

# Desarrollo Interfaces Web

## Atomizar la usabilidad

Analiza una web e identifica que se cumplen varias de las pautas descritas de la usabilidad en...

- ... los textos.
  - ... los formularios.
  - ... las imágenes.
  - ... el espaciado de los elementos.
  - ... la navegación.
  - ... los vínculos.
- 

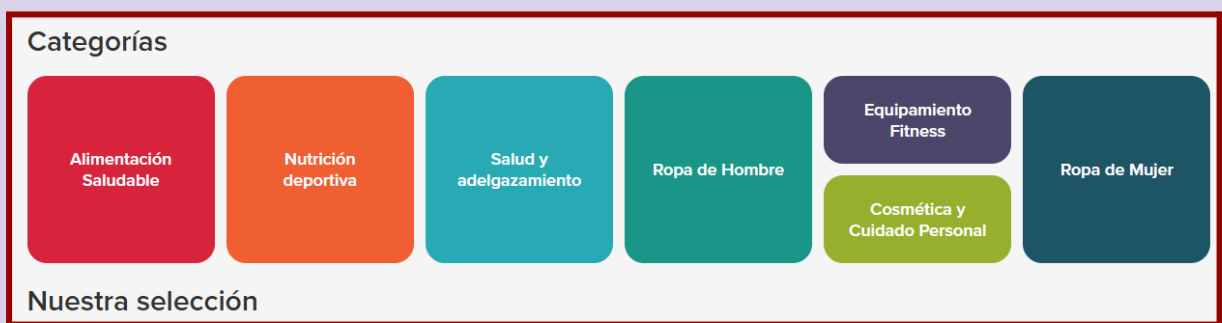
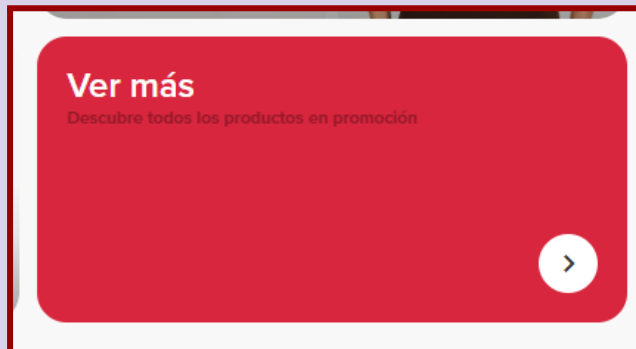
web escogida: <https://www.prozis.com/es/es>

## Textos

La web contiene una fuente de texto clara y concisa además de ser fácil de leer al ser una fuente de tamaño considerable lo que permite que no haya que forzar la vista para leer sus productos. La fuente contrasta con el fondo de forma correcta además de saber separar entre títulos de secciones y subtítulos.



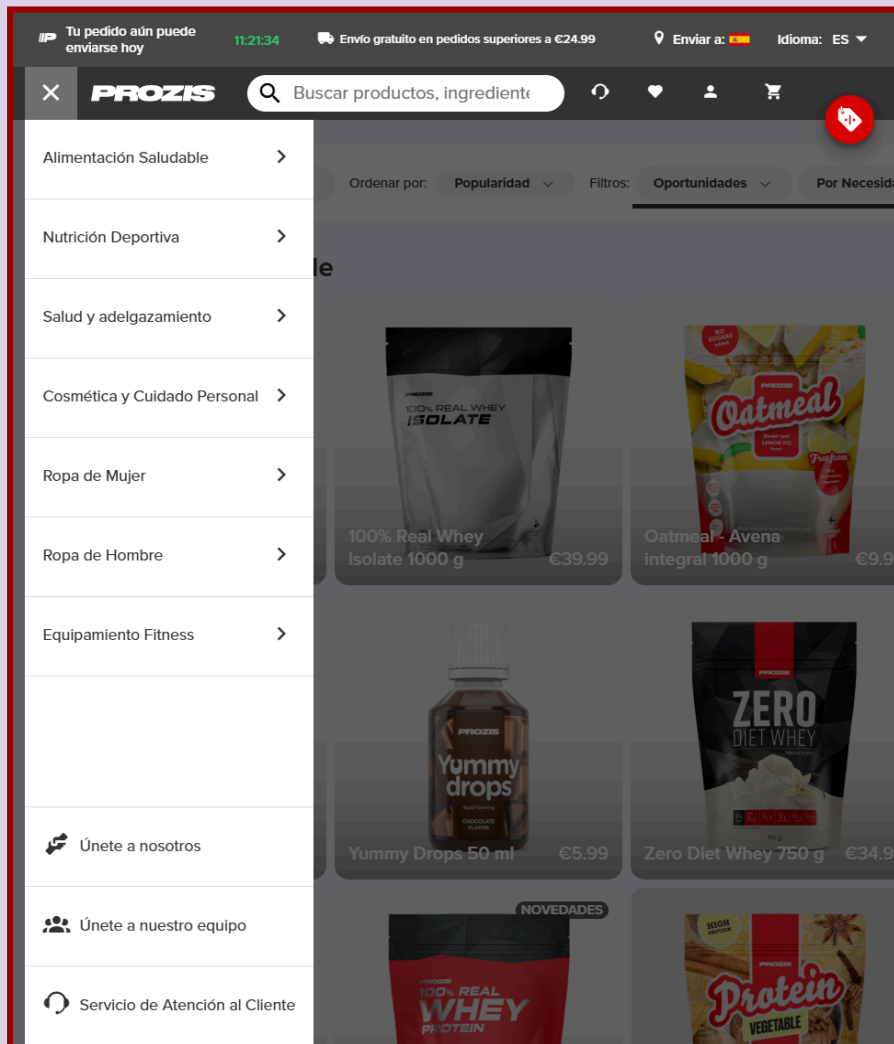
En cuanto a los enlaces descriptivos, dado que es una web de ventas de productos deportivos, no saturan la página con descripciones sino que hacen uso de enlaces que te llevan directamente a la información concreta del producto o sección de esta.



No se aprecia que hagan un uso excesivo de las mayúsculas, de hecho no lo hacen, solamente con el título de la página.



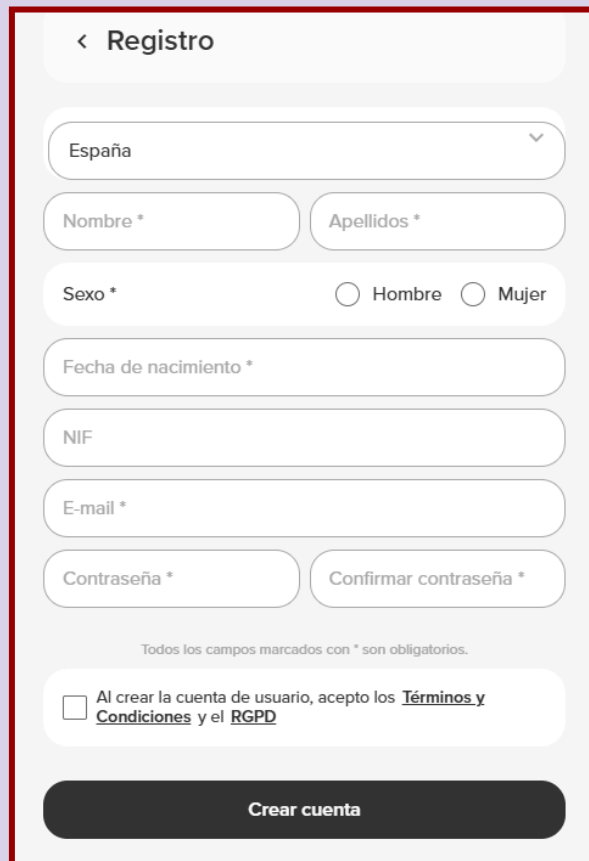
Por último, la página se adapta sin problemas en su versión android sin alterar el flujo de la misma así como su fuente e imágenes no se ven alteradas.



Por último, se aprecia en los estilos de la página que su público objetivo es gente joven debido a la paleta de colores escogida y la fuente del título evocando una sensación de velocidad al estar inclinada hacia la derecha. Buscan atraer la atención de personas jóvenes o aficionados al deporte. Para acabar no se aprecian errores ortográficos, de puntuación o de espaciado por ningún lado.

## Formularios

En PROZIS, el formulario inicial para poder crearte una sesión es simple y estándar, no te atosiga con texto más del necesario. Sin embargo, las etiquetas descriptivas contienen el texto dentro de estas, lo que sería una mala práctica, pero supongo que fue para ahorrar espacio.



< Registro

España

Nombre \* Apellidos \*

Sexo \* ☐ Hombre ☐ Mujer

Fecha de nacimiento \*

NIF

E-mail \*

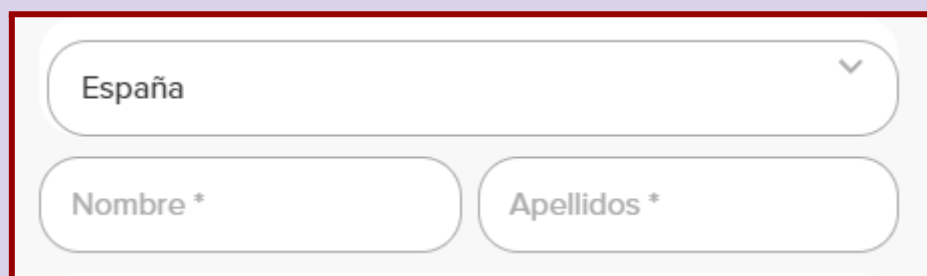
Contraseña \* Confirmar contraseña \*

Todos los campos marcados con \* son obligatorios.

☐ Al crear la cuenta de usuario, acepto los [Términos y Condiciones](#) y el [RGPD](#)

Crear cuenta

Como se puede observar, los campos obligatorios vienen con un asterisco ( \* ) al lado de la información para señalar que si no se completan no se podrá crear la cuenta.



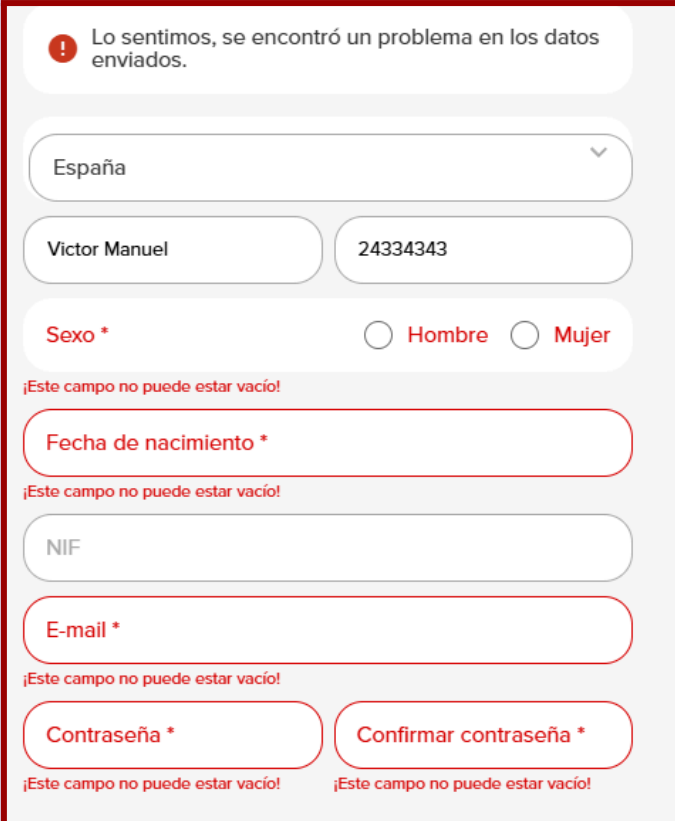
España

Nombre \* Apellidos \*

El formulario no posee ayuda contextual aunque opino que en este tipo de páginas no es necesario dejar las cosas tan explicadas ya que, dado que está enfocada a un público joven saben manejarse fácilmente.

En el caso de la validación en tiempo real, la web no posee esta cualidad, de hecho ni siquiera te lo indica aunque escribas algo erróneo en dicho campo. Sólo te muestra el error

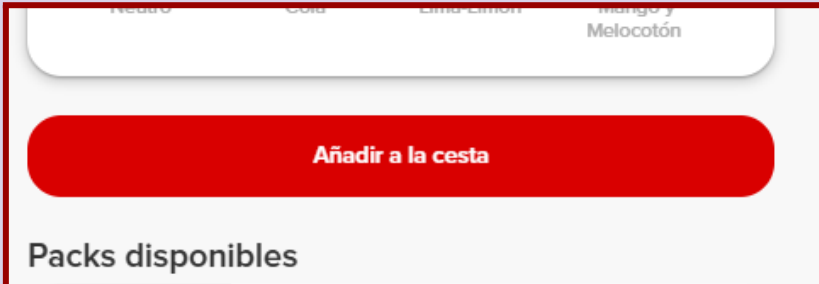
una vez has hecho click en “crear cuenta”. Puse una secuencia de números en el campo de los apellidos y no me indicó que estaba mal, solo te lanza un aviso cuando haces click al finalizar, lo cual es un poco tedioso para muchas personas si tienen prisa o cosas por el estilo.



The image shows a registration form with several fields and a red border. At the top, a message box says "Lo sentimos, se encontró un problema en los datos enviados." Below it, there's a dropdown menu for "España". Two input fields contain "Victor Manuel" and "24334343". A "Sexo \*" field has radio buttons for "Hombre" and "Mujer". Below this, a red error message says "¡Este campo no puede estar vacío!". The "Fecha de nacimiento \*" field is empty, with another red error message below it. The "NIF" field is empty. The "E-mail \*" field is empty, with a red error message below it. The "Contraseña \*" and "Confirmar contraseña \*" fields are empty, each with a red error message below it.

En este formulario no se aprecia un orden lógico de avance ya que los únicos requisitos ya te aparecen en la imagen pero como tal, consta de un formato claro y simple que es lo importante en este caso.

Con el botón de envío o aceptar hay varios casos. En el formulario es verdad que permanece en gris translúcido mientras haya campos vacíos y gris opaco una vez completo y aceptas las condiciones, pero no deja de ser un color algo pobre si consideramos algo más vivo. Claro que al tener el fondo blanco no importa demasiado puesto que se ve fácilmente. Sin embargo, cuando quieres comprar un producto, el botón si es de color rojo, entonces no entiendo esta decisión.



The image shows a product page with a red border. At the top, there's a list of products: "Naranja", "Caja", "Lima-Limon", "Mango y Melocotón". Below this, there's a large red button with the text "Añadir a la cesta". At the bottom, there's a section titled "Packs disponibles".

Por último, para la optimización en otros dispositivos, el formulario se adapta correctamente sin problemas, pero de nuevo, el botón de login debería ser rojo.

18:27 100% 4G

Crear cuenta X

España

Nombre \* Apellidos \*

Sexo \* ☐ Hombre ☐ Mujer

Fecha de nacimiento \*

NIF

E-mail \*

Contraseña \* Confirmar contraseña \*

Todos los campos marcados con \* son obligatorios.

☐ Al crear la cuenta de usuario, acepto los [Términos y Condiciones](#) y el [RGPD](#)

Crear cuenta

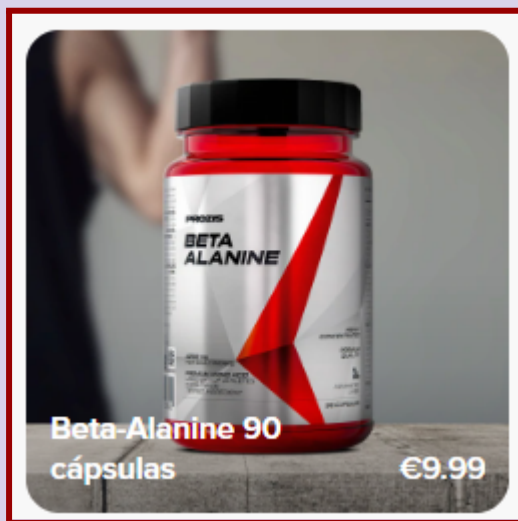
Home Grid **Play** Heart Menu

## Imágenes

Las imágenes en toda la web tienen una calidad muy alta, tanto en la versión de PC como en móviles.

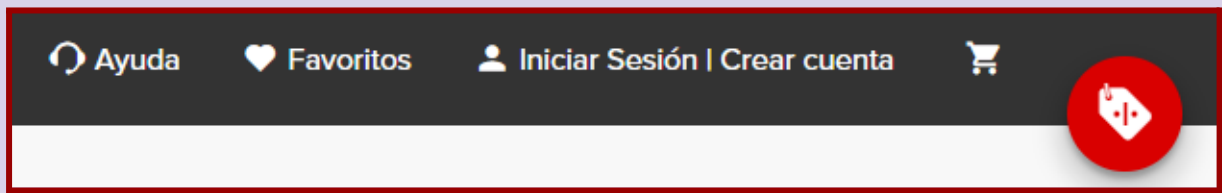


En el caso de las descripciones de las imágenes, podemos encontrar su “alt” en el código:



```
_prozis_beta-alanine-90-caps_1.png">  
  
</picture>
```

También mantiene consistencia en sus estilos y formatos, siendo estos con iconos simples pero bien definidos.



Las imágenes de los productos son claras y muestran en primer plano el producto en cuestión, mostrando de primeras la más relevante como sería el recipiente, caja, paquete, etc y en segundo plano el producto en sí, polvo, pastillas, gominola, barritas, etc.

Las imágenes constan todas de un fondo blanco con un gradiente oscurecido en la parte inferior para dar sensación de profundidad.





## Espaciado de elementos

En el caso de los espaciados opino que está bien y mal. Por un lado, en el caso de la información nutricional del producto lo va separando por bloques pero creo que abusa demasiado de estos y aunque tengan uno que ver con el otro igualmente los separa y da la sensación de que hay texto suelto que no tiene que ver con nada. Los espaciados están bien marcados pero de nuevo, creo que saturan demasiado de información.

**Dosis diaria recomendada:** Tomar 1 dosis al día. **Modo de empleo:** Añadir 4 cazos rasos (3g) a 200–250mL de agua. El cazo se encuentra en el interior del envase.

### Complemento Alimenticio

#### Advertencias:

Debido a la presencia de creatina, este producto está indicado únicamente para adultos. No tomar durante el embarazo. Mientras se consumen complementos de creatina, debe garantizarse la ingesta de abundante agua para evitar la deshidratación. No superar la dosis diaria expresamente recomendada. Este producto no debe sustituir una alimentación variada y equilibrada ni un estilo de vida saludable. Mantener fuera del alcance de los niños más pequeños. El producto para la absorción de la humedad incluido en el embalaje no es comestible. Conservar herméticamente cerrado en su envase original en un lugar fresco, seco y alejado de la luz solar directa.

Peso neto: **300 g**

Lote: **12504763**

Consumir preferentemente antes del fin de: **2027-11-30**

Dosis: **4 cazo(s) raso(s)(3 g)**

Dosis por envase: **100**

Por dosis

Por 100 g

Por dosis diaria

		% IR (*)
Creapure® (Creatina)	3 g	-

\* Ingesta de referencia de un adulto medio (8 400 kJ/ 2 000 kcal).

\*\* Ingesta de referencia no establecida.

Luego, si quieres ver más del producto o sus opiniones tienen secciones a parte donde poder verlas.

### Detalles del producto

#### Información Nutricional



#### Opiniones generales

★★★★☆ 4.8 / 5

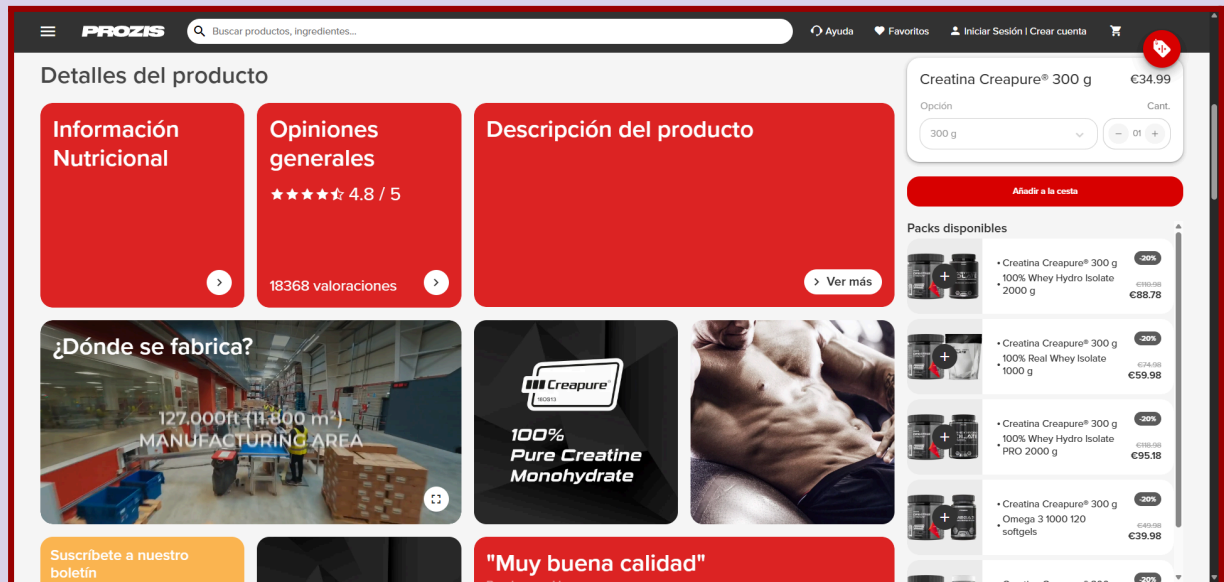
18368 valoraciones



#### Descripción del producto

> Ver más

La sensación de agobio por la página es muy grande ya que está muy saturada de imágenes demasiado grandes, descripciones y demás. Parece que buscan que te impacte cuando entras o que te hagas un lío, es verdad que cuando la visitas varias veces ni te das cuenta, pero haciendo este trabajo me estoy dando cuenta otra vez del lío que tienen montado y que parece que quieren hacer muchas cosas en un espacio muy pequeño.



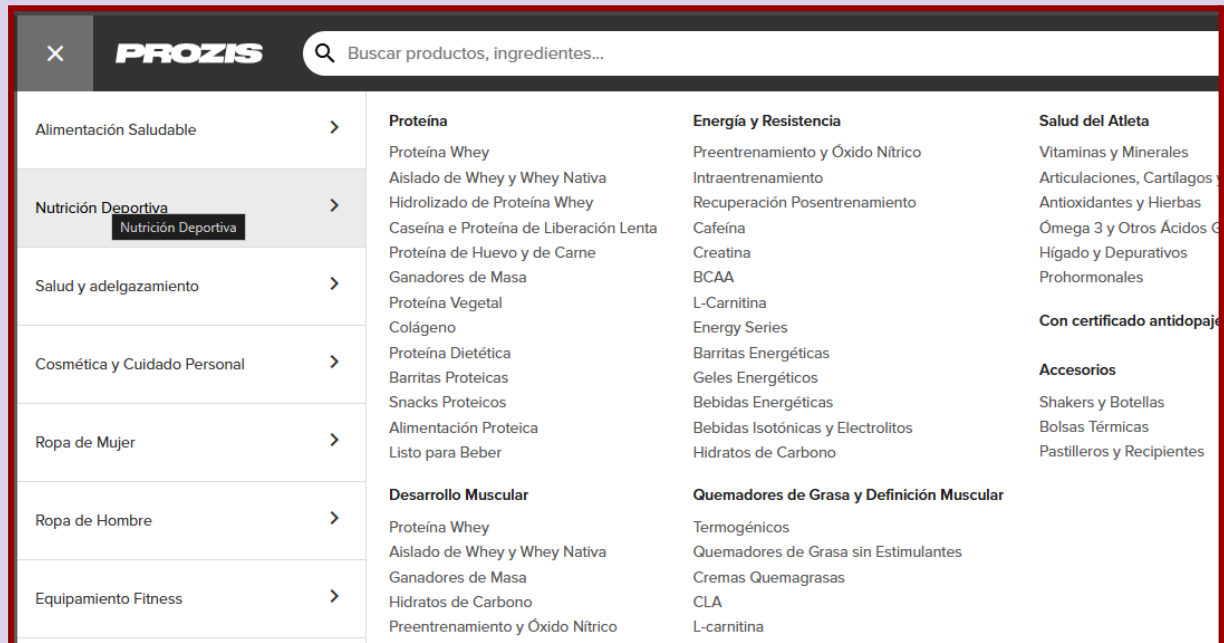
En la versión de móvil está más trabajado, es más limpio y se intuyen mejor las cosas.



Da la sensación de que primero hicieron la versión para móvil y después lo migraron todo al ordenador pero mal.

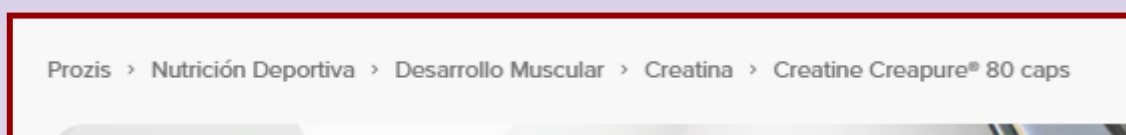
## Navegación

Su menú de navegación está situado a la izquierda a modo de desplegable, similar a la versión de smartphones. Dado que tienen una gran variedad de productos intentan ponerlo todo sin que resulte agobiante. Creo que está bien organizado y puedes encontrar lo que buscas fácilmente.

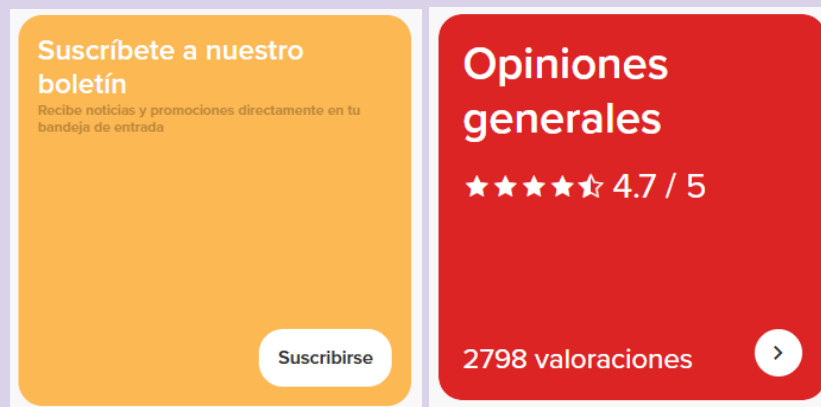


El menú superior y el lateral son deslizantes y te acompañan todo el recorrido mientras haces scroll hacia abajo por si buscas algo concreto y no quieres subir de nuevo si llegas al final.

También tienen añadidos los Breadcrumbs con los que interactuar por si quieres volver atrás

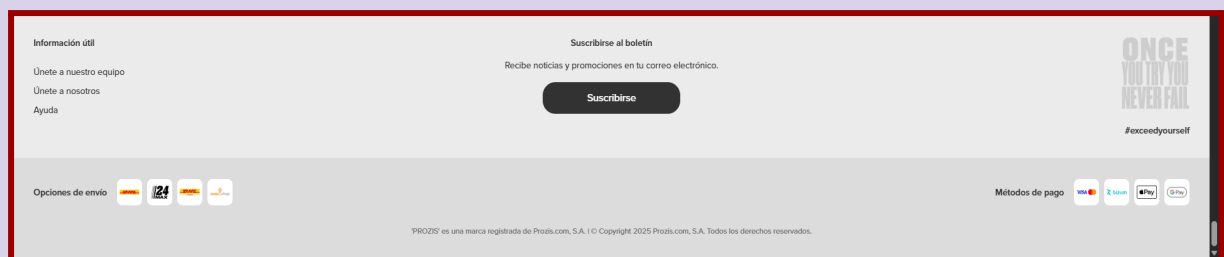


Los botones CTA no son bocadillos con la información dentro de ellos pero indican a dónde te vas a dirigir igualmente en el propio espacio de su información. Luego hay otros casos como el botón de suscripción que sí lo indica en el propio botón.



Se podría decir que estos botones tienen la funcionalidad de los enlaces contextuales ya que te dirigen a la información nutricional del producto como a las reseñas, la descripción del producto, dónde se fabrica y su newsletter. Todos ellos situados debajo de las imágenes y la opción de compra del producto.

La información del sitio web está situada en el footer y está bastante vacío, dando solamente información de unirse a su empresa, las opciones de envío y suscribirte a su boletín. No saturan con más puesto que todos sus productos están situados en la barra de navegación superior.



## Vínculos

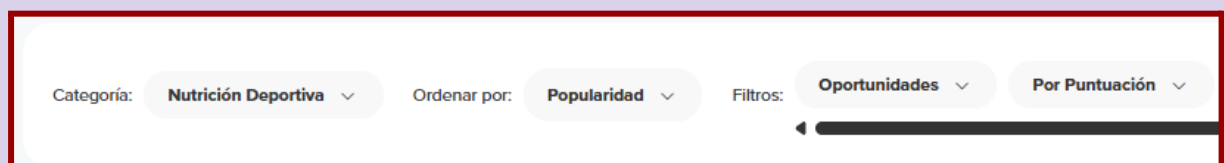
La información de sus vínculos está bien situada ya que se aprecia fácilmente que lo son y a dónde te van a dirigir. Por otro lado, no hay un feedback que te indique que ya lo has visitado previamente. Pero tienen un leve efecto de hover cuando te sitúas sobre ellos.



Se puede apreciar como se aclara levemente cuando estás sobre él para dar sensación de dinamismo.

Por lo pronto no he encontrado ningún enlace roto en la página así que parece que tiene un buen mantenimiento y que la actualizan continuamente.

Hay un buen espaciado entre secciones para delimitar cada elemento.



La web no posee indicadores de estado que muestren si se ha accedido a ese enlace previamente así que no puedo saber si ya he estado en x página o no.

En temas de accesibilidad creo que las hace de forma correcta ya que usa imágenes junto a dicho enlace para que sepas a dónde te va a llevar sin necesidad de utilizar textos.