

**CONCLUSIONES
INFORME DEL ESTUDIO
DE USABILIDAD, FUNCIONALIDAD Y ASPECTOS
GENERALES DEL SITIO MUNDOPASS.COM**



CONFIDENCIAL

Presentado por GLOBALWEBTEK
Agosto 2009

Parámetros Usados para la presentación de resultados

Se evaluó cada criterio de Usabilidad por separado. Cada Criterio tiene asociado “Aspectos a Evaluar” en el Sitio. Se califican de acuerdo a la siguiente escala :

Calificación	Desempeño
1	Muy Bajo
2	Bajo
3	Regular
4	Bueno
5	Muy Bueno

Las recomendaciones se clasifican de acuerdo a su impacto en el área Comercial

Color	Impacto
	Alto
	Medio
	Bajo

CONCLUSIONES DE LA EVALUACIÓN DE LOS CRITERIOS USABILIDAD, ASPECTO GENERALES Y FUNCIONALIDAD

Criterio U-1: El ingreso es fácil y sencillo

A. Casos a probar (procesos más básicos del site):

1. Registro
2. Afiliación
3. Log-In y recuperación de contraseñas

B. Aspectos a Evaluar:

- a. El usuario rápidamente debe conocer los beneficios para afiliarse y registrarse
- b. Al tomar la decisión debe ser muy evidente en qué parte del sitio llevar a cabo el proceso
- c. Los pasos para realizar el proceso debe ser intuitivos y el usuario debe entender siempre en qué parte del proceso está
- d. El usuario debe sentirse guiado durante el proceso
- e. La información requerida del usuario debe ser la mínima requerida en cada caso, y la forma de cambiar o modificar la información debe ser sencilla

C. Calificación:

- a. 2 **Promedio: 2**
- b. 2
- c. 2
- d. 2
- e. 2

D. Inconsistencias/errores del Sistema :

- i. Procesos de recuperación de claves (tanto recuperación por usuario, como por número de afiliación)
- ii. Imposibilidad para realizar dos registros desde el mismo equipo

E. Recomendaciones:

10 En el Home deben hacerse más evidente los beneficios del Club de Viajes y la asociación entre afiliaciones y el Club.

20 Deben existir 2 botones en el HOME, uno de ellos para Afiliarse y otro para registrarse, al hacer click debe aparecer de manera muy resumida la diferencia principal entre ambos estatus . Recomendamos que el Beneficio para registrarse sea "Guardar las Cotizaciones"

- i. Aplicar los estándares de internet que usualmente se siguen para los procesos de Registro y Afiliación, para darle al usuario lo que el normalmente espera:
- 30** Utilizar el asterisco (*) para los campos obligatorios
 - 40** Solicitar solamente datos básicos para el Registro: Nombre, teléfono e email
 - 50** Se debe dar la opción de aceptación de términos y condiciones en el momento de la afiliación
 - 60** Permitir la incorporación y desincorporación de afiliados a través de la página, cada vez que el usuario lo requiera
 - 70** Permitir que se revisen TERMINOS Y CONDICIONES sin que el usuario tenga que agregar un componente de software al equipo
 - 80** Llenar de forma automática los campos de Afiliación con los datos que se introdujeron en el Registro, ya que actualmente debes llenar todo nuevamente
 - 100** Evitar que la misma persona posea dos (2) claves y dos usuarios distintos, lo cual sucede cuando el usuario que ya está registrado debe definir nuevamente credenciales de Login para afiliarse. Pueden surgir confusiones en cuanto al estatus del cliente, si por error éste introduce la clave que definió al momento del registro.
 - 110** Permitir la incorporación y desincorporación de afiliados a través de la página, cada vez que el usuario lo requiera
 - 120** Eliminar la opción de un SEGUNDO TITULAR, ya que esto confunde al usuario.
 - 130** Colocar un botón de CANCELAR o SALIR en el formato/proforma de Afiliación ya que no hay forma de salir, a menos de que se le de al BACK del navegador

Criterio U-2: La página principal es útil y entendible

A. Aspectos a Evaluar:

- a. Distribución del espacio para acomodar la información relevante y evitar las “nubes de texto”
- b. Utilidad de las imágenes para guiar al usuario en lo que va a hacer a continuación y en el apoyo a la comprensión de información relevante
- c. Utilidad del texto para guiar al usuario en lo que va a hacer a continuación y en el apoyo a la comprensión de información relevante
- d. Jerarquía Visual, es decir, que lo más importante resalta sobre el resto del contenido
- e. Tono comercial de la página, es decir, el usuario se siente atraído por lo que ve y se ve motivado para continuar buscando
- f. El contenido de la página de inicio permite hacer enlaces con buscadores

B. Calificación:

- a. 2 **Promedio: 2,1**
b. 2
c. 3
d. 3
e. 2
f. 1

C. Recomendaciones:

140 Redistribuir el manejo del espacio de la página principal. Destacando la información relevante

150 Incluir más contenido que ayude al posicionamiento del sitio en Internet

160 Los espacios más relevantes del sitio deben ser usados para cumplir objetivos comerciales

170 Mostrar el catálogo con los paquetes y tours que puedan clasificarse por distinto criterio comercial, eliminando enlaces descriptivos de paquetes

180 En la caja de búsqueda seleccionar el servicio haciendo clic sobre los íconos

185 No mostrar correos electrónicos en el sitio, se exponen a SPAMs

Criterio U-3: Los lugares más importantes son accesibles desde la página principal

A. Casos a probar :

1. Opciones de la barra de navegación superior
2. Opciones de la barra de navegación inferior

B. Aspectos a Evaluar:

- a. El usuario llega rápidamente a los lugares más visitados y más comunes desde la página principal sin mucha navegación
- b. Presenta una barra de navegación sencilla y funcional
- c. La barra de navegación puede crecer fácilmente y es consistente en todo el sitio

C. Calificación:

- a. 4 **Promedio: 4**
b. 5
c. 3

d. Inconsistencias/Errores del Sistema:

- i. La opción de Contáctenos no tiene asociada ninguna funcionalidad

- ii. La opción de Empleos no tiene asociada ninguna funcionalidad

B. Recomendaciones:

- 190** Agregar funcionalidades de servicios adicionales en la barra de navegación.
- 200** Asociar un formulario de contáctenos a la opción de “Contáctenos”
- 210** Asociar un formulario de Empleos a la opción “” Empleo “”

Criterio U-4: Se sabe claramente donde se está

A. Aspectos a Evaluar:

- d. Los términos utilizados en los Menú de navegación indican claramente al usuario a dónde ir y cuando el usuario entra entiende rápidamente de qué trata la sección
- e. El usuario dispone de herramientas o medios para saber siempre donde se encuentra
- f. El mapa del sitio existe y ayuda

B. Calificación:

- a. **3 Promedio 3**
- b. **5**
- c. **1**

Criterio U-5: Se puede llegar a la página principal

A. Aspectos a Evaluar:

- a. Se puede regresar desde cualquier punto del sitio al home de forma rápida y sencilla
- b. Se cumple el estándar de tener un Enlace en el Logo para regresar a la página principal

B. Calificación:

- a. **5 Promedio: 3**
- b. **1**

Criterio U-6: El sitio está organizado desde la perspectiva del usuario

A. Aspectos a Evaluar:

- a. Los elementos que más venden se ubican en lugares protagónicos de las páginas
- b. El contenido del sitio está organizado en función a lo que el usuario necesita y la terminología usada le es familiar
- c. La cantidad de texto es óptima, así como el tamaño de la letra utilizada y describe

claramente la oferta de valor de la empresa

- d. Si el usuario no encuentra lo que busca, el sistema le brinda alternativas y/ o le indica cómo mejorar la búsqueda (asesoramiento)

B. Calificación:

- a. 2 **Promedio: 2**
b. 4
c. 1
d. 1

C. Recomendaciones:

220 El carrusel de fotos de los productos deben estar ubicadas en sitios más estratégicos dentro de las páginas. Las imágenes fueron muy bien evaluadas

230 El contenido debe ser más estructurado, menos extenso y más preciso. Se le debe dar el toque comercial

240 Presentar opciones similares a lo que busca el usuario, en caso de que no se encuentre disponible el paquete o destino seleccionado. Especificar al usuario cuál de los servicios es el que no se encuentra disponible para que tenga claro cuál es el criterio de búsqueda que falló e incrementen las probabilidades de que busque de nuevo.

250 Revisar el concepto de excursiones y buscar un término más claro para este producto. Se asocia con caminatas

260 Cambiar la imagen de la página de excursiones. Acentúa aún más el concepto de caminata

270 Incluir un mapa de navegación del sitio que permita visualizar todas las operaciones disponibles, así como los servicios en un solo lugar

280 El banner apaisado que encabeza las secciones siempre hace Link con la sección de afiliaciones, sin embargo el texto de dicho banner se refiere a la sección en cuestión y no a la afiliación, lo cual confunde al usuario cuando éste hace Clic

Criterio U-7: Se puede ir de un lugar a otro con pocos clics

A. Aspectos a Evaluar:

- e. Existencia en el sitio de enlaces innecesarios, en casos en los que podría ofrecerse la información directamente
- f. Se minimiza el uso del scroll ya que se evitan las ventanas y se procura limitar la lectura de contenido a espacios reducidos
- g. Algunas imágenes cambian solas, sin necesidad de que el usuario haga clic
- h. Los procesos se cumplen de manera lineal, sin necesidad de retroceder, actualizar, recalcular
- i. La información relevante está a la mano y puede ser accesible con el mínimo de Clics

B. Calificación:

- a. 3 **Promedio: 2,8**
- b. 3
- c. 3
- d. 3
- e. 2

C. Inconsistencias/Errores del Sistema:

- i. Se presentan errores al regresar a páginas anteriores por el Back del Explorador
- ii. No todas las páginas tienen la opción de regresar

D. Recomendaciones:

290 En el proceso de búsqueda de paquetes es dónde hay mayor desperdicio de clics ya que se le ofrecen demasiadas opciones al usuario para que vaya descubriendo la información que necesita a través de enlaces, en vez de mostrarla inmediatamente, habiendo el espacio para hacerlo.

300 Ubicar la foto de los hoteles arriba o en la foto de la izquierda, ya que es un elemento primordial para el usuario. La ubicación actual requiere de un scrolling excesivo para su acceso, o incluso el usuario puede pensar que no está disponible.

310 Cada vez que se el usuario re-configura su viaje, porque modificó hotel, cambió fechas o agregó un servicio el botón de CONTINUAR se convierte en un botón de RECALCULO. Esto puede o no ser comprendido por el usuario, y el mismo puede estancarse en una búsqueda y abandonar. Lo recomendable es que las operaciones de recálculo las realice el sistema automáticamente

320 Evitar el uso de ventanas (iframe) en la descripciones de los servicios para minimizar el uso del scroll.

Criterio U-8: El sitio es fácil de usar

A. Aspectos a Evaluar:

- a. Es un sitio intuitivo
- b. Sigue las convenciones que se manejan en Internet

B. Calificación:

- a. 4 **Promedio: 4**
- b. 4

C. Recomendaciones:

340 Las páginas de Ayuda y Quienes Somos tienen una estructura de contenido poco intuitiva, deben ser reorganizadas

350 Información relevante debe estar fuera de algunas páginas como opciones aparte: Productos de Afiliación

Criterio U-9: Se puede pedir ayuda fácilmente

A. Aspectos a Evaluar:

- a. Se tiene ayuda disponible en todo momento y fácilmente

B. Calificación:

- a. 3 **Promedio: 3**

C. Recomendaciones:

360 Agregar un Chat Online

380 Colocar la opción de FAQ como una opción en la barra de navegación

390 Agregar ayudas a los campos tipo "Texto"

400 Agregar ayuda tipo "mouse over" a la barra de "Indicador de progreso"

Criterio U-10: Se confirman las acciones. El usuario sabe lo que está pasando

A. Aspectos a Evaluar:

- a. Toda acción que lo amerite genera una confirmación
- b. Los mensajes son claros y precisos
- c. Los mensajes son lo menos disruptivos posible
- d. Se muestran mensajes de tiempo en espera por ejecución

B. Calificación:

- a. 2 **Promedio: 2,7**
- b. 2
- c. 2
- d. 5

C. Inconsistencias/Errores del Sistema:

- i. Proceso de confirmación de registro
- ii. Mensajes de error fuera de contexto en proceso de reservación de Tour
- iii. Acciones sin confirmación: cambio de hoteles
- iv. Errores técnicos presentes en proceso de cotización de Excursiones

D. Recomendaciones:

410 Los mensajes al usuario deben estar todos en español

420 Se debe revisar la redacción de los mensajes

Criterio U-11: El sitio es rápido, inclusive con conexiones lentas

A. Aspectos a Evaluar:

- a. Tiempos de respuestas aceptables

B. Calificación:

- a. 4 **Promedio: 4**

C. Inconsistencias/Errores del Sistema:

- i. Proceso presente en Página principal, Detalle Paquete, Exursion Search que se queda infinitamente procesando
- ii. Recarga la página al agregar noches adicionales en un paquete

D. Recomendaciones:

- 430** Revisar las llamadas a los procesos de Interfaces con los otros sistemas
- 440** Eliminar las recargas de páginas por cambio de datos.

Criterio U-12: Las páginas se pueden imprimir fácilmente y bien

A. Aspectos a Evaluar:

- a. Se logra obtener el resultado de una operación en papel
- b. El formato de la impresión está bien armado

B. Calificación:

- a. 4 **Promedio: 4**
- b. 4

C. Recomendaciones:

- 450** Colocar el logo de MundoPass en la esquina superior izquierda de la Cotización Impresa,
- 460** Las etiquetas del formato de impresión se deben expresar en idioma español
- 470** Se detectan inconsistencias en los cobros de los Services Fee y de los impuestos
- 480** Se debe revisar y acomodar el contenido mostrado en las cotizaciones impresas

Criterio U-13: El sitio es accesible desde distintos navegadores y sistemas operativos

A. Aspectos a Evaluar:

- a. El sitio es accesible desde Internet Explorer
- b. El sitio es accesible desde FireFox u otros navegadores

B. Calificación:

- a. 5 **Promedio: 3**
- b. 1

C. Recomendaciones Técnicas:

490 Programar todas las páginas en XHTML versión 1.0 y que sean al menos de tipo transicional, e incluir del doctype en cada una de ellas:

```
<!DOCTYPE html PUBLIC "-//W3C//DTD XHTML 1.0 Transitional//EN"
'http://www.w3.org/TR/xhtml1/DTD/xhtml1-transitional.dtd'>
```

Criterio U-14: No hay errores de HTML o JavaScript

A. Aspectos a Evaluar:

- a. Detección de errores java script o html en el sitio

B. Calificación:

- a. 5 **Promedio: 5**

Criterio U-15: Se evitan los errores y los mensajes de error son claros y se indica como remediarlos

A. Aspectos a Evaluar:

- a. Se evitan los errores en el sitio
- b. Mensajes de error que indican exactamente qué sucedió
- c. Mensajes de error que indican como remediarlos

B. Calificación:

- a. 3 **Promedio: 2**
- b. 2
- c. 1

C. Recomendaciones:

500 Minimizar los campos tipo TEXTO, estudiar la posibilidad de llevarlos a campos tipo Drop Downs

510 Los campos tipos drop downs hacerlos dinámicos para que no presente opciones que no existen

520 Usar AJAX y JavaScript para validaciones en línea (técnica)

530 Agregar más validaciones en línea

560 Evitar los mensajes muy generales que no indican la causa y como resolverla

570 Registrar los mensajes de error dados a los clientes, para su seguimiento y entonación (técnica)

580 Registrar en base de datos todos los problemas de programación conseguidos, para su seguimiento y entonación (técnica)

ASPECTOS GENERALES

G-1 Aspectos Visuales: colores, tipografía, tamaño de letras, imágenes

A. Aspectos a Evaluar:

- a. Colores Usados
- b. Tipografía
- c. Tamaño de Letra

B. Calificación:

- a. 5 **Promedio: 4**
- b. 5
- c. 2

G-2 Peso de las imágenes

A. Aspectos a Evaluar:

- a. Carga rápida de imágenes en las páginas

B. Calificación:

- a. 4 **Promedio: 4**

C. Recomendaciones:

G10 Revisar las imágenes y bajar el tamaño de aquellas que estén por encima de 20 Kb. Ver imagen de Paquete de Canaima

G-3 Contenido

A. Aspectos a Evaluar:

- a. Contenido claro y preciso, orientado a la venta

B. Calificación:

- a. 2 **Promedio: 2**

C. Recomendaciones:

G20 Agregar contenido relevante

G30 Orientar el contenido al objetivo que se persigue en cada página

G40 Contenido concreto y claro. No debe ser largo, ni dejar puntos suspensivos

G-4 Posicionamiento en los buscadores

A. Aspectos a Evaluar:

- a. Los buscadores (google) ubican el Sitio Mundo Pass

B. Calificación:

- a. 1 **Promedio: 1**

C. Recomendaciones:

G50 Manejar una redacción orientada a Google

G60 Mercadear el sitio por Internet

FUNCIONALIDAD

Calificación los Resultados

No Exitoso	No se logró el objetivo de la prueba
Exitoso	Se logró el objetivo de la prueba pero con errores
Exitoso	Se logró el objetivo de la prueba sin errores

Código	Casos de Prueba	No Exitoso Exitoso Exitoso	Observaciones
C-1	Cotizar Paquete desde Banner	Exitoso	La prueba concluyó con un número de noches distintas a las que el usuario quería. Nunca se pudo entender por qué
C-2	Cotizar Paquete desde Banner y guardar información	No Exitoso	Ver el informe. Uno de los errores arrojados: ERROR: Index was outside the bounds of the array.
C-3	Cotizar Paquete seleccionando destino	Exitoso	El resultado de esta prueba fue exitoso. Se deduce que el descuento no aparece porque no debe estar cargado o es cero. Esto lo debe validar el web master.
C-4	Cotizar paquete seleccionando destino y guardar. Comprar luego	No Exitoso	Se creó un itinerario para Las Vegas para dos personas, cuando se decide comprar, me doy cuenta que hace falta registrar otra persona, pero el sistema no me lo permite y por lo tanto no se efectúa la venta.
C-5	Tour con Alojamiento	No Exitoso	error 'object

			reference ...not set to an instance...'
C-6	Tour sin Alojamiento	No Exitoso	Error: ingrese usuario
C-7	Buscar Hotel	No Exitoso	Ver Informe
C-8	Buscar Vuelo	No Exitoso	Ver Informe
C-9	Afiliarse	Exitoso	Ver Informe
C-10	Registrarse	Exitoso	Ver Informe
C-11	Manejo de Claves	No Exitoso	Al solicitar clave olvidada con usuario válido, se envía email con clave errónea. Al solicitar clave olvidada con nro de afiliación se genera un error.
C-12	Pagos	Exitoso	Proceso no Seguro. No maneja certificado de seguridad
C-13	Modificación e Incorporación de Afiliados	No Exitoso	Ver Informe

- Se manejaron 13 casos de pruebas, lo cuales están documentados con detalle en el documento [InformeFuncionalidadMP.pdf](#)
- 62% casos No Exitosos, 30% casos que llegaron al objetivo pero con errores, 8% casos de éxito
- Se recomienda hacer más casos de prueba

Sumario del Estudio

Calificación Promedio del Sitio en Usabilidad

Criterio de Usabilidad	Calificación por Usabilidad de MundoPass.com
1	2
2	2,1
3	4
4	3
5	3
6	2
7	2,8
8	4
9	3
10	2,7
11	4
12	4
13	3
14	5
15	2
Promedio	3,1

- Todo criterio de Usabilidad debe estar mínimo en 4 de calificación.
- Existen **10** /15 Criterios de Usabilidad a mejorar
- Para lograr estas mejoras se debe seguir las 55 recomendaciones resultantes de este estudio expuestas en este documento.

Recomendaciones de Usabilidad

Color	Impacto Comercial	Nro Recomendaciones	% Representa
	Alto	32	58.00%
	Medio	11	20.00%
	Bajo	12	22.00%
TOTAL		55	100.00%

Recomendaciones Aspectos generales

Color	Impacto Comercial	Nro Recomendaciones	% Representa
	Alto	5	83.00%
	Bajo	1	17.00%
TOTAL		6	100.00%

- Una fuerte recomendación es lograr una mejor posicionamiento del Sitio en Internet. Estar en la WEB y no aparecer en los buscadores es prácticamente no existir en ese mundo.

Resultados de Funcionalidad

Tipo resultado	Nro Casos de Pruebas	% Éxito
No Exitoso	8	62.00%
Exitoso	4	30.00%
Exitoso	1	8.00%
Totales	13	100.00%

- En las recomendaciones de usabilidad, existen sugerencias que tocan de alguna manera la funcionalidad del sitio, hay sólo dos que se han hecho independiente y se pueden ver en el informe [RecomendacionesSitio MundoPass.pdf](#)