
Recomendaciones e indicaciones

PARA LOS SITIOS WEB INSTITUCIONALES

Diciembre 2019



Índice de contenidos

Secciones:

- Generales
- UX/UI
- Dominio .gob.cl
- Recursos gráficos
- Contenidos
- Contactos



1.- Recomendaciones e indicaciones generales

Al solicitar el desarrollo de una plataforma web, mobile/web app o sitio web a una **agencia**, hay que asegurarse de que ésta defina clara y adecuadamente los siguientes puntos:

- Plazos y estimaciones (sprints)
- Entregas parciales
- Seguimiento de horas y de avances
- Impedimentos
- Entregables

También debe proporcionar **información** y **experiencia** demostrable sobre los siguientes puntos:

- Tecnologías
- Seguridad y https
- Considerar absoluta responsividad
- Presentación de Mapa del sitio



2.- Experiencia de Usuario e interfaces (UX/UI)

Para el siguiente detalle acerca de la UX, se debe tener claro el **alcance que tendrá el proyecto**.

Por ejemplo, hacer el paso a paso que se detalla a continuación, para un sitio tipo **Landing page** (Página de aterrizaje), no es recomendable porque es un gasto de recursos innecesarios; es muy probable que ya se tenga determinado a qué tipo de usuarios o nicho va dirigido un sitio que su propósito es otorgar publicidad a cierto producto o servicio. Por tanto, la inmersión e ideación (en este caso) no es necesaria. Siempre es recomendable los pasos 3 y 4, aunque sean prototipos o validaciones low quality.

De ser un proyecto con grandes alcances y que tomará muchos recursos, tiempo y que requerirá de varios perfiles profesionales, es necesario **que se cumpla este paso a paso para asegurar la correcta salida de un producto 360°**.



Pasos a seguir:

Para implementar la gestión de la experiencia de usuario al o los servicio(s), **se debe trabajar en etapas que implican detectar problemas y proyectar futuras soluciones.**

Estas **etapas** son fundamentales porque, mediante ellas, podremos saber qué solucionar, dónde y con qué. Implica, además, la cooperación y el cruce de varias disciplinas y perfiles profesionales que otorguen una visualización en su totalidad. Por esa razón, recomendamos que los perfiles designados para trabajar en el proyecto, dominen, en distintos niveles y ejes, los temas que mencionamos.

A continuación, se detallan **4 grandes etapas que pueden servir de orientación:**



1.- INMERSIÓN (research): Esta etapa es donde se debe investigar los **contextos, procesos, sistemas, personas, tecnologías**, etc. que permitan levantar la máxima cantidad de información posible mediante distintos **métodos de investigación** y así, poder detectar necesidades y oportunidades.

Estos pueden ser:

- **Cuantitativa**: Este tipo de investigación te hablará de lo que está sucediendo. Dará resultados en grandes cantidades y te ayuda a predecir comportamientos. Ej: Encuestas, investigación de usabilidad, métricas, estudios de atractividad, etc.
- **Cualitativa**: Este tipo de investigación provee razones de porqué pasa lo que pasa. Se da por interpretación y no hay números. Ej: Entrevistas, inmersiones contextuales, mapas de empatía etc.

2.- IDEACIÓN: Con la recopilación de información y ya familiarizados con el o los problema(s), se hacen explícitas la identificación de estos y se generan **ideas o conceptos**. Lo ideal es levantar **insights y patrones que generen oportunidades**.

Estos pueden ser por medio de:

- Kano análisis
- Co-diseño participativo
- Card sorting
- Arquetipos



3.- PROTOTIPAR: Con las ideas ya definidas, se generan **prototipos que visualicen las soluciones que se eligieron.**

No necesariamente los prototipos deban ser de alta calidad. Se puede prototipar rápido y barato lo que nos permita dar con hallazgos para mejorar la factibilidad de la idea o desechar las que no se ajustan.

Hay métodos que se pueden utilizar y nos van a orientar en la implementación:

- Evaluación PURE
- Heurísticas
- Pruebas de usabilidad
- Primer clic

4.- EVALUAR: Evalúa con tus usuarios utilizando los prototipos para verificar la eficiencia de ellos y qué dificultades o dolores experimentar cuando interactúan con él o ellos.

Los métodos que se pueden utilizar:

- A/B testing
- Mapas de calor
- Estudios de atractividad



¿Qué podemos añadir?

Siempre debe haber una **definición de objetivos y límites de contenidos** que tendrá el sitio. Otorgar al equipo claridad de los objetivos a lograr y cuál es la finalidad del trabajo.

La experiencia de usuario no es un método, es **entender y comprender que se trabaja para y con los usuarios**. Los profesionales que trabajarán en UX deben comprender que se está para crear soluciones a medida y esto implica **utilizar toda la creatividad y mantener una actitud observadora y curiosa**.

La UX reúne a distintos profesionales, por tanto, es necesario contar con un equipo multidisciplinario.

Cuando los ministerios o servicios deban hacer un **sitio web, landing page o minisitio para campaña**, pueden pedir asesoría al **equipo UX de Secom Digital**, para que les entreguen observaciones de usabilidad y experiencia de usuario. Esto tiene como propósito que todas las páginas web de gobierno estén alineadas.



NO OLVIDAR

1. **Benchmark:** Analizar lo que otros están haciendo en el mercado como orientación.
2. **Identificar a los usuarios del sitio:** Sin ellos, no podemos implementar soluciones acorde.
3. **Entrevista a usuarios** (presenciales y form): Permite empatizar con ellos.
4. **Card Sorting:** Permite entender cómo piensan y cómo perciben.
5. **Arquitectura de la Información:** La organización de la información no debe quedar al azar. Existe una lógica que es necesaria para orientar al usuario en el sitio.
6. **Diseño de Interfaces:** Actividad clave en el desarrollo del sitio, ya que implica tener en cuenta temas importantes como es la accesibilidad, usabilidad, lecturabilidad, contraste, etc.
7. **A/B Testing:** Siempre recurrir al A/B testing cuando se barajen 2 opciones y no se tenga claridad de cuál es una sobre la otra.
8. **Implementación ClaveÚnica** (al 2021): Todos los sitios que impliquen postulaciones a subsidios, beneficios, etc., deberán integrar sus sistemas a ClaveÚnica.



Adquisición de dominios

Para obtener un dominio que termine en **gob.cl** se debe ingresar al sitio **Nic de Gob.cl** (<https://nic.gob.cl/inscripcion.php>), completar el form y así solicitar el dominio requerido.

En ese sitio (<https://nic.gob.cl/>), está todo lo relacionado a los dominios terminados en **gob.cl**.



Recursos y guías de estilos gráficos

En el kit digital de gobierno (<http://kitdigital.gob.cl/>), se pueden encontrar todos los recursos necesarios para guiarse.

Los más usados para las finalidades webs son:

1. **Plantillas web (Framework kit):** <https://framework.digital.gob.cl/>
2. **Guía de diseño de interfaces web:**
<https://digital.gob.cl/download/Guia-de-diseno-de-interfaces-web.pdf/document/Guia-de-diseno-de-interfaces-web.pdf>
3. **Tipografía gobCL:** <http://kitdigital.gob.cl/archivos/insumos/Tipografia-gobCL.zip>



Contenidos centrados en el usuario

La web es un **canal prioritario para las personas**, donde buscan información sobre **trámites, beneficios, contacto con la institución, autoridades, noticias**, etc. Por lo tanto, el contenido de un sitio o landing también debe estar **centrado en el usuario**.

Hay algunas instituciones que solo le dan importancia a las redes sociales, pero se deben entender como complemento al sitio para generar tráfico, fidelización de los usuarios y entregar información más contundente.

Importante que los sitios sean **Mobile first**, considerando que más de 50% de ellos se conecta con su celular.



RECOMENDACIONES:

1.- **Conoce y entiende al usuario.** Una buena herramienta es ver google analytics: ¿Con qué palabras clave llega el usuario al sitio?, ¿qué contenidos son los que más visita?, ¿busca trámites? Si es así, poner ese contenido visible.

2.- Noticias:

- Titulares informativos y no citas de las autoridades. Bajada complementaria.
- Cuerpo de la nota precisa, estilo pirámide invertida, ya que en web la gente NO LEE textos muy largos.
- No abusar de las cuñas de las autoridades.
- Entregar información ciudadana y no enfocada en la autoridad.
- Cuando se mencionan otros sitios/landing/etc linkear la información relacionada en pestaña nueva.
- Tomar fotografías de cobertura de la pauta pero también tomar imágenes genéricas para tener de archivo.
- Cuando tomen fotos a personas o hagan videos, pedir que firmen **SIEMPRE** una autorización de imagen.

3.- Velar por un correcto **funcionamiento del SEO**: poner palabras claves, negritas, etc

4.- Información institucional:

- Contar quiénes somos y qué hacemos en pocas palabras y en lenguaje no técnico.
- Misión y visión opcional y que sea precisa.
- Biografía de autoridades cortas y con contacto (twitter, correo, etc)
- Contacto visible: redes sociales, OIRS, email, dirección, call center
- Contar siempre con un buscador: Si el sitio requiere de algún tipo de interacción o acciones específicas, es necesario hacer las pruebas anteriormente para ver si cumple esa función.

Recomendaciones e indicaciones

PARA LOS SITIOS WEB INSTITUCIONALES

Diciembre 2019

