

www.e-construere.com.ar

Brief de Usabilidad

*Por Daniel Mordecki
29 de setiembre de 2003*

Conceptos generales

Desde el punto de vista de la usabilidad, www.e-construere.com.ar tiene aún mucho camino para recorrer, antes de poder afirmar que sus visitantes y clientes van a alcanzar sus objetivos de una forma sencilla, donde las dificultades en interactuar con el sitio, comprender la información que éste le brinda y poder entregarle al sitio la que éste solicita no sean una traba a la capacidad de la empresa para hacer negocios.

La apariencia visual esmerada deja ver gruesos problemas apenas se comienza a navegar en el sitio: no es posible formarse un mapa mental de la estructura del contenido, el visitante se pierde rápidamente en la estructura de navegación y no hay una relación directa entre los objetivos del sitio y la forma en que se entrega la información.

La velocidad de descarga, criterio de usabilidad "sine qua non" se puede hablar de un sitio usable, es bastante buena, aunque en este aspecto, cualquier mejora siempre será bienvenida, hasta que las páginas descarguen en menos de 1 segundo.

Análisis detallado

Los objetivos del sitio

Los objetivos del sitio son:

- ✓ Guía de la construcción
- ✓ Asesoramiento en tareas relacionadas a la construcción-compra de viviendas
- ✓ Noticias y actualidad del rubro
- ✓ Presupuestos

Están desperdigados por todo el sitio, cuando deberían ser las cuatro unidades temáticas básicas que den orden a la información que se presenta. Por ejemplo: la barra de menús debajo del cabezal parece ser una lista de las categorías de la guía, sin embargo, piscinas en el menú de la izquierda conduce a un subrubro dentro de la lista, a pesar de que una vez que se clickea no tiene siquiera el título de piscina.

Noticias y actualidad es un ítem destacado dentro del menú de la izquierda, mientras que asesoramiento jurídico es un ítem sin destacar en el mismo menú. Presupuestos es apenas una publicidad (la menos acabada gráficamente), y no cuenta con un lugar estable en el elenco de la información: desaparece apenas se ingresa en una página más profunda.

No hay una indicación clara y sin ambigüedades del objetivo del sitio, lo que se agrava por la decisión de poner el logo sobre la derecha, algo que hace que en el lugar estándar para encontrar el logo, encontremos solamente la imagen de una casa, que asumimos es representativa del tipo de casas que sobre las que trabaja el público objetivo del sitio. Es imprescindible rediseñar el cabezal, que por cierto está realmente muy logrado gráficamente, para incluir un texto que indique sin dudas el objetivo del sitio: "El sitio de los que compran, venden y construyen propiedades en Santa Fe" es apenas una prueba de algo que habría que estudiar en detalle. El texto no debería ser extenso, 20 palabras es un máximo aceptable. El texto que hay en la home page es demasiado largo, su formato lo hace confundirse con una noticia más y hay que hacer scroll para verlo.

Recomendación: Cambiar la barra de menú debajo del cabezal por un menú con 5 ítems: Guía, asesoramiento, noticias, presupuestos, contáctenos. Eliminar en la home page el menú de la izquierda, y generar un menú de la izquierda para cada una de las opciones de la barra de menú (probablemente para contáctenos no sea necesario). En el futuro se podría incorporar como un sexto ítem comprar.

La URL del sitio

El propio nombre del sitio es una complicación para la usabilidad. Construir es difícil de pronunciar en español y la e agregada adelante para algunos suena como una "e" y para otros sonará como una "i", dependiendo de lo acostumbrados que esté el visitante a los términos del tipo email, ebusiness, etc. Pero el real problema de usabilidad surge al utilizarlo como URL. El guión es realmente poco usado en las URL, a pesar de que técnicamente no representa ningún problema. La conjunción de la dificultad para decir y en consecuencia escribir, la ambigüedad de la "e" y el guión, complican enormemente el uso de la URL. No conozco el nivel de reconocimiento de la marca, pero en caso de que esté entre las posibilidades, habría que replantearse la propia URL del sitio.

La home page

La home page utiliza una cantidad enorme de espacio para información y temas absolutamente irrelevantes para el sitio y de dudosa utilidad para los visitantes: nadie mira las cotizaciones ni el tiempo en un portal para la construcción. Se gastan pixeles preciosos que deberían utilizarse para comunicar contenido relevante para los visitantes, o para mejorar la situación de los avisantes que pagan para sustentar el sitio y sus avisos quedan fuera del área visual sin scroll del sitio.

Ocupar el área de mayor visibilidad de la pantalla con un auto-aviso no es una medida recomendable. (en [home_explorer.gif](#), el área gris en el medio de la pantalla). Los avisos tienen ciertamente una credibilidad mínima, comparada con las afirmaciones serias y bien elaboradas del propio sitio.

La recomendación de eliminar el menú de la izquierda en la home page, permitiría capturar pixeles valiosos para agregar y destacar contenidos importantes.

Las noticias

Las noticias que se muestran en la home page tienen un título bien elegido, y un texto explicativo adecuado. Deberían tener un título clickeable, en azul con subrayado, de modo de no obligar al lector a pensar como hacer para leer el cuerpo de la nota.

El cuerpo de la nota, compacto y con destaques, está bastante bien logrado. Sería bueno darle más "aire" a los distintos párrafos con un poco más de espacios en blanco (ver cuerpo_noticia.gif). Cada nota debería tener su cuerpo separado, con un título adecuadamente destacado. (más sobre los títulos en el apartado dedicado especialmente al tema)

La navegación

La navegación es sin duda una de las áreas que requiere de más trabajo. La lógica de los menús es muy difícil de entender. Los distintos niveles de la estructura lógica están representados uno al lado del otro en distintos menús, tal como se dijo más arriba en el caso de asesoramiento jurídico, noticias y jardinería.

A partir de la recomendación hecha en la sección de "objetivos del sitio", es necesario reconstruir la estructura lógica de navegación de modo de permitir al visitante con el menor esfuerzo posible saber: dónde estoy, de dónde vengo y a dónde puedo ir, en cualquier página del sitio. Esto se debe complementar con atajos y caminos rápidos claramente expuestos, pero que una vez adoptados permitan al visitante otra vez recomponer con un esfuerzo mínimo los 3 requisitos básicos de la navegación enumerados más arriba.

Esta norma no es respetada en numerosas áreas del sitio, como por ejemplo en la página capturada en el archivo adivinar.gif, dónde salvo por la URL es imposible adivinar dónde estoy. Tampoco es posible saber de dónde vengo. Peor aún es el vínculo que en el cuadro de interés está titulado ejemplo de contrato de locación, que abre inesperadamente un documento de Word, donde se pierde toda referencia con el contexto de navegación.

No está bien resuelto el link a la home page. Como a veces el menú de la izquierda cambia, este link se pierde, y no es fácil darse cuenta de como hacer para volver a la home page. El logo de la página en el cabezal debería ser clickeable o de lo contrario cerca de él debería haber un vinculo pequeño que diga "inicio" para permitir volver al principio.

Las palabra Rubro sobre el menú de la izquierda cuando entro en una subcategoría del Directorio, no explica claramente el funcionamiento, (además, dado que no es clickeable, no debería aparecer la "manito" cuando se hace rollover sobre ella). Sencillamente debería ser eliminada y sustituida en cada caso por el nombre del rubro correspondiente: jardinería, piscinas, obreros, etc.

Los títulos

Los títulos de las páginas tienen serios problemas: ni su contenido está bien elegido, ni están implementados en un tipo de letra adecuado. Esta es la principal causa para que sea muy difícil saber dónde uno está parado. Tal como se muestra en empresas.gif esta vez ni siquiera la URL

nos da la chance de saber de qué empresas se trata. El título debería ser "Empresas de decoración", debería venir luego un pequeño colgado de 2 o 3 renglones indicando el origen, la forma de seleccionarlas y un vínculo a la solicitud de inclusión de una empresa de decoración en el sitio y luego la lista de empresas. La lista propiamente dicha no puede incluir en ningún caso nombres de empresas que no tengan además: un renglón de descripción, dirección, teléfono y mail. El título además debe ser el texto más destacado de la página, en lo que a respecta a tipografía.

El buscador

Un lugar de destaque en la navegación lo tiene el buscador: nunca encuentra nada. A pesar de haber probado con decenas de palabras, jamás conseguí que devolviera un resultado, independientemente de la utilidad de éste. Su presencia universal y ubicua es acertada, pero debería buscar entre todo el contenido del sitio, y en todo el texto de las diferentes páginas.

Como una opción se podría categorizar los resultados, de modo de indicar si son noticias, proveedores, etc.

El buscador es una carencia de usabilidad importante.

Las páginas de Salto

Hay en el sitio numerosas páginas de salto, es decir, páginas raíz de un área de contenido, pero que no tienen en sí misma contenido (ver obreros.gif). Estas páginas deben ser modificadas. Hay 2 opciones para ello (pueden haber otras). La primera es poner los contenidos principales de cada una de las hojas hijas. Por ejemplo, si hay una página de salto para proveedores, entonces figurarán en ella las notas destacadas de las páginas que agrupan a los distintos proveedores. La segunda opción es elegir una de las categorías, si hay una más importante que otras, y colocar su contenido directamente en la página de salto que se está modificando.

Los textos y la legibilidad.

El menú de la izquierda tiene textos con muy poco contraste, el azul oscuro debe ser oscurecido y el azul claro debe ser aclarado. El rojo de Noticias, Ferias y Educación tiene aún menos contraste. Como contraparte, el rollover es excelente, y es una lástima que la barra de menú debajo del cabezal no tenga un efecto de rollover similar.

Es muy bueno que la barra de menú tenga "alt text" aclaratorios, una técnica que debería ser extendida al menú de la izquierda. Sin embargo, la aclaración "propiedades" para la opción "propiedades" es de muy poca utilidad.

Ya señalamos el hecho de que dejar a presupuestos como un aviso no es una decisión acertada. Sumado a eso, la selección de textos en movimiento para el aviso complican la lectura. En general, todo lo que se mueve en un sitio empeora la legibilidad, en mayor medida del texto que se mueve y en menor medida del resto del texto.

Los formularios

El formulario de Inscripción es bueno, pregunta lo que hay que preguntar y nada más, aunque por algún error de programación no permite llenar el campo Rubro. Sin embargo, no queda claro para qué es que uno se inscribe. ¿Aparecerá en algún listado? ¿Le enviarán una carta de noticias

por email? ¿Le enviarán oportunidades de negocios de otros inscriptos en el sitio? ¿o tal vez terminará en la base de datos de algún spammer?

El pedido de presupuesto adolece del mismo problema, no está claro ni a quién, ni en qué condiciones uno está pidiendo un presupuesto, ni como voy a recibir la respuesta. Sumado a esto, la solicitud de un presupuesto para el área de la construcción requiere una interacción más sofisticada que la que el sitio presenta.

Resumen

El sitio de e-construere tiene mucho para trabajar en el área de usabilidad, considerando que es un sitio que se propone colocarse en el centro de un mercado tan complejo y competitivo como el de la construcción,