

---

## CRÍTICA DE LIBROS / BOOK REVIEWS

---

### Guía para la definición y creación de sitios web de calidad: evaluación y análisis comparativo a través del análisis experto

Calidad en sitios web. Método de análisis general, e-commerce, imágenes, hemerotecas y turismo.  
Rafael Pedraza-Jiménez, Lluís Codina y Javier Guallar (coords.).  
Barcelona: Editorial UOC, 2016. Colección EPI Scholar: n. 5, 182 p. ISBN: 978-84-9064-487-4

#### Calidad de sitios web y sistemas de análisis

El sitio web suele ser uno de los componentes más destacados de una empresa o institución. Hoy en día, tener un sitio web *puede* ser determinante para la visibilidad de nuestro negocio. Sin embargo, disponer del mismo no implica necesariamente que, una vez los usuarios lleguen a él, decidan quedarse, volver o realizar alguna de las acciones que queramos que lleven a cabo (puede ser una compra, un comentario, una búsqueda, etc.). La diferencia entre un buen sitio web que dé respuesta a los objetivos de nuestro negocio y uno con deficiencias, marcará la diferencia entre el éxito y el fracaso de nuestra institución o empresa.

La nueva obra que la colección EPI Scholar ha publicado recientemente ayudará al lector a evaluar, comparar y mejorar su sitio web o el de otros. Se trata del título "Calidad en sitios web: método de análisis general, e-commerce, imágenes, hemerotecas y turismo". Es una obra colectiva, en la que junto a los coordinadores de esta edición, Rafael Pedraza-Jiménez, Lluís Codina y Javier Guallar, encontramos a diversos autores de los ámbitos de la biblioteconomía y la documentación y la comunicación, que son: Ernest Abadal, José Fernández Cavia, Noemí Roig, Neus Carbonell y Miriam Martínez.

La lectura de esta obra será útil tanto para la academia como para la empresa ya que profundiza en el estudio de la calidad de sitios web y propone sistemas para su análisis. En ella, se aborda esta disciplina desde una perspectiva teórica y práctica, siendo esta última la predominante. Se estructura en cinco capítulos. El primero de ellos teoriza sobre

la metodología y herramientas de análisis, a la vez que describe cómo pueden ser utilizadas en el ámbito de la comunicación digital.

Los capítulos siguientes son eminentemente prácticos. Cada uno de ellos presenta un sistema de análisis especializado. Se abordan en ellos temáticas muy diversas y de actualidad, que dan lugar a cuatro herramientas para la evaluación de sitios web y/o funcionalidades web relacionadas con:

- El comercio electrónico
- La búsqueda de imágenes en prensa
- Las hemerotecas digitales de prensa
- Los sitios web de turismo

Todos aquellos interesados por alguna de estas temáticas hallarán en cada uno de estos capítulos una herramienta que permite:

- a Evaluar un sitio web (o las funcionalidades concretas de un sitio web o intranet) para identificar sus fortalezas y debilidades.
- b Realizar análisis comparativos o estudios de benchmarking de este tipo de sitios web.
- c Identificar aquellos aspectos que dotan de calidad a los sitios web de las temáticas abordadas. Estas herramientas se convierten así en auténticas guías para el desarrollo y la implementación de nuevos sitios web, ya que identifican muchos de los requerimientos que las dotan de calidad.

Con este triple objetivo en mente los autores proponen diferentes sistemas de análisis. Todos ellos

están compuestos por parámetros e indicadores. Los autores identifican los **parámetros** con aquellos **aspectos generales que desean estudiar**, por ejemplo, un parámetro sería la **confianza que transmite un sitio web de e-commerce**. La valoración de estos parámetros se hace utilizando conjuntos de **indicadores**. En el caso anterior, se propone para la evaluación de la confianza que transmite un sitio web de e-commerce, por ejemplo: estudiar si aparece información sobre la seguridad de la compra, si dispone de un certificado visible de autenticación y transmisión segura de datos, si cuenta con acreditaciones de confianza, o si existe un compromiso de devolución de producto, entre otros muchos. Todos estos aspectos formarían parte del conjunto de indicadores que permiten evaluar el parámetro "confianza" en un sitio de comercio electrónico.

Siguiendo esta estructura, el capítulo dos presenta un sistema de análisis formado por 9 parámetros y 145 indicadores para la evaluación de sitios web de e-commerce. En el capítulo tres se presenta una herramienta que permite evaluar la calidad de los sistemas de recuperación de imágenes. Está compuesto por 13 parámetros y 79 indicadores orientados principalmente, pero no exclusivamente, a la búsqueda de imágenes en las redacciones de medios de comunicación. En el cuarto capítulo se presenta un modelo para el análisis y la evaluación de hemerotecas digitales de prensa en que se analizan 4 parámetros y 27 indicadores que permitirán evaluar aspectos generales más como los contenidos (colecciones disponibles, formatos, cobertura) así como más específicos (el sistema de consulta o la presentación de resultados, por ejemplo). Por último, el quinto capítulo presenta un sistema de análisis que permite evaluar en qué medida un sitio web está adaptado a la web social, centrándose en el ámbito del turismo. Lo hace mediante la exploración de 5 parámetros, compuestos por un total de 33 indicadores.

Por tanto, estamos ante una obra que, parcialmente y en su conjunto, es de gran interés. Por un lado, facilita una completa herramienta de análisis y evaluación a los profesionales de los ámbitos tratados. Por otro, además, presenta y propone una interesante aproximación metodológica para la creación y uso de este tipo de herramientas de interés para quienes se animen a su lectura desde el ámbito académico.

### **Índice de la obra y escenarios sectoriales de análisis**

Las cuatro primeras palabras de este libro condensan y definen a la perfección qué esperar de

este libro y su utilidad. Calidad, evaluación, análisis y sitios web. Esto se traduce en que el lector encontrará, en primer lugar, una propuesta metodológica que le permitirá diseñar sistemas de análisis de sitios web aplicables a cualquier escenario y/o sector. Y, en segundo lugar, cuatro sistemas de análisis de la calidad web ya desarrollados y específicos para cuatro sectores: el comercio electrónico (negocio/*bussiness*), la gestión de imágenes en el caso de la prensa escrita (multimedia), las hemerotecas digitales de prensa (la memoria) y los sitios web de destinos turísticos (la interacción).

El contenido del libro parte de un primer capítulo en que se definen las características y componentes del Sistema Articulado de Análisis de Medios Digitales y que los autores denominan SAAMD por sus iniciales. Este sistema es, sin duda, la base de los siguientes capítulos y la mayor aportación ya que es adaptable a cualquier sector de negocio que esté presente en la web. En los capítulos sucesivos, se ofrece cuatro diferentes aplicaciones de esta metodología, lo que se traduce en cuatro herramientas de análisis. En concreto, los títulos de los capítulos son los siguientes:

- Presentación
- Introducción a los análisis sectoriales
- 1. Características y componentes de un sistema de análisis de medios digitales: el SAAMD
- 2. Comercio electrónico
- 3. Imágenes en prensa escrita
- 4. Hemerotecas digitales de prensa
- 5. Sitios web de destinos turísticos

De forma acertada, este libro contribuye a unir el trabajo académico y la empresa dado que todas las propuestas, tanto el SAAMD como las herramientas desarrolladas en cada capítulo, proceden de trabajos académicos cuyos resultados ayudan a mejorar el trabajo diario que se realiza en la Web. Como los mismos autores plantean, este libro presenta una radiografía de cuáles son las características más relevantes de sectores concretos de la Web. El lector encontrará una 'caja de herramientas' en este libro que le permitirá evaluar, comparar e identificar aspectos claves para su sitio web. No solo eso, sino que da herramientas para evaluar y mejorar dichas características a aquellos que trabajan en diferentes áreas en la Web. De este modo, esta obra permite escoger si utilizar alguno de los sistemas de análisis o, por el contrario, basándose en la metodología del SAAMD, desarrollar un sistema propio que se ajuste a unas necesidades particulares.

En conjunto, se observa una gran unidad en la estructura y planteamiento de los capítulos y contenidos. Esto se debe, al trabajo de coordinación de Rafael Pedraza-Jiménez, Lluís Codina y Javier Guallar así como a que, con variaciones, los sistemas de análisis propuestos se inspiran en la metodología presentada en el capítulo 1, el SAAMD. Por último, cabe destacar que la obra "Calidad en sitios web: método de análisis general, e-commerce, imágenes, hemerotecas y turismo" es fruto de la experiencia previa de sus autores teorizando y proponiendo sistemas para el análisis de la calidad de sitios web. En concreto, en este libro, se presentan investigaciones llevadas a cabo en el ámbito del e-commerce, los bancos de imágenes electrónicos, las hemerotecas y los sitios web de turismo.

Por lo tanto, y para ir concluyendo, este libro y su contenido es una referencia imprescindible, tanto para alguien que emprende su primer negocio, como para el académico, el consultor de marketing, el responsable del área de comunicación de

un museo o de un servicio de juventud. Todos ellos necesitan conocer los indicadores de calidad de un sitio web, bien sea para el análisis de la competencia, la creación del propio sitio web o el análisis para un proyecto de investigación. Esta obra va un paso más allá del desarrollo de sistemas de análisis ya que, en la elaboración de estas herramientas, los autores han detectado también las principales tendencias de los sitios web de cuatro sectores tan distintos y tan importantes como el comercio electrónico, la gestión de imágenes en el caso de la prensa escrita, las hemerotecas digitales de prensa y los sitios web de destinos turísticos. Todo ello (metodología, sistemas y tendencias) como resultado del análisis experto.

Por **Ariadna Fernández-Planells**

Universitat Internacional de Catalunya,  
Barcelona (España)

ariadna.fernandez.p@gmail.com