



# DISEÑO DE LA PÁGINA WEB PRINCIPAL

Juan Andrada Romero  
Jose Domingo López López



# Contenidos

- Página Web Principal
  - Elementos
- Diseño de la página Web principal
- Línea de etiquetas
- Navegación en la página Web Principal
- Métodos de creación de espacio en blanco
  - Rollovers
  - Menús desplegables
  - Alternancia de existencias
- Errores comunes de la página Web principal
- Analizando páginas Web principales
  - [www.etour.com](http://www.etour.com)
  - [www.productopia.com](http://www.productopia.com)

# Contenidos

## ◦ **Página Web Principal**

- Elementos
- Diseño de la página Web principal
- Línea de etiquetas
- Navegación en la página Web Principal
- Métodos de creación de espacio en blanco
  - Rollovers
  - Menús desplegables
  - Alternancia de existencias
- Errores comunes de la página Web principal
- Analizando páginas Web principales
  - [www.etour.com](http://www.etour.com)
  - [www.productopia.com](http://www.productopia.com)

# Página Web Principal

- **Objetivos** de una página Web principal:
  - Facilitar lo que el usuario desea buscar
  - Exponer temas relacionados
  - Mostrar dónde empezar
  - Establecer credibilidad y confianza
- **Restricciones** en una página Web principal:
  - Extensión muy limitada
  - Está sujeta a opiniones de todo el mundo
  - Tiene que ser atractiva para cualquier usuario

# Contenidos

- Página Web Principal
  - **Elementos**
- Diseño de la página Web principal
- Línea de etiquetas
- Navegación en la página Web Principal
- Métodos de creación de espacio en blanco
  - Rollovers
  - Menús desplegados
  - Alternancia de existencias
- Errores comunes de la página Web principal
- Analizando páginas Web principales
  - [www.etour.com](http://www.etour.com)
  - [www.productopia.com](http://www.productopia.com)

# Elementos de una página Web principal

- **Elementos** que debería tener una página Web principal:
  - Identidad y misión del sitio.
  - Jerarquía del sitio
  - Búsqueda
  - Sugerencias
  - Contenido temporal
  - Transacciones
  - Accesos directos
  - Registro

# ELEMENTOS DE UNA PÁGINA WEB PRINCIPAL



# Contenidos

- Página Web Principal
  - Elementos
- **Diseño de la página Web principal**
- Línea de etiquetas
- Navegación en la página Web Principal
- Métodos de creación de espacio en blanco
  - Rollovers
  - Menús desplegables
  - Alternancia de existencias
- Errores comunes de la página Web principal
- Analizando páginas Web principales
  - [www.etour.com](http://www.etour.com)
  - [www.productopia.com](http://www.productopia.com)



# Diseño de la página Web principal

- A la hora de **diseñar** la página, hay que responder con un **sólo vistazo** de dicha página a estas preguntas:
  - ¿Qué es esto?
  - ¿Qué puedo hacer aquí?
  - ¿Qué tienen aquí?
  - ¿Porqué debería estar aquí y no en otro lugar?
- Si se consigue esto con un buen diseño, quedará claro **qué es el sitio** y será más probable que se **interprete correctamente** todo lo que la página muestra.

# Diseño de la página Web principal



[my account](#) | [about usa telephone](#) | [contact information](#) **1 877 USA 2800**

## USA TELEPHONE

*A United Systems Access Brand*

**Save up to 30% or more on Local and Long Distance!**

[when you choose USA](#) [learn about telephone service](#) [USA plans and pricing](#) [other services](#) [order now](#)

Traditional Phone Service at competitive pricing including all the features and low 2.9 cents per minute long distance.

### Announcing our new simple Straight Talk Great Rates Programs

**Straight Talk Great Rates Full Featured:** \$27.95\*  
2.9 cents a minute calling in the US and Canada

**Straight Talk Great Rates Unlimited::** \$41.95\*  
Unlimited Calling in the US and Canada

**Straight Talk Great Rate Packages come with all these Features FREE**

- Caller ID
- Call Waiting
- Call forwarding
- Voice Mail
- 3-Way calling
- \*69 Call Return
- Anonymous Call Rejection
- Call Blocking
- Automatic Notification of Potential Cost savings

\*plus surcharges based on location and taxes

Please enter your telephone number to view rates specific to your area:

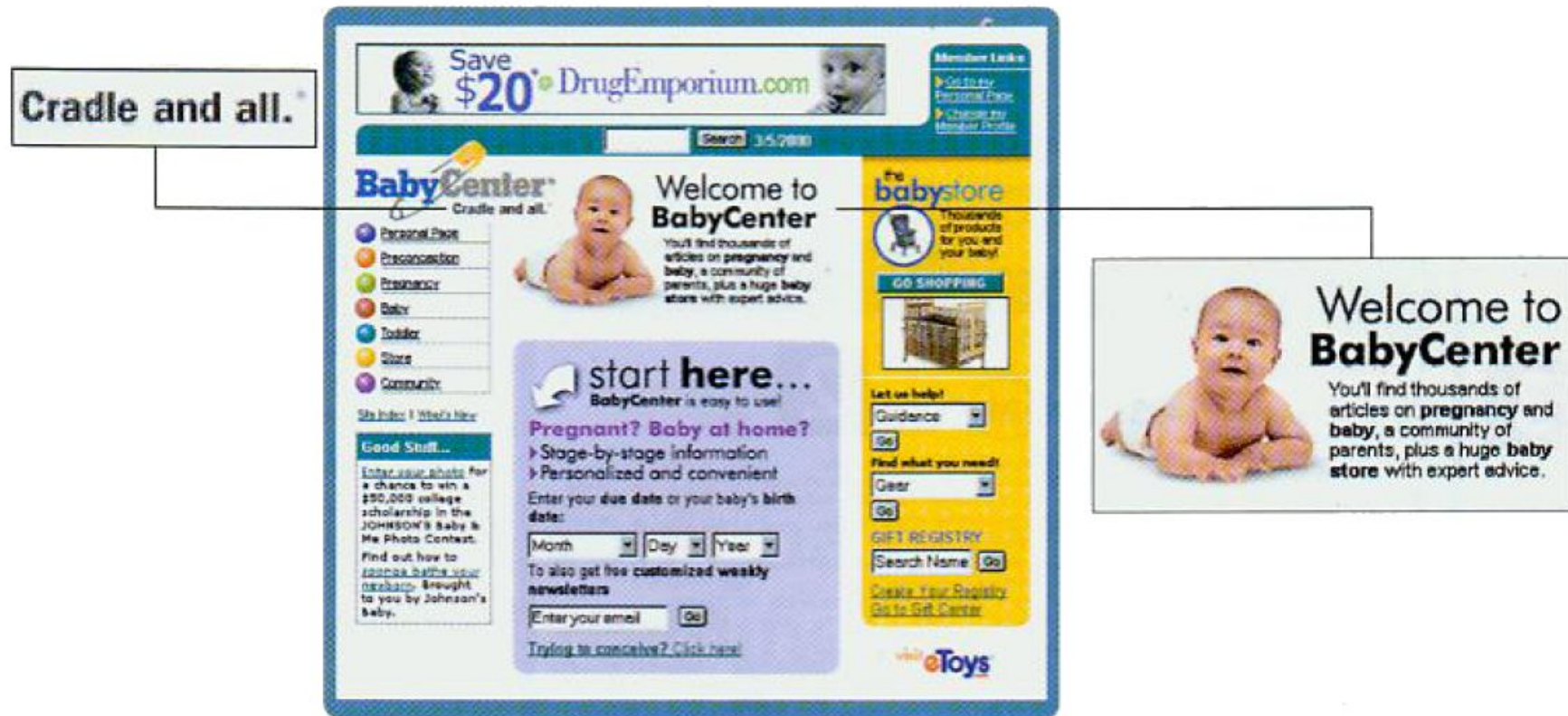
(  )  -

[Consumer Service Agreement](#) | [State Tariff Filings](#) | [Privacy Policy](#) | [Terms of Use](#) | [Site Map](#)© United Systems Access Telecom, Inc.

# Diseño de la página Web principal

- Existen dos **lugares** importantes en una página Web que ayudan a identificar qué es el sitio:
  - Línea de etiquetas
  - Aviso de bienvenida
- Su uso no es obligatorio, pero ayuda al usuario a identificar el sitio si no puede hacerlo por él mismo.

# Diseño de la página Web principal



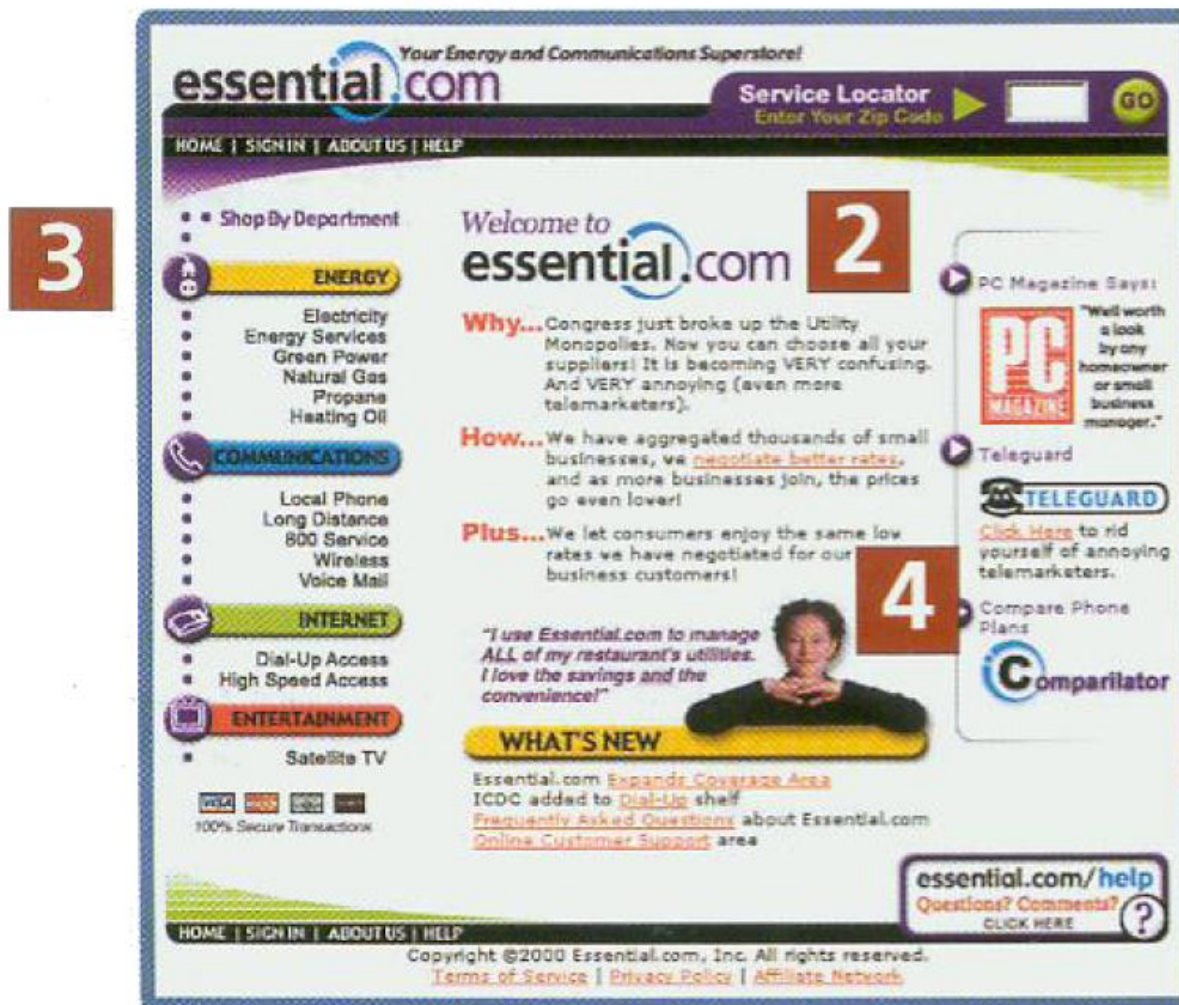
# DISEÑO DE LA PÁGINA WEB PRINCIPAL

- Pautas para **dar a entender** el mensaje de la página Web principal:
  - Utilizar tanto espacio como sea necesario, pero no más del necesario
  - No utilizar una frase relativa a la misión de la empresa como anuncio de bienvenida
  - Mostrar la página a gente externa a la organización



# Diseño de la página Web principal

1



# Contenidos

- Página Web Principal
  - Elementos
- Diseño de la página Web principal
- **Línea de etiquetas**
- Navegación en la página Web Principal
- Métodos de creación de espacio en blanco
  - Rollovers
  - Menús desplegables
  - Alternancia de existencias
- Errores comunes de la página Web principal
- Analizando páginas Web principales
  - [www.etour.com](http://www.etour.com)
  - [www.productopia.com](http://www.productopia.com)

# Línea de etiquetas

- Una **línea de etiquetas**, o *tagline*, es la frase medular que caracteriza a la empresa, resumiendo lo que es y lo que la hace especial.
- Una *tagline* suele aparecer debajo, encima o al lado del identificador principal de la página Web.
- Ayudan a dar a entender el mensaje, por el lugar en el que se colocan.



# Línea de etiquetas

## ○ Características que debe tener una *tagline*:

- Clara, precisa e informativa
- Extensión justa



- Expresar diferenciación y beneficio claro, no siendo genéricas



# Línea de etiquetas

- Gratas, vivas e ingeniosas.
- Algunos sitios Web no necesitan una *tagline*, por ser bien conocidos .



# Contenidos

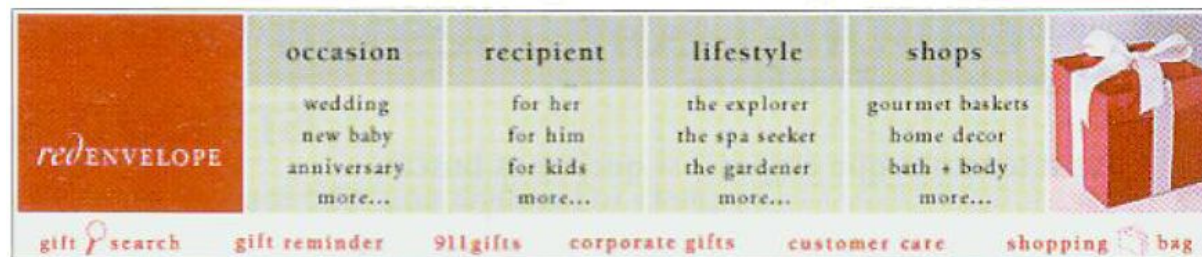
- Página Web Principal
  - Elementos
- Diseño de la página Web principal
- Línea de etiquetas
- **Navegación en la página Web Principal**
- Métodos de creación de espacio en blanco
  - Rollovers
  - Menús desplegables
  - Alternancia de existencias
- Errores comunes de la página Web principal
- Analizando páginas Web principales
  - [www.etour.com](http://www.etour.com)
  - [www.productopia.com](http://www.productopia.com)

# Navegación en la página Web principal

- Responder de manera clara a la pregunta **¿Por dónde empieza?**
- Se deben resaltar los **puntos de entrada** para que realmente parezcan puntos de entrada:
  - Cuadros de búsqueda
  - Lista de secciones
  - Lugar para registrarse/autenticarse

# Navegación en la página Web principal

- La navegación en la página Web principal puede ser diferente al resto de páginas del sitio.
- **Diferencias típicas:**
  - Descripciones de sección

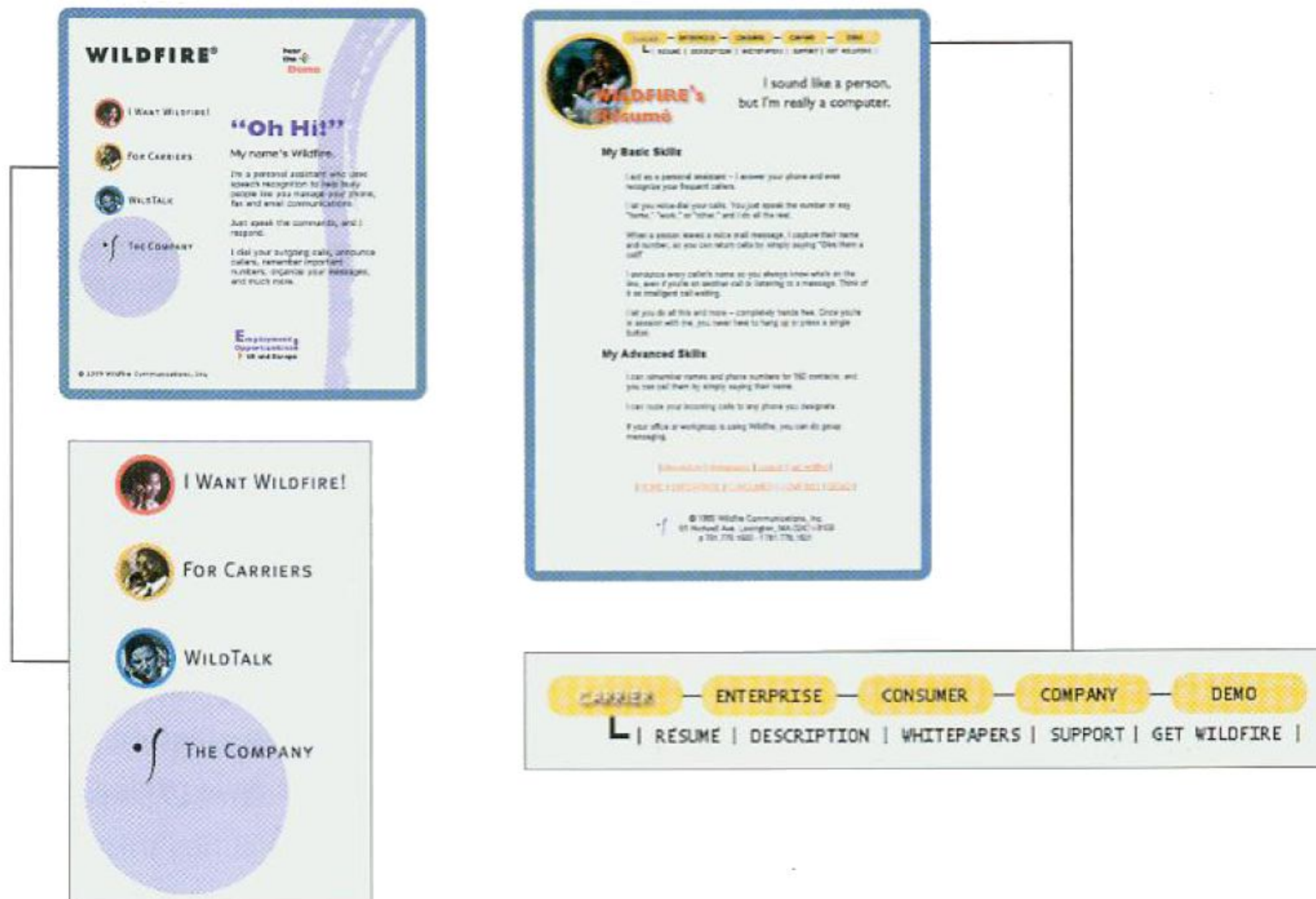


- Orientación diferente

# Navegación en la página Web principal

- Más espacio para la identidad
- *“La navegación en la página principal puede ser diferente, pero no demasiado diferente”*
  - Mantener nombres de sección en el mismo orden y con la misma agrupación
  - Mantener señales visuales iguales: tipo de letra, colores, mayúsculas, etc.

# Navegación en la página Web principal



# Contenidos

- Página Web Principal
  - Elementos
- Diseño de la página Web principal
- Línea de etiquetas
- Navegación en la página Web Principal
- **Métodos de creación de espacio en blanco**
  - Rollovers
  - Menús desplegables
  - Alternancia de existencias
- Errores comunes de la página Web principal
- Analizando páginas Web principales
  - [www.etour.com](http://www.etour.com)
  - [www.productopia.com](http://www.productopia.com)



# Métodos de creación de espacio blanco

- **Objetivo:** tratar de crear más espacio real o aparente en la página.
- **Rollovers**

Cuando apunta a un botón de sección aquí...

... aparecerá una descripción de la sección aquí.

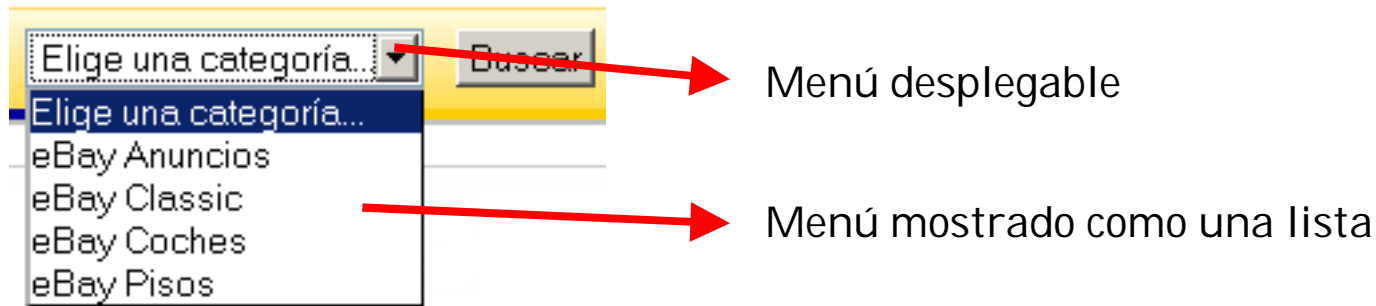


# Métodos de creación de espacio blanco

- Dos tipos de rollovers: textuales y gráficos.
- Aunque parecen una buena idea, los rollovers textuales tienen asociados varios problemas:
  - Información no visible al usuario.
  - Sólo se puede ver uno al mismo tiempo.
  - Son inquietos.
  - Son ineficaces a menos que aparezcan cerca de donde esté apuntando (idealmente al lado derecho).
  - El diseñador debe dejar espacio vacío para mostrar la información.

# Métodos de creación de espacio blanco

## ○ Menús desplegables



- Inconvenientes:
  - Información no visible al usuario.
  - Difíciles de revisar y personalizar.
  - Son inquietos.
  - Sólo aportan beneficios para mostrar listas grandes y ordenadas alfabéticamente (p.e. países y ciudades).

# Métodos de creación de espacio blanco

- **Alternancia de existencias:** sustituye las pequeñas promociones estáticas por llamativas promociones



- Cada *promo* se muestra una tercera parte del tiempo, pero incluye enlaces al resto.
- Inconvenientes:
  - Los anunciantes tienen pánico a pensar que un visitante no es expuesto a su anuncio.

# Contenidos

- Página Web Principal
  - Elementos
- Diseño de la página Web principal
- Línea de etiquetas
- Navegación en la página Web Principal
- Métodos de creación de espacio en blanco
  - Rollovers
  - Menús desplegados
  - Alternancia de existencias
- Errores comunes de la página Web principal
- Analizando páginas Web principales
  - [www.etour.com](http://www.etour.com)
  - [www.productopia.com](http://www.productopia.com)

# Errores comunes de la página Web principal

## ○ Banners innecesarios

- Peores aún la desplazan hacia abajo evitando que se pueda ver de un vistazo.
- Evitan crear una primera impresión buena.
- Hacen que su carga sea más lenta.

## ○ Promocionarlo todo

- El abuso de secciones y enlaces destacados hace que se pierda efectividad global en el resto de la página.  
*“Cualquier recurso compartido será inevitablemente destruido por el uso excesivo”*
- Solución: turnos rotatorios para usar el mismo espacio.

# Errores comunes de la página Web principal

## ○ Diseño dirigido por el negocio

- Evitar recargar el sitio con promociones cruzadas.
- Efecto NASCAR.

<http://www.milliondollarhomepage.com/>



## ○ Codicia por los datos de usuario

- Solicitar registro de usuario antes de permitir la navegación en el sitio.

# Contenidos

- Página Web Principal
  - Elementos
- Diseño de la página Web principal
- Línea de etiquetas
- Navegación en la página Web Principal
- Métodos de creación de espacio en blanco
  - Rollovers
  - Menús desplegables
  - Alternancia de existencias
- Errores comunes de la página Web principal
- **Analizando páginas Web principales**
  - [www.etour.com](http://www.etour.com)
  - [www.productopia.com](http://www.productopia.com)



# Analizando páginas Web principales

- Preguntas que deben realizarse:
  - **¿Cuál es el interés del sitio?**
  - **¿Sabe dónde empezar?**

# Contenidos

- Página Web Principal
  - Elementos
- Diseño de la página Web principal
- Línea de etiquetas
- Navegación en la página Web Principal
- Métodos de creación de espacio en blanco
  - Rollovers
  - Menús desplegables
  - Alternancia de existencias
- Errores comunes de la página Web principal
- Analizando páginas Web principales
  - [www.etour.com](http://www.etour.com)
  - [www.productopia.com](http://www.productopia.com)

# Analizando páginas Web principales

- [www.etour.com](http://www.etour.com)

The screenshot shows the eTour website homepage. At the top is a navigation bar with links: "Take a Test Drive!", "how it works", "cool sites", "rewards", "testimonials", "help", and "about us". Below this is a large blue banner with the eTour logo and the text "Surf the Web Without Searching" and "No Lists! No Links! Really, Truly Surfing!". The main content area features three numbered steps: 1. "You select your interests & hobbies" with a "COOKING" example; 2. "eTour finds thousands of the Web's best sites..." with a "Sports" example; 3. "...and brings them to your screen, one click at a time." with a "FASHION" example. At the bottom, there is a "Members Enter Here" button, a "Start Let's Go! Here!" button, and two quotes: "Most Useful Site of 1999." by Entertainment Weekly and "Most Addictive Site of 1999." by The Industry Standard.

Take a Test Drive! how it works cool sites rewards testimonials help about us

**etour** Surf the Web Without Searching  
No Lists! No Links! Really, Truly Surfing!

**1** You select your interests & hobbies  
Tell us what you like!

**2** eTour finds thousands of the Web's best sites...  
Matched to your interests!

**3** ...and brings them to your screen, one click at a time.  
It's 100% FREE!

Members Enter Here Start **Let's Go!** Here!

"Most Useful Site of 1999."  
- Entertainment Weekly

"Most Addictive Site of 1999."  
- The Industry Standard

# Analizando páginas Web principales

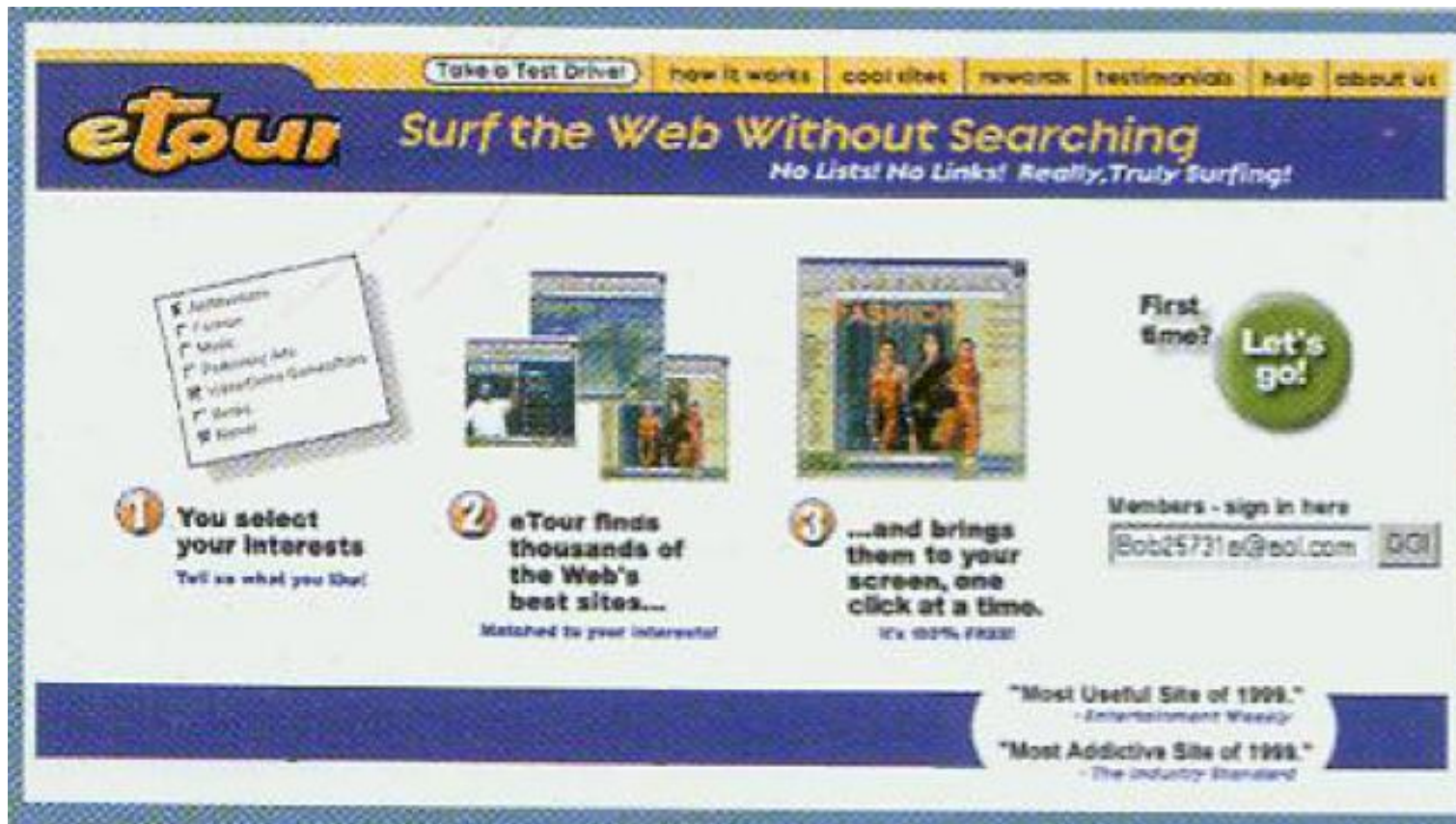
- Mejorando la página principal
  - Primera versión





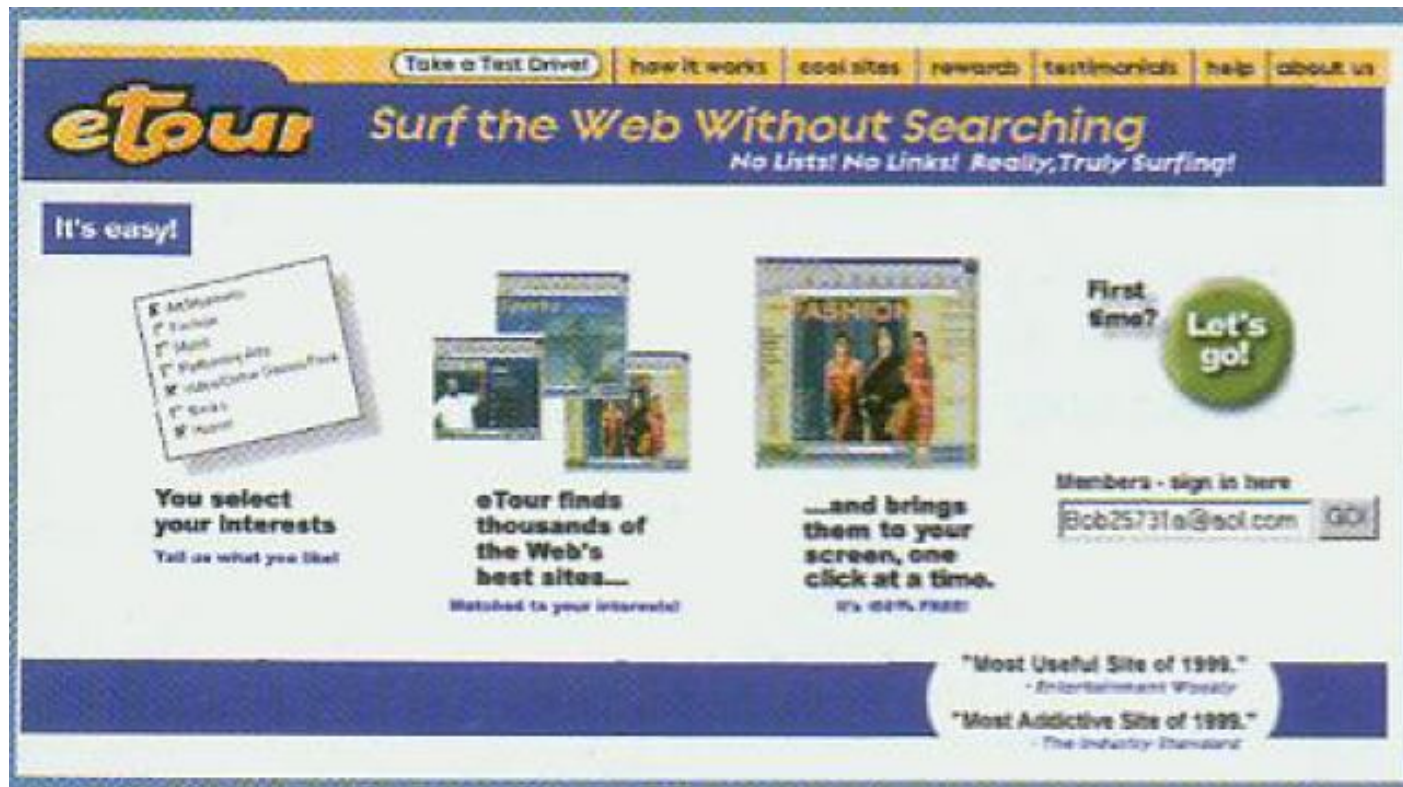
# Analizando páginas Web principales

- Segunda versión



# Analizando páginas Web principales

- Tercera versión

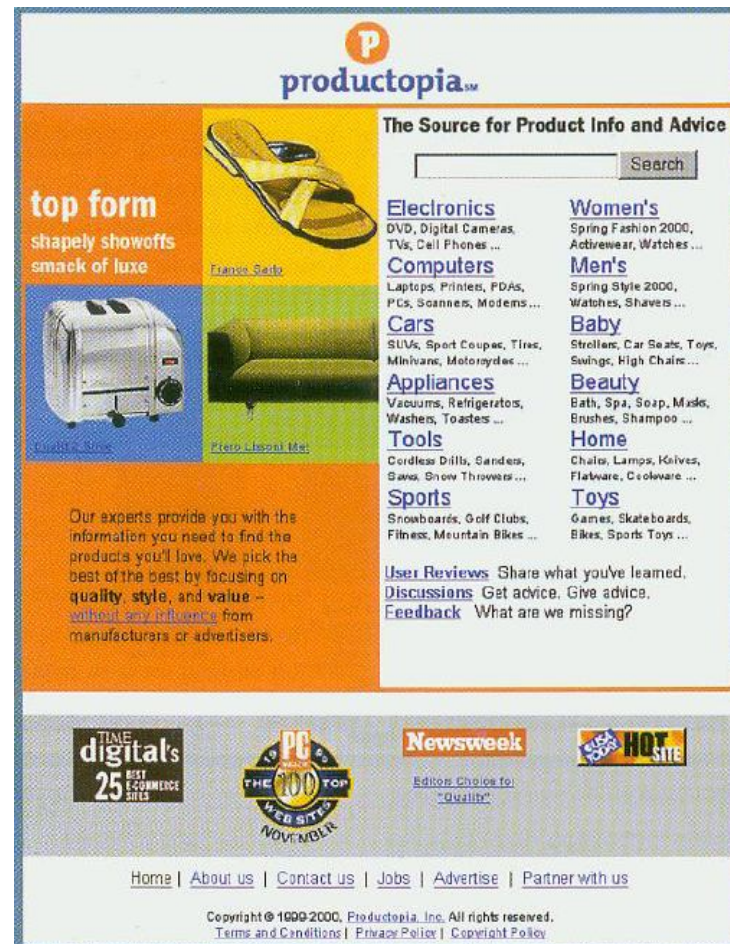


# Contenidos

- Página Web Principal
  - Elementos
- Diseño de la página Web principal
- Línea de etiquetas
- Navegación en la página Web Principal
- Métodos de creación de espacio en blanco
  - Rollovers
  - Menús desplegables
  - Alternancia de existencias
- Errores comunes de la página Web principal
- Analizando páginas Web principales
  - [www.etour.com](http://www.etour.com)
  - [www.productopia.com](http://www.productopia.com)

# Analizando páginas Web principales

- [www.productopia.com](http://www.productopia.com)





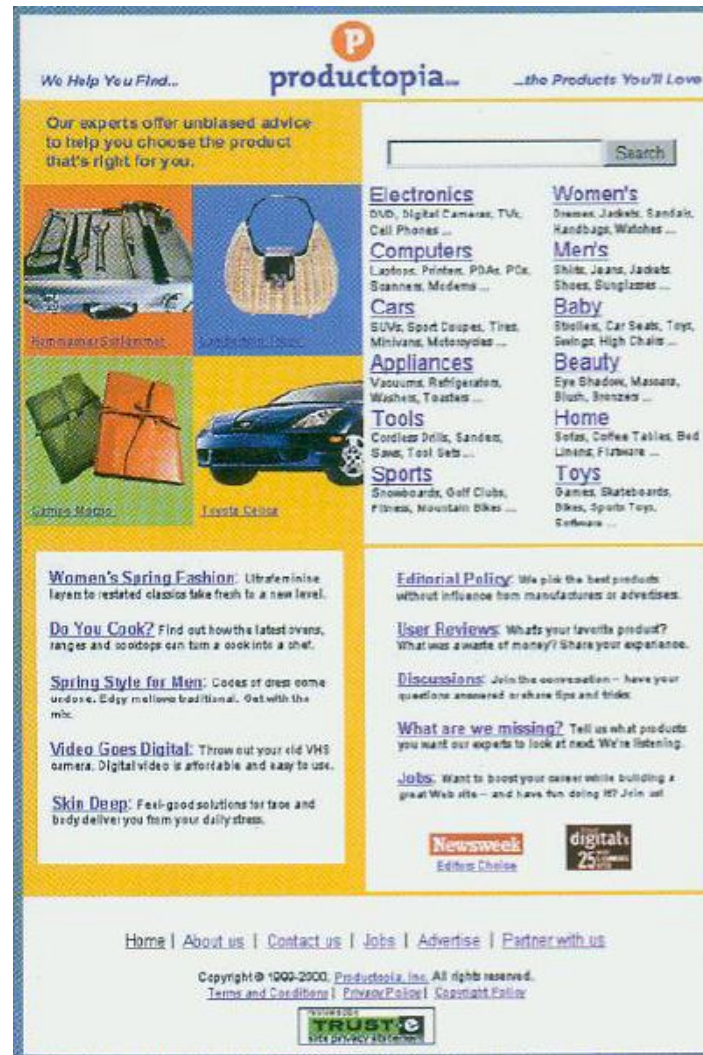
# Analizando páginas Web principales

- Versión revisada



# Analizando páginas Web principales

- Versión mejorada



# Referencias

Krug, S. *No me hagas pensar: una aproximación a la usabilidad en la Web*, cap.7:El primer paso para recuperación es admitir que ha perdido el control de la página principal, pág. 96-130. Prentice Hall, segunda edición.