

evoluty > [Artículos](#) > Normas básicas de usabilidad para buscadores internos

Buscar

[Equipo Humano](#) [Artículos](#) [Casos prácticos](#) [Clientes](#) [Usabilidad](#) [eBusiness](#)
[Business Intelligence](#) [Sobre evoluty](#)

Normas básicas de usabilidad para buscadores internos

Toni Vicens Arasanz (Octubre 2002)

Resumen: Los buscadores internos, además de influir decisivamente en la primera impresión de los usuarios, son herramientas cruciales para que éstos encuentren los contenidos que buscan. Por ello, su usabilidad condiciona significativamente la usabilidad global del sitio web, y debe prestársele especial atención.

[Jakob Nielsen](#), reconocido gurú de la usabilidad, ha comprobado en numerosos tests que más de la mitad de los usuarios, cuando llegan a un sitio web, intentan encontrar la información que necesitan utilizando su buscador interno, aproximadamente un quinto intentan encontrarla siguiendo los enlaces que se les presentan y el resto muestran un comportamiento mixto.

De estos datos se pueden extraer dos importantes conclusiones:

1. La mayoría de usuarios reciben las **primeras impresiones** de los sitios web que visitan **a través de sus buscadores internos**.
2. Los buscadores resultan **herramientas cruciales**, junto a la [arquitectura de la información](#) y a los sistemas de navegación para que los **usuarios encuentren la información que buscan**.

En la misma línea, se sabe también que los usuarios suelen **juzgar la calidad de los contenidos** de un sitio web en base a los resultados devueltos por **una o dos sentencias de búsqueda**. Si el buscador del web no es una herramienta usable, y por tanto fácil, intuitiva, rápida, robusta y efectiva, los usuarios se llevarán una primera impresión muy pobre del web en cuestión.

Para que esto no suceda, y para que el buscador interno del web sea la gran herramienta de soporte a la navegación que debe ser, a continuación se repasan las directrices básicas de usabilidad para buscadores, tanto a nivel de interfaz de usuario como de la página de resultados. Además se comentan otros temas relacionados como los factores que deben contemplarse a la hora de seleccionar un

buscador para un sitio web, y por qué los buscadores textuales son más usables que los buscadores de bases de datos.

Interfaz de búsqueda

Nota: Llamaré interfaz de búsqueda del buscador a la zona en la cual el usuario debe definir su necesidad de información.

La experiencia de los expertos en usabilidad demuestra que siguiendo las normas que se exponen a continuación la interfaz de búsqueda de los buscadores resulta mucho más accesible, intuitiva, fácil de utilizar y satisfactoria para la mayoría de usuarios.

- **Accesibilidad desde todas las páginas.** Debido a que no se puede saber de antemano por qué página entrará un visitante a un sitio web, en qué momento desistirá de buscar la información que necesita siguiendo los enlaces del mismo, o cuando se sentirá perdido, es importante que pueda acceder al buscador desde cualquier página. A mi modo de ver, lo ideal es presentar la interfaz de búsqueda en todas las páginas, como se hace en este web, pero también se puede poner un enlace al buscador con un texto que diga algo como "Buscar". **En la página de inicio, sin embargo, el buscador es casi obligatorio**, ya que es el punto de entrada más probable y debe contemplar el estilo de navegación orientado a búsqueda que presentan la mayoría de usuarios.
- **Fácil localización visual.** La importancia que se ha visto que tiene el buscador impone su posicionamiento en un sitio de fácil localización visual. Si no se sigue esta norma se corre el riesgo de que los usuarios tengan que perder su precioso tiempo buscando el buscador. También es muy importante mantener el buscador en un **sitio fijo** a lo largo de todas las páginas del web. Así una vez que el usuario haya aprendido dónde se encuentra no tendrá nunca la necesidad de redescubrirlo. El escoger un sitio **estándar** para situar el buscador (como por ejemplo arriba a la derecha o a la izquierda debajo del logo) facilitará su localización en primera instancia.
- **Interfaz estándar.** Se trata de una norma básica y genérica de usabilidad, y en los buscadores no es ninguna excepción. Lo más estándar es un **campo de texto con un botón** al lado que diga "**Buscar**" (como el que hay en esta página). Los internautas ya conocen muy bien este tipo de interfaz y se sienten cómodos con él.
El poner más campos o dar más opciones únicamente puede llevar a confusión, y tan sólo debe hacerse en la página de búsqueda avanzada.

- **Campo de texto suficientemente ancho.**
 - Refuerza visualmente el hecho de que se puede introducir más de una palabra.
 - Permite ver la sentencia de búsqueda completa (a no ser que sea muy larga). Esto resulta útil, por ejemplo, para revisar faltas de ortografía, además de dar seguridad a algunos usuarios.
- **Búsquedas por defecto no acotadas.** La opción de búsqueda por defecto no debe estar acotada
 - **ni a secciones o subsites** concretos. Un gran número de usuarios no conocen las estructuras de los sitios web por los que navegan, y lo más probable es que ante una página de resultados vacía producida por una acotación del espacio de búsqueda, piensen que la información no está disponible en el sitio web, cuando a lo mejor, lo que pasa es que está en otra sección o subsite.
 - **ni a fechas concretas.** Similar a lo anterior.
 - **ni de ningún otro modo.** Estas opciones caso de existir, pertenecerían a la búsqueda avanzada.
- **Página de búsqueda avanzada.** Las opciones avanzadas de búsqueda deben agruparse en una **página aparte** diseñada para recogerlas de forma **unificada y compacta**. En esta página se puede ofrecer al usuario todas las opciones de acotación del ámbito de búsqueda (temporal, por idioma, por secciones, ...) y la utilización de operadores booleanos. Es interesante que en dicha página quede claro que el web dispone de otras formas de buscar información, por si alguien ha llegado a ella por equivocación.
- **Búsqueda en Internet.** No se debe ofrecer la posibilidad de buscar en todo Internet a través del buscador del web, ya que la gente utilizará su buscador preferido para ejecutar dichas búsquedas.

Página de resultados

La página de resultados de un buscador es igual de importante si no más que su interfaz de usuario. Debe ser **clara** y contener la **información necesaria** para que el usuario pueda **decidir con facilidad** si los resultados que se le ofrecen le interesan o no. Ni más, para no abrumarlo, ni menos para que pueda decidir con criterio. Las directrices que se enumeran a continuación pueden ayudar a conseguir estos requerimientos.

- **Texto de los links a los resultados.** Los enlaces que

conducen a los documentos resultado **deberían ser suficientes** para que el usuario realizase una **primera criba**. Por otro lado, si los títulos de las páginas se han escogido con criterio constituyen **excelentes síntesis** de las mismas, por lo que son ideales como texto para los enlaces a los resultados. Las URLs, por el contrario, aportan muy poca información sobre la relevancia de los documentos a la búsqueda realizada, por lo que resultan mucho menos adecuadas.

- **Resumen del documento.** Resulta imprescindible para que el usuario pueda **decidir con más criterio** si los resultados devueltos por el buscador son o no relevantes para su búsqueda **sin necesidad de descargarlo**. Algunos buscadores utilizan el metatag *description* como fuente del resumen, mientras otros utilizan las primeras palabras de la página, o lo construyen al vuelo en el momento de la búsqueda.
- **Énfasis sobre los términos buscados.** El hecho de **resaltar las palabras buscadas** tanto en los enlaces como en los resúmenes **ayuda en gran medida a la escaneabilidad** de los resultados.
- **Formatos diferentes a HTML.** No todo el mundo utiliza navegadores con los plug-ins necesarios para visualizar documentos con formatos como PDF, Microsoft Word, etc. Por ello, si alguno de los resultados pertenece a un documento con un formato diferente al HTML, resulta conveniente avisar de dicha circunstancia.
- **Información adicional.** La siguiente información puede ser útil en determinadas circunstancias:
 - **URL**
 - **Tamaño** del documento
 - **Fecha** de última modificación
 - **Idioma**
 - **Sección** a la que pertenece el documento

Si se incluye esta información se debe hacer de forma que no interfiera en la escaneabilidad de los resultados (por ejemplo con una fuente más pequeña o con un color diferente al del resto del texto).

- **No repetir resultados.** Hay sitios web que acceden a la misma página a través de URLs diferentes. Es importante que el buscador sepa detectar que se trata del mismo documento y que no lo presente como si se tratase de dos resultados diferentes.
- **Búsquedas vacías.** Siempre que el usuario recibe alao

diferente a lo que se esperaba, como cuando sigue un enlace roto, o cuando una búsqueda no devuelve resultados, es especialmente importante informarle de qué **alternativas** dispone **para completar su objetivo**. Una página con un simple mensaje de "No se encontraron resultados" le dejará especialmente frustrado. Lo típico en estos casos es decirle que revise los términos de la sentencia de búsqueda por si se ha equivocado, que pruebe con otros términos, o que utilice términos más genéricos. En mi opinión también es útil presentarle un **árbol de navegación** con enlaces a las diferentes secciones del web y una breve descripción del contenido de las mismas. Si el tamaño del web lo permite se puede incluso presentar un mapa completo del mismo.

- **Ratios de relevancia.** Como los usuarios no conocen los algoritmos de puntuación de las páginas, el saber si una página ha recibido una puntuación del 97% o del 82% les aporta una información casi nula. Lo que **sí aporta información** sobre la relevancia de una página es **su situación relativa** en la página de resultados. **Cuanto más arriba más relevante.**
- **Reformulación de la búsqueda.** Aunque los estudios demuestran que la mayoría de usuarios son muy torpes reformulando sus búsquedas, y que si no encuentran lo que buscan a la primera, los sucesivos intentos cada vez tienen menos probabilidades de éxito, también demuestran que un porcentaje muy importante lo vuelve a probar, y cuanto más fácil se lo pongamos mejor. Además no hay que olvidarse de los especialmente dotados para la reformulación ;-)
Por ello conviene **incluir la interfaz de búsqueda en la página de resultados** con la sentencia de búsqueda en el campo de texto.
- **Agrupación de los resultados.** En algunos sitios web puede resultar interesante agrupar los resultados según las secciones del web. En esta página se puede ver [cómo agrupa all-travel.com](#) los resultados de las búsquedas. Yo personalmente no veo del todo claro si dicha agrupación se debe hacer por defecto, y creo que los resultados de un test de usuario deben decidir en cada caso. Sin embargo ofrecer la posibilidad de dicha agrupación mediante un link, claramente le añade valor a la página de resultados.

Aunque algunas de las normas aquí descritas no pueden implementarse con todos los motores de búsqueda, no hay por qué desesperarse. En general se pueden conseguir páginas de resultados muy usables con la mayoría de buscadores. El mérito está, como siempre, en conseguir la mayor usabilidad con los recursos de los que

se dispone.

Características adicionales

A continuación se presentan algunas características que ciertos buscadores avanzados son capaces de ofrecer y que mejoran notablemente su usabilidad:

- **Corrector ortográfico.** A menudo los usuarios se equivocan al escribir alguno de los términos de la sentencia de búsqueda. Resulta muy útil que el buscador pueda detectar dichos errores y avisar al usuario, ofreciéndole incluso alternativas. Aquí se puede ver un ejemplo de [cómo corrige Google](#) cuando se escribe buscadoress en vez de buscadores.
- **Versiones HTML para documentos en otros formatos.** Si el navegador del usuario no tiene el plug-in para el formato del documento que le interesa, ofrecer una versión del mismo en formato HTML puede aportarle mucho valor.
- **Páginas similares.** Esta es una opción interesante para sitios web muy grandes, y consiste en un link al lado de cada resultado que lanza una búsqueda de páginas con contenidos similares a la del resultado en cuestión.
- **Comportamiento inteligente.** Cuando en Google lanzamos una búsqueda con algún error ortográfico, y ésta no devuelve resultados, el motor de búsqueda lanza la búsqueda con el error corregido. Este es un claro ejemplo de comportamiento inteligente que incrementa la usabilidad del buscador, ya que nos ahorra el tener que reescribir la sentencia de búsqueda.

Selección de un buscador

En general los responsables de proyectos web poco pueden hacer para modificar las características de los motores de búsqueda. Pero pueden hacer algo mucho más importante: escoger cual es el buscador que más le conviene a su web.

Para ello deben tener en cuenta los siguientes factores:

- **Coste.** Como en casi todo, existen alternativas de todos los precios. La mayoría de los webs, sin embargo, pueden beneficiarse de alguno de los [buscadores externos gratuitos](#) (que a efectos prácticos se comportan casi como si fueran buscadores internos) o de alguno de los múltiples [proyectos Open Source](#) (y también gratuitos) que implementan buscadores internos.
- **Capacidad de indexación.** Número de páginas que la araña

del buscador puede indexar sin afectar a su rendimiento.

- **Velocidad de indexación.** Cuánto tarda la araña en indexar el web.
- **Relevancia de los resultados devueltos.** Esta característica resulta de vital importancia, ya que cuanto más relevantes sean los resultados devueltos, antes encontrará el usuario lo que busca, y por lo tanto más usable será el buscador. Si a esto le sumamos la ya comentada escasa habilidad de la mayoría de usuarios para la reformulación, podemos intuir fácilmente que **la alta relevancia** de los resultados devueltos **puede suponer la diferencia entre el éxito o el fracaso** del usuario en la consecución de su objetivo.
- **Velocidad de respuesta.** El buscador debe ser capaz de responder a las sentencias de búsqueda en el **tiempo más breve posible** (en menos de un segundo idealmente). De nuevo una norma básica de usabilidad (y de las más importantes).
- **Robustez.** Otra norma básica de usabilidad. El buscador como el resto del web debe producir el **mínimo número de errores** posibles.
- **Configuración de la página de resultados.** Se trata de evaluar si con las características que ofrece el buscador podremos conseguir que la página de resultados sea como nos gustaría. Algunos de los buscadores externos y gratuitos disponibles dan poco margen en este sentido, y algunos incluso se reservan el derecho de incluir publicidad en la página de resultados.
- **Características adicionales.** Ver el apartado anterior.

Ver los resultados de [varios buscadores](#) que han indexado el mismo web puede resultar muy interesante de cara a acabar de afinar la selección de un buscador.

Buscadores textuales versus buscadores de bases de datos

Nota: En este apartado me refiero a los buscadores de los que he estado hablando hasta ahora, los cuales realizan las búsquedas en un índice especialmente generado a tal efecto, como buscadores textuales, mientras que cuando hablo de buscadores de base de datos (BB.DD.) me refiero a aquellos buscadores que realizan sus búsquedas directamente en los campos de la BB.DD. del web.

A menudo, clientes que ya tenían un buscador que accedía directamente a la base de datos de su web me han preguntado. ¿Qué

le puede aportar un buscador textual a mi sitio web?

Mi respuesta siempre ha incluido los siguientes argumentos:

- Resultados más relevantes.
- Tiempos de respuesta más rápidos.
- Interfaz más sencillo.
- Posibilidad de buscar información no contenida en la BB.DD.
- Reducción de la carga de trabajo de la BB.DD. (mayor velocidad para otras páginas).
- Búsquedas combinadas de conceptos que pertenecen a campos diferentes de la BB.DD.

En definitiva **un motor de búsqueda textual será siempre** un buscador más potente y adaptado a las necesidades del usuario: un buscador **más usable**.

[Uno de los casos prácticos](#) recogidos en este web ilustra perfectamente estos (y otros) beneficios.

Referencias

Un par de artículos sobre usabilidad y buscadores de Jakob Nielsen:

- [Search and You May Find](#)
- [Search: Visible and Simple](#)

Y un par de libros del mismo autor:

- La *Biblia* de la usabilidad: [Designing Web Usability: The Practice of Simplicity](#)
- Usabilidad en Páginas de Inicio: [Homepage Usability: 50 Websites Deconstructed](#)

Más artículos interesantes:

[Como planear y crear un buen buscador interno para un site](#)

El autor

[Toni Vicens](#) es consultor en temas de usabilidad y ebusiness de evolucy. Es ingeniero de telecomunicación por la Universitat Politècnica de Catalunya y su proyecto final de carrera fue diseñar e implementar un buscador web.

[Glosario](#) | [Contacte con nosotros](#)

Córcega, 299 sobreático - 08008 Barcelona. CIF: B-62.337.894
Tel. 93 238 67 13 (de lunes a viernes de 9 a 14 horas y de 16 a 19 horas)
[Aviso legal](#) | © 2003, evolucy Technology Consulting S.L.L.