se encuentra un texto de pocas líneas y enseguida hay botones que llevan a “Trabaja con nosotros” y “Nuestros colaboradores”. Creo que sería una mejor idea fusionar “¿Quiénes somos?” Con “Nuestros colaboradores” ya que ofrecen información relacionada, pero separando el texto de las imágenes.

Debido a que los mockups están adaptados más a bocetos que a lo que es el sitio web real, la única página que me resultó interesante y llamativa es la de “Albaicín” que supongo que ofrece información sobre el tour y comentarios. Ya que es la única que me recuerda a que sigo navegando por un sitio web de Tours.

## Conclusión

---

Los elementos dentro del sitio Web están bien estructurados, aunque se abusa de cierta redundancia y falta de diseño llamativo que nos haga sentir que estamos en una página de tours y no en una página random. Ciertas recomendaciones que se me ocurren son las mencionadas a continuación:

- Reducir el número de enlaces en la Landing Page: La abundancia de enlaces puede resultar abrumadora y distraer la atención del usuario. La landing page debe tener una estructura clara y una navegación sencilla. Evita la sobrecarga de información y organiza el contenido de manera que sea fácil de leer y entender.
- En cuanto al uso de una landing page como página principal del sitio web. El sitio web debe proporcionar información introductoria o contextual antes de que los usuarios tomen una acción específica, una landing page puede ser insuficiente, y quizás una página principal tradicional con una estructura más completa sea más adecuada.
- Fusionar las páginas "¿Quiénes somos?" y "Nuestros colaboradores" en una sola página puede ser una forma efectiva de simplificar la estructura del sitio web y proporcionar a los usuarios una visión completa de la empresa y sus colaboradores. Esto ayudará a mejorar la experiencia del usuario al tener la información relacionada en un solo lugar y evitará la fragmentación de contenido en múltiples páginas. Lo mismo se podría aplicar a "Contacta con nosotros" y "Ponte en contacto".
- Identificación clara del contenido: En un sitio web de itinerarios y tours, la presencia de un símbolo de localización en el logo es un buen indicador, pero el diseño global de la página también debe reflejar el tema de los itinerarios y tours, ya sea a través de imágenes relevantes, colores temáticos o elementos visuales relacionados.
- El uso de menús desplegables en una página web puede ser de gran importancia y beneficio para mejorar la experiencia del usuario y la organización del contenido, y así se podría ahorrar repetir el mismo contenido en la cabecera/footer.
- Incluir información más relevante en el footer y sin demasiada sobrecarga (símbolos de redes sociales, contacto...)