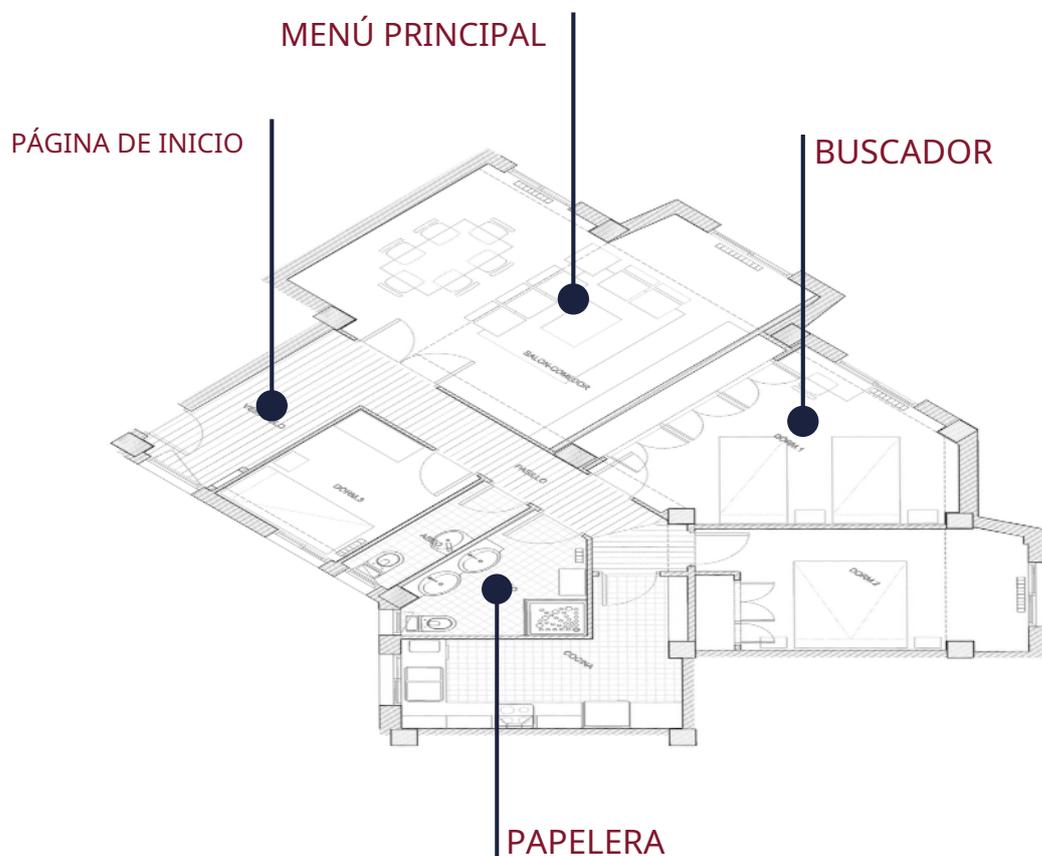


# Arquitectura de la INFORMACIÓN



**Este documento ha sido traducido automáticamente**  
Por lo tanto puede contener algunos errores o problemas de diseño

## Índice

---

1. Introducción	2
2. Componentes de la arquitectura del sitio web	3
3. Fase de investigación	5
3.1 Evaluación heurística del sitio web a partir de la observación.	5
3.2 Benchmarking o estudio de la competencia	11
4. Bibliografía	18
5. Propiedad intelectual	18

## 1. Introducción

El sitio web seleccionado por la evaluación es [www.anuncit.com](http://www.anuncit.com), una web de anuncios de ventas y compras de segunda mano entre particulares, en esta web una parte de los usuarios son los que generan el contenido según el esquema prefijado por el sitio, creando las páginas de anuncios.

The screenshot shows the homepage of the Anuncit website. At the top, there are navigation buttons: 'contactar', 'portal de anuncios clasificados gratuitos', 'anuncit' logo, 'tus anuncios', and 'publicar anuncio gratis'. Below this is a search bar with the text 'encuentra todo lo que necesitas'. The search bar contains the text 'quiero encontrar...' and a dropdown menu set to 'inmobiliaria', with a blue 'encontrar' button. Below the search bar, there are four main categories, each with an icon and a title, followed by a grid of sub-categories:

- Inmobiliaria** (Icon: Buildings):
  - pisos
  - apartamentos
  - casas
  - lofts - estudios
  - áticos
  - locales - oficinas
  - casas rurales
  - fincas rústicas
  - garajes - trasteros
- Motor** (Icon: Car):
  - coches
  - motos
  - barcos
  - accesorios de coches
  - accesorios de motos
  - maquinaria agrícola
  - coches sin carnet
  - quads karts buggies
  - vehículos industriales
- Trabajo** (Icon: Briefcase):
  - abogados
  - ingeniería
  - cuidado de personas
  - informáticos
  - teletrabajo
  - servicio doméstico
  - comerciales
  - hostelería - turismo
  - formación e idiomas
  - atención al cliente
  - construcción
  - dependientes
  - electricidad
  - fontanería
  - cerrajería
- Formación** (Icon: Document with ribbon):
  - clases particulares
  - idiomas
  - libros
  - masters
  - cursos
  - informática
  - economía
  - oposiciones
  - autocscuelas

## 2. Componentes de la arquitectura del sitio web

---

### Esquemas de organización

Como casi todas las webs, éste dispone de un **sistema de organización híbrido**, con una mezcla de **esquemas tanto exactos como ambiguos** así, a la «hombre» nos presenta primero las diferentes categorías en las que se agrupan los anuncios utilizando un sistema **ambiguo organizado por temas**, al final de esta hoja encontramos un menú con una gran cantidad de acciones por hacer.

Una vez entramos en cualquiera de estos temas iniciales, nos encontramos con un listado de los anuncios de la categoría elegida organizados por un **sistema exacto**, en principio por **orden cronológico**, pero da la opción al usuario de elegir el **sistema exacto** por el que quiere presentada la información: Cronológico, por sitio, por precio..., todo ello se complementa con un sistema de búsqueda con diferentes variables.

En resumen, el esquema de organización de este sitio comienza con un sistema ambiguo por temas, el cual, una vez seleccionado uno, pasa a un sistema exacto en el que el usuario puede afinar su búsqueda.

### Estructuras de organización

Este sitio dispone, claramente, de una estructura de **clasificación social**, estando esta filtrada primeramente por una **clasificación jerárquica descendente**, impuesta por la página a los usuarios para evitar un número infinito de temas en la organización. Una vez pasado este nivel utiliza un sistema de **base de datos**, ya que se crea una presentación de los anuncios de forma automática y mediante etiquetas. Así, cada anunciante (personas o entidades ajenos al sitio) decide en qué categoría y con qué particularidades archivará su anuncio y el sistema se encarga de organizar y mostrar la información según las acciones del usuario.

## Estructuras de modelo de base de datos

Al forzar al usuario a organizar su anuncio de una manera relativamente estricta, **contemas y metadatas**, se crea un **modelo de base de datos** que permite indexar automáticamente todos los anuncios, ordenarlos y manipularlos para presentarlos dinámicamente según la conveniencia del potencial comprador, así, también permite la búsqueda por campos y filtrar información por metadatas.

## Tipologías de etiquetas

En el sitio tenemos diferentes tipos de etiquetas como por ejemplo, de encabezamiento, las cuales se usan para categorizar los anuncios en la página principal, por ejemplo:

Inmobiliaria	Motor
pisos	Coches
apartamentos	Motos
casas	Barcos

También encontramos etiquetas de opciones del sistema de navegación, como por ejemplo:

Contactar  
Zona de usuarios  
Blog  
Sitemap  
.....

Una vez dentro de una categoría de anuncio se nos muestra un sistema de etiquetado por términos de índice:

Precio  
Marca  
Tipo  
Provincia  
....

## Tipologías de sistemas de navegación

El sitio no dispone de un **sistema de navegación global** claramente definido, puesto que, aunque una vez dentro del anuncio dispone de algunas opciones de navegación global, éstas no están presentes en todo el site creando confusión al usuario.

Si dispone de un **sistema de navegación local**, puesto que permite desplazarte por las diferentes jerarquías de la estructura desde las diferentes páginas, en la «hombre» tenemos las subcategorías de cada producto, a los que, podemos acceder desde cada página a través de la barra que muestra la posición en la que te encuentras actualmente.

La navegación contextual en este sitio es casi testimonial.

### 3. Fase de investigación

#### 3.1 Evaluación heurística del sitio web a partir de la observación.

##### IDENTIDAD

###### **Error grave:** Visión de la marca.

Dentro de una página de aspecto excesivamente homogéneo encontramos el logo de la empresa rodeado de botones muy cerca al mismo, lo que dificulta su correcta visualización e identificación, creando confusión al usuario.

**Solución:** Poner el logo en una línea independiente y agrupar los botones en otra línea si es necesario ponerlos.

###### **Error grave:** Falta imagen global de marca.

Posiblemente debido a la posesión de un logotipo excesivamente sobrio, la web que lo contiene dispone de la misma sobriedad, dando la sensación de una web sin terminar, sin colores ni estructura visual que dé imagen de marca, haciendo que al usuario le cueste identificar una imagen institucional para recordar.

**Solución:** Rediseñar el logotipo, haciéndolo más adecuado al producto ya raíz de ello rediseñar el logo web creando una imagen esmerada y profesional que el usuario identifique inmediatamente con la marca.

###### **Error poco grave:** Una única forma de contacto.

El sitio únicamente dispone de una forma de contacto con la empresa, mediante un formulario, sin tener la opción a réplica o comprobación, además esta opción está escondida dentro de un extenso menú de etiquetas, esto crea una barrera entre usuario y empresa que da poca confianza.

**Solución:** Incorporar otras formas de contacto (Tel, dirección, ...) de una forma más visible.

## CONTENIDO

**!Error muy grave:**No se identifica adecuadamente la finalidad de la página.

Si bien el usuario se puede hacer una idea con el nombre de la página, si no está atento, o éste entra a partir de un enlace, por ejemplo, el planteamiento de la página inicial puede llevar a confusión sobre su contenido.

**Solución:**Como ya se ha dicho anteriormente, mostrar el logotipo de una forma más clara y una descripción o «slogan» de la página más claro.

**!Error muy grave: Página inicial confusa.**

En la página inicial nos encontramos con una gran cantidad de contenidos sin una jerarquía clara, la organización de los diferentes menús induce a confusión y no puede verse todo el esquema de navegación de un vistazo (sin hacer scroll).

**Solución:**Reestructurar el contenido de la página diferenciando claramente los distintos apartados. También hay que volver a organizar el menú de categorías de anuncios para poder mostrar todo sin hacer scroll, dando importancia al primer nivel y menos a los siguientes.

**!Error grave:**Contenido de los anuncios.

En esta web los usuarios crean el contenido colgando anuncios de lo que quieren vender, esto, si no se crea algún sistema de supervisión del contenido, da lugar a anuncios con títulos o descripciones ininteligibles, con faltas de ortografía, textos en otros idiomas, spam de otras páginas, y un largo, etc. Esto crea una imagen descuidada y da al usuario poca confianza en el uso del sitio.

**Solución:**crear algún sistema, automático o híbrido (controla por alguna persona), el cual revise el contenido del que cuelga los usuarios, modificando, corrigiendo o borrando si hace falta.

## NAVEGACIÓN

**Error muy grave:** Confuso sistema de filtrado en el listado de anuncios.

En las páginas de anuncios nos encontramos un sistema de filtrado por diferentes categorías, su función es correcta, pero éste se muestra de forma confusa, y cuesta un tiempo darse cuenta qué campos están relacionados con los demás y para qué sirven, ya que éstos se presentan sin distinción unos junto a otros.

**Solución:** Poner los campos de filtrado divididos gráficamente por criterios de forma que sea fácil para el usuario distinguir cada categoría, utilizar etiquetas de título para facilitar el correcto reconocimiento de las mismas.

**Error grave:** Sistema de navegación confuso.

El sistema de navegación, una vez entrado en las páginas de anuncios es algo confuso, mezclando categorías: publicidad, contactos..., etc. No queda suficientemente claro dónde termina el sistema de navegación y dónde comienza el anuncio y sus acciones.

**Solución:** Reorganizar la hoja en una estructura que diferencie completamente a cada grupo de elementos, y posicionarlos con coherencia para que el usuario no se sienta perdido.

**Error grave:** Identificación de la situación del usuario dentro del sitio.

Para el usuario es difícil situar en qué zona del sitio se encuentra, ya que carece de una referencia clara, si es cierto que aparece la ruta del esquema de contenidos en una parte, pero éste queda suficientemente difuminado por la confusión que crea la página y tampoco muestra de forma clara que puede navegarse con él.

**Solución:** Diferenciar algo la barra de situación y utilizar el color para mostrar que es posible la navegación con ella e identificar dónde se encuentra el usuario por medio de un título de página, por ejemplo «Listado de pisos en Valencia».

**Error grave:** Navegación entre anuncios.

Cuando el usuario se encuentra en una página de un anuncio, no tiene la opción de navegar entre los resultados de la búsqueda.

**Solución:** Poner unos botones en la página de anuncio anterior y anuncio siguiente.

## ETIQUETAJE

**Error grave:** La web no dispone de un vocabulario controlado.

Si no se usan las palabras exactas, definidas por el sitio, es muy difícil que te devuelva los resultados deseados.

**Solución:** Proveer al sistema de un vocabulario controlado usando anillos de sinónimos.

## BÚSQUEDA

**Error muy grave:** Inoperancia del botón intro en el recuadro de búsqueda.

Cuando el usuario llene con texto el campo de búsqueda y pulsa el botón «intro» de su teclado espera que inicie la búsqueda, pero en este sitio no ocurre así, debiendo pulsar con el ratón el botón adecuado, generando frustración.

**Solución:** Enlazar el campo de búsqueda con su botón para que se active mediante la tecla «intro».

**Error muy grave:** La búsqueda no produce los resultados esperados.

Las búsquedas producen resultados que no concuerdan con lo esperado según el texto introducido, por ejemplo, si se pone «Áticos en Castellón» aparece cualquier tipo de vivienda en cualquier provincia.

**Solución:** Mejorar sistema de búsqueda con los algoritmos adecuados.

## GRÁFICOS WEB

**Error poco grave:** Los iconos de las etiquetas.

Si bien se puede decir que los iconos de las etiquetas en la página de inicio son aceptables, y cumplen su función, el diseño de éstas está desfasado en una web moderna, parecen iconos de un sistema operativo de la época de windows xp. Esto, junto con el diseño del resto de la página da una impresión de web antigua y desfasada.

**Solución:** Actualizar el grafismo de los iconos.

**! Error grave:** Grafismo simple y desfasado.

Los colores excesivamente suaves, el diseño de los iconos y el de la estructura de menús, anodino y simple, dan la impresión de una web anticuada y poco funcional.

**Solución:** Actualizar la imagen general del sitio.

**! Error poco grave:** Inclusión de publicidad cortando la visión de su anuncio.

En algunos anuncios aparece un banner de publicidad cortando la información por la mitad, esto crea confusión y mucha mala imagen de cara al usuario, dando una impresión de página mal cuidada y poco funcional.

**Solución:** Cambiar la posición de estos banners, al final o al principio del anuncio, pero nunca cortándolo.

## MULTIDISPOSITIVO

**! Error grave:** Falta sistema de búsqueda.

Aunque la web es «responsive» (multidispositivo), en las versiones móviles se ha eliminado el buscador, dejando a los usuarios sin esa utilidad y forzándolos a usar el sistema de navegación.

**Solución:** Actualizar la imagen general del sitio.

**! Error grave:** Sistema de filtrado escondido.

En las páginas de anuncios se han escondido los campos de filtrado de resultados bajo un botón con un icono, con el que no se intuye la función del mismo.

**Solución:** Poner visible el sistema de filtrado por defecto, o cambiar la etiqueta del botón por una más intuitiva.

## UTILIDAD

**!Error grave:**No dispone de un sistema para marcar sus anuncios.

El sitio no dispone de una manera para marcar los anuncios que hemos visto, o los que nos interesan como favoritos y hacer un listado para consultarlos por separado, esto resta utilidad real en la web haciendo que la experiencia del usuario sea mucho menos satisfactoria.

**Solución:**Poner herramientas para gestionar personalmente sus anuncios, con opciones como guardar favoritos, descartar anuncio, etc.

**!Error muy grave:**Falta de utilidad general.

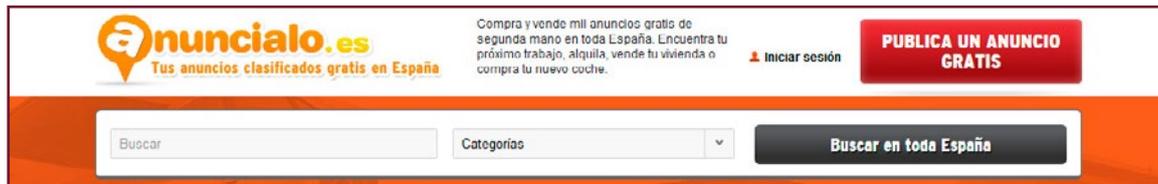
Como resumen de todos los apartados anteriores se concluye que el sitio tiene una falta muy grave de utilidad general, la mala disposición de los menús, la falta de una estructura de contenidos clara, el diseño antiguo y confuso, etc. Hace que la experiencia del usuario sea poco satisfactoria.

**Solución:**Descrita en cada apartado.

### 3.2 Benchmarking o estudio de la competencia

## IDENTIDAD

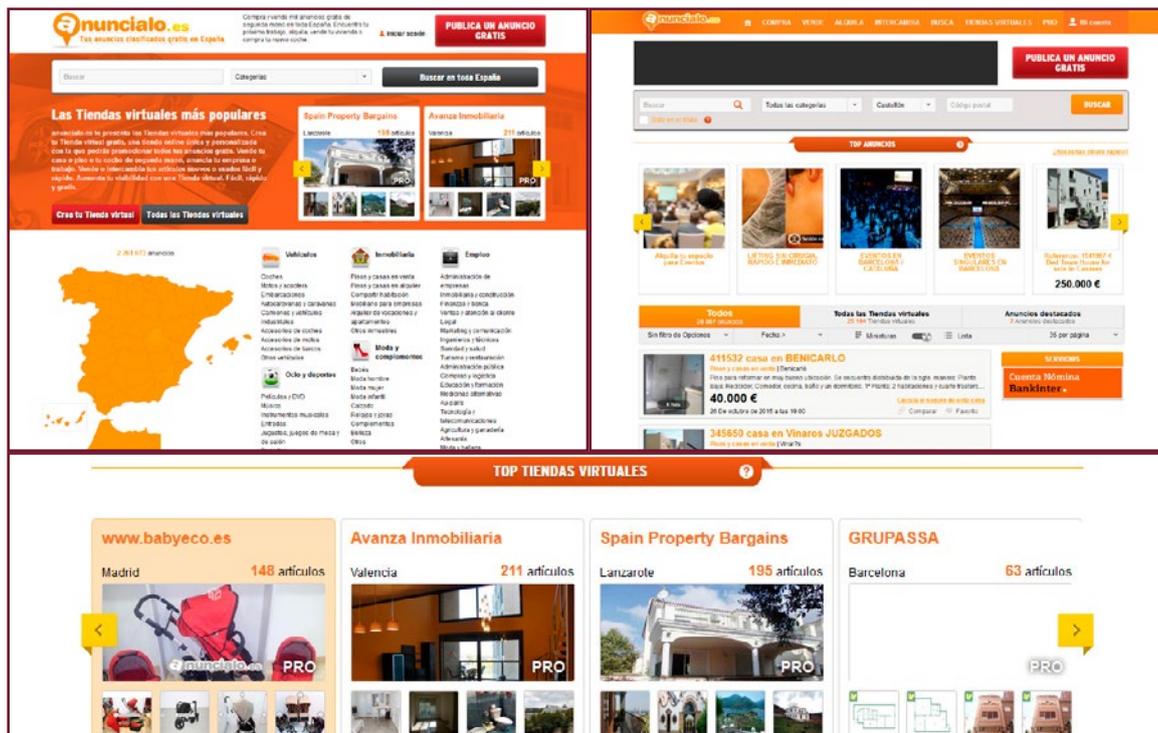
### Visión de la marca



web: [www.anuncio.es](http://www.anuncio.es)

El logotipo de la marca está puesto en una zona aislada y visible que hace que destaque. Así el usuario no debe hacer ningún esfuerzo para saber dónde se encuentra, adicionalmente, utilizan un “claim” (Tus anuncios clasificados gratis en España), el cual es una síntesis absolutamente acertada de lo que es el sitio, haciéndolo saber en el usuario en unas pocas palabras.

### Identidad global del site

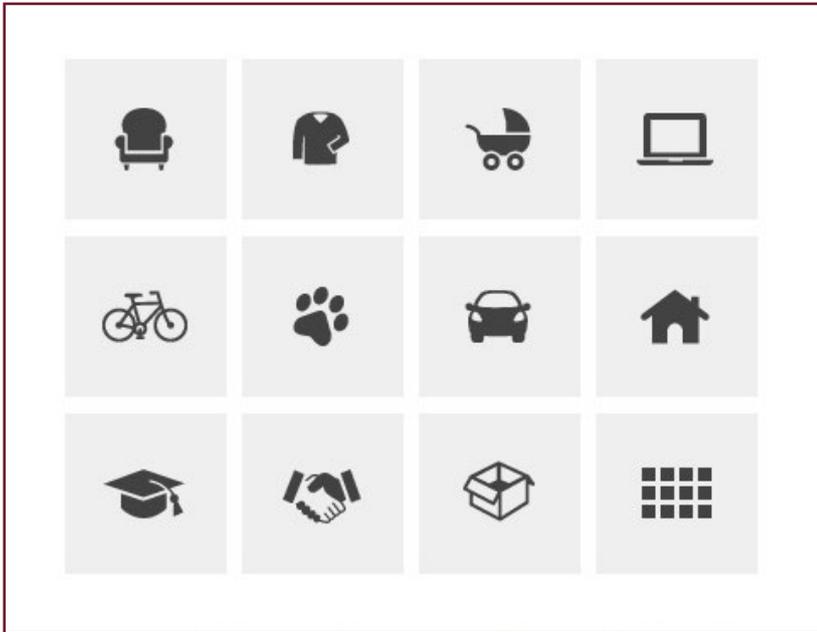


Web: [www.anuncio.es](http://www.anuncio.es)

Gracias a utilizar una paleta de colores de tonos contenidos y la coherencia de las diferentes secciones, se consigue una imagen general que se asocia de inmediato al sitio dando una agradable sensación de uniformidad.

## CONTENIDO

### Iconos de contenidos del «hombre»



Web: [www.segundamano.es](http://www.segundamano.es)

La web nos presenta la organización del contenido etiquetado con iconos, con un diseño cuidado y estudiado, consigue que de un vistazo, se tenga una idea clara de todas las categorías de anuncios, ayudado por la etiqueta que sale cuando se pasa el ratón por encima de cada una.

### Selección facilitada por mapa



Web: [www.anuncio.es](http://www.anuncio.es)

Una opción muy recurrida en las webs de anuncios entre particulares es la selección de la zona en la que buscar, así, la posibilidad de hacerlo visualmente, mediante un mapa, hace de esta tarea algo fácil e intuitivo para usuario.

## BÚSQUEDA

### Barra de búsqueda y localización



Web: [www.gumtree.com](http://www.gumtree.com)

En la página principal se nos presenta la barra de búsqueda de una forma destacada y añadiendo el campo de filtrado por localización, las dos cosas que posiblemente más pida al usuario de estos servicios.

### Etiquetas sugeridas

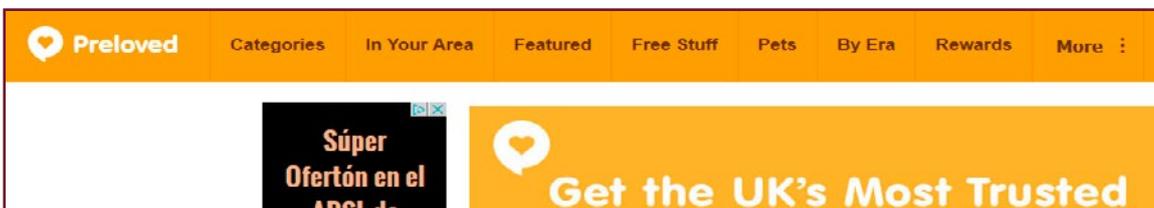


Web: [www.gumtree.com](http://www.gumtree.com)

En la web gumtree, una vez realizas una búsqueda el sistema te muestra unas etiquetas sugeridas para ayudarte a localizar lo que buscas, estas etiquetas se basan en las que contienen los anuncios colgados en la página, por tanto es una buena muestra de lo que puedes encontrar en ella.

## NAVEGACIÓN

### Barra de navegación global



Web: [www.preloved.co.uk](http://www.preloved.co.uk)

En todo el sitio se nos muestra en la parte de arriba una barra de navegación global que cumple dos finalidades. Primeramente, da una imagen uniformada en la web, ayudando a que el usuario recuerde dónde está durante toda la navegación, por otra parte, facilita la navegación por la totalidad del sitio, pasando por secciones totalmente dispares, además, los menús de esta barra son dinámicos, adaptado a la navegación del usuario.

### Barra de navegación local

Web: [www.todocoleccion.es](http://www.todocoleccion.es)

La web nos muestra un menú de navegación local en todo momento cuando el usuario está visualizando la lista de anuncios o alguien de éstos, por el que se nos da la opción rápida de pasar de una a otra categoría, así, se ayuda al usuario que o bien no sabe muy bien que busca, o por el contrario, desea ver cosas distintas. Gracias al potencial cliente puede encontrar lo de su interés sin necesidad de ir yendo adelante y atrás con el navegador o utilizar búsquedas continuas. Además, con sólo un vistazo rápido a este menú el usuario puede hacerse una idea general del contenido del que dispone el sitio.

## FEEDBACK

### Botón para comunicar errores

The screenshot shows the top section of the milanuncios.com website. At the top left is the logo 'milanuncios.com' and at the top right is the slogan 'ii La mayor web de anuncios gratis !!'. Below the slogan is a large dashed red box containing a list of reasons for contacting the site, such as reporting errors, publishing ads, or reporting defamations. To the right of this box is a vertical menu with options like 'PÁGINA PRINCIPAL', 'PUBLICAR ANUNCIOS', and 'BUSCADOR DE ANUNCIOS'. Below the menu are two buttons: 'COMUNICAR ERRORES' (with a warning icon) and 'BUZÓN DE SUGERENCIAS' (with an envelope icon).

**¿por qué quiere contactar con milanuncios**

- ...para informar de **errores**
- ...para **publicar** un anuncio
- ...para **borrar** un anuncio
- ...para **modificar** un anuncio
- ...para denunciar **difamaciones o bromas**
- ...para denunciar una **estafa o ilegal**
- ...para **solicitar datos** en una investigación
- ...para poner **publicidad** o **destacar anuncios**
- ...para preguntar por la **tienda profesional**
- ...para hacer **sugerencias**
- ...porque no he recibido mi **contraseña**
- ...no encuentro la sección de **contactos**
- ...me equivoqué en el concepto al recargar mis **créditos** auto-renueva
- ...quiero recuperar un **anuncio borrado o caducado**
- ...**ingreso en cajero** y no aparecen mis **creditos**.
- ...otros asuntos

**MENÚ**

- PÁGINA PRINCIPAL
- PUBLICAR ANUNCIOS **GRATIS !!**
- MODIFICAR MIS ANUNCIOS
- MI SELECCIÓN DE ANUNCIOS
- DESTACAR MI ANUNCIO
- CONTACTAR CON MILANUNCIOS
- BUSCADOR DE ANUNCIOS  
Ej.: bmw airbag madrid

**COMUNICAR ERRORES**

**BUZÓN DE SUGERENCIAS**

Web: [www.milanuncios.com](http://www.milanuncios.com)

Milanuncios pone al alcance del usuario la posibilidad de contactar con ellos incluyendo un botón suficientemente visible en las páginas, el cual una vez pulsado, nos da una cantidad suficientemente considerable de opciones para poder hacer un feedback sobre lo que se desea. Así se crea un canal de comunicación muy importante, dando la certidumbre de que los gestores se preocupan por los navegantes y por la usabilidad de su web.

De esta forma, los gestores de la web pueden recibir constantemente las opiniones y sugerencias de los usuarios, una información muy valiosa para poder mejorar el sitio, lo que se vuelve en una mejor usabilidad y más visitas.

## Opiniones clientes a la "hombre"

The screenshot displays the Preloved website interface. On the left, under the heading "We Love Preloved", there are several customer testimonials in speech bubble format, each with a user name: mumdadson, @ellamaisays, jules, and Trudytal. The testimonials express gratitude for the site's ease of use and the quality of the vintage items. On the right, the "Time Machine" section features a retro television icon and a description: "Travel through history in our Time Machine - it lets you travel back in time to find brilliant old things from decades ago on sale now." Below this, a grid of vintage items is shown, including a 1956 Rover P4, Dinky Toys, a mahogany table and bench, vintage teapots, and various other collectibles. A "More" arrow points to the right. At the bottom, there is a "Freeloved" section with a cartoonish TV icon and the text "Can you offer a new home to an unloved TV? Rescue some old".

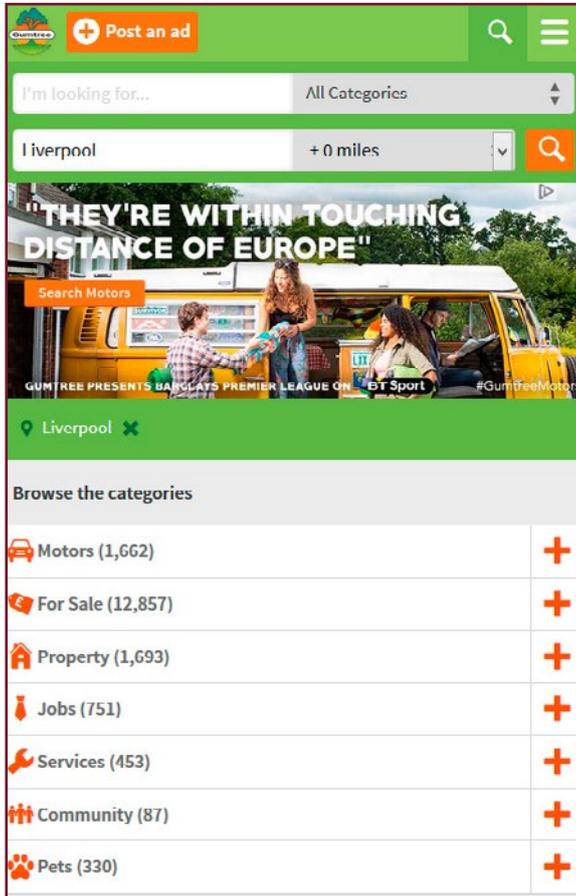
Web: [www.preloved.co.uk](http://www.preloved.co.uk)

El sitio de Preloved nos muestra a su "hombre" algunas experiencias positivas que han tenido los usuarios comprando y/o vendiendo los artículos en su web. Así, en una columna bajo el nombre de "We Love Preloved" (Amem Preloved), podemos encontrar estas opiniones sobre lo fácil, divertido, provechoso, etc. que ha sido usar los servicios del sitio.

Esto crea un retorno a la página que incita al posible nuevo usuario a utilizarla. Generando la expectativa de que, como le ocurre a la gente de las opiniones, tendrán una experiencia única.

## MULTIDISPOSITIVO

### Botón para comunicar errores



Web: [www.gumtree.com](http://www.gumtree.com)

Hoy en día, cuando [la cantidad de gente que accede a internet con dispositivos móviles ya ha superado a quienes lo hacen con pc\\*](#), es

fácil ver que se vuelve esencial proveer al usuario de una navegación plena y totalmente funcional adaptada especialmente por estos dispositivos.

Lamentablemente, incluso hoy en día, muchas empresas no dan la atención que este apartado merece, generando páginas de pésima utilidad y/o con la mitad de contenido útil.

La web de Gumtree, sin embargo, nos ofrece un entorno el cual, nada tiene que envidiar a su homónimo de escritorio (evidentemente adaptado), conservando todas las funcionalidades necesarias.

No cabe duda de que gracias a ello la cantidad de usuarios potenciales de la página se incrementa notablemente, así como su satisfacción.

\* Fuente: <http://searchenginewatch.com/sew/opinion/2353616/mobile-now-exceeds-pc-the-biggest-shift-since-the-internet-began>

## 4. Bibliografía

---

- Libro: *Arquitectura de la información para el world wide web*  
*Peter Morville & Louis Rosenfeld*
- **Web:** *Guía para la evaluación de la arquitectura de la información de un sitio web*  
*Materiales de la asignatura*
- Web: [www.anuncio.es](http://www.anuncio.es)
- Web: [www.segundamano.es](http://www.segundamano.es)
- Web: [www.gumtree.com](http://www.gumtree.com)
- Web [www.preloved.co.uk](http://www.preloved.co.uk)
- Web: [www.todocoleccion.net](http://www.todocoleccion.net)
- Web: [www.milanuncios.com](http://www.milanuncios.com)

## 5. Propiedad intelectual

---

**Licencia:** CC BY-NC-SA





2015

Alejandro Bernat Martínez  
- Grado Multimedia -  
UOC