

# MARCO REFERENCIAL

## capítulo tres

### PAÍSES DESARROLLADOS

Una encuesta realizada por ATKEARNEY a los países desarrollados en cuanto a Internet se refiere (España, Suecia, Francia, Alemania, Estados Unidos, Reino Unido, Italia, Canadá) reflejó algunas características que hay que considerar en los usuarios a la hora de ofrecer el servicio de comercio electrónico.

#### **Elementos que frenan el desarrollo del comercio electrónico**

Resulta alarmante observar que una media de 8.3 de cada 10 consumidores que han intentado realizar una compra on-line la han tenido que abandonar.

La principal razón que lleva a los internautas a abandonar su compra es la imposibilidad de especificar el producto que desean adquirir, acompañada muchas veces de un mal funcionamiento de la página Web. Esto nos muestra un mercado en el cual el comerciante no ha demostrado aún ser capaz de posicionarse del lado del consumidor.

Existe un gran número de compañías cuyo único objetivo es tener presencia en la red, sin tener en cuenta la calidad

de la misma a la hora de navegar. Esto lleva inevitablemente a que durante el proceso de compra el consumidor se encuentre con inconvenientes para navegar, dificultades para encontrar lo que busca y otras barreras que lo conducen directamente a una experiencia frustrada de la compra.

#### **Contacto telefónico**

Las principales razones que conduce a los usuarios a la confirmación de su compra telefónicamente son el mal funcionamiento de la Web y la falta de información de los sitios, siendo este motivo más relevante para las mujeres frente a los hombres.

Aunque también es preciso aclarar que algunos usuarios realizan las llamadas por el simple hecho de que quieren hablar con alguien.

#### **Clientes satisfechos**

Los usuarios generalmente no compran en cualquier Web. Ellos concentran sus compras en las páginas que les

inspiran confianza, aunque siempre están buscando nuevos sitios que mejoren su nivel de satisfacción.

El que una persona acceda a introducir su información en el sitio Web es de vital importancia ya que esta (por el tardado proceso del llenado de datos del usuario) difícilmente lo hará en otra página. Es por esto que, satisfacer a un comprador es valioso debido a que con el buen trato y características de la página, la recomendará a sus amigos. Se estima que una persona recomienda un sitio Web a promedio entre 8 y 15 personas, teniendo un estimado que el 20% realizará un compra futura.

El mensaje es claro: El asegurar que se satisfacen los requerimientos básicos traerá como consecuencia que los clientes no solo vuelvan, sino que recomienden la página Web a otras personas.

## Compras de productos en Red

Los compradores experimentados aseguran que estarían dispuestos a adquirir cualquier producto en Internet. Entre los productos más solicitados se encuentran los libros, regalos, artículos de deportes, salud y belleza, productos electrodomésticos.

Pero por otro lado existen productos que la mayoría de los consumidores no se animarían a comprar, como son: automóviles, artículos de lujo, clasificados, seguros, préstamos y ropa.

Aunque muchos productos por sus características no serían comprados en Internet, se ha visto que la decisión de realizar la compra (real) se podría tomar a partir de los datos obtenidos en la red, por lo que es un canal de capta-

ción de compradores potenciales muy importante. Es por esta razón que se remarca la importancia de ofrecer información de calidad al usuario.

## Comercios tradicionales

Una característica de los consumidores es la preferencia que muestran por los comercios en red que tienen tiendas físicas. Esta preferencia se refleja cuando tienen que decidir por un producto que tiene un precio elevado o es muy personal.

Esto sucede porque durante el proceso de compra el consumidor quiere tocar y sentir el producto. La mayoría de ellos no acudirán a la tienda física, pero el hecho de saber de que pueden hacerlo es muy importante. Esto demuestra que el tener presencia física aumenta la sensación de seguridad y longevidad en el consumidor.

Otras razones por lo que las personas eligen comprar en lugares con presencia física son:

- Posibilidad de tocar y sentir.
- Se puede contactar con una persona.
- Mayor seguridad.
- Mayor confidencialidad.
- Se pueden realizar devoluciones.
- Amplia selección de productos
- Precios más competitivos.

Aunque el tener presencia física es importante no hay que olvidar que el estar en el mercado de la red es completamente diferente al mercado tradicional. Hay que cuidar otras políticas y estrategias para llegar al consumidor.

Un ejemplo claro de éxito es amazon y ebay, las cuales son tiendas virtuales sin presencia física que tienen gran dominio del mercado por otorgar servicios satisfactorios y aprender siempre de lo que quiere y necesita el usuario.

## Usuario

Hay que pensar qué es lo que los clientes quieren y qué es lo que hacen, para así entender la importancia que ellos conceden a algunos criterios de compra. Cuando los consumidores consideran comprar por red se preocupan por la seguridad del sitio, como también de la realización del servicio. Todos estos aspectos son adicionales a los factores de éxito de la compra.

Los usuarios consideran importante la seguridad de la página, las buenas condiciones de entrega y la posibilidad de comprar lo que ellos quieren. La máxima es que un comerciante es sólo tan bueno como su canal de mercado más débil.

## HÁBITOS EN USUARIOS EN MÉXICO

La AMIPCI, que es la Organización Mexicana de Internet, desarrolló en el año del 2003 una investigación de los hábitos que muestran los usuarios en la República Mexicana, arrojando resultados muy interesantes sobre como sus conductas se van modificando conforme pasan los años.

Esta investigación muestra que el aumento de los usuarios de Internet en México se ha incrementado año con año, teniendo como principales estados al Distrito Federal, México, Nuevo León, Jalisco, Veracruz y Puebla. Con esto podemos apreciar que los usuarios del centro y del norte de la República son los que más acceso tienen a este servicio.

Algo que hay que apreciar es la participación de la mujer como usuario de Internet ya que cada vez están teniendo mayor incursión en este medio, ocupando actualmente un 33% de los usuarios totales.

La edad promedio de los usuarios oscila entre los 25-34 años ocupando un 42%. El 49% de ellos son empleados

en su mayoría profesionistas, con maestrías o que no terminaron sus estudios. El usuario promedio cuenta con 4.5 años de experiencia en Internet lo que demuestra que ya no es un tema desconocido en la sociedad y cada vez podemos encontrar usuarios más expertos. La mayoría de ellos se conecta menos de 3 veces en el día y 7 o más veces a la semana, teniendo como resultado que el 42% permanece conectado más de dos horas.

Entre los usuarios de Internet la clase socioeconómica media-alta sigue predominando en este mercado con un 48%, aunque el nivel medio y el nivel bajo han crecido y ya tienen mayor participación.

Para acceder a Internet la línea telefónica sigue siendo la conexión más común entre los usuarios. Aún con esto, otros medios han crecido significativamente como el servicio de banda ancha. Debido a la amplia gama de opciones para contratar servicios de red, la casa se ha convertido en lugar con mayor frecuencia para conectarse a Internet, seguido por el lugar de trabajo.

El uso primordial de la Red sigue siendo el leer y enviar correos electrónicos, aunque buscar información, las consultas bancarias, leer noticias y bajar diversos productos para el usuario han tenido un crecimiento considerable.

Un dato curioso que nos muestra esta investigación es el impacto que tienen otros medios de comunicación debido al crecimiento de Internet. Esto nos deja ver que la televisión, los periódicos y las visitas al cine han tenido una reducción en la preferencia de los usuarios.

## Comercio electrónico

Por otra parte, al hablar del comportamiento del usuario frente al comercio electrónico podemos apreciar que uno de los factores por los que no compran por este medio es debido a que a la persona le gusta ver los productos que escoge. Otra causa que arrojó la encuesta, es que la mayoría de ellos no cuentan con tarjeta de crédito. Es importante remarcar que aunque las personas continúan teniendo miedo el dar el número de su tarjeta, cada vez son menos los que presentan esta característica. Pero en contraparte, la insatisfacción del envío del producto se incrementó. Otro renglón que se presentó es la idea de que comprar por Internet resulta más caro que comprar en una tienda real.

En cuanto a la participación de las clases socioeconómicas en el comercio electrónico, muestra que la clase media-alta sigue siendo la que predomina, pero la media, media-baja y baja, ya tienen mayor participación en este renglón.

Los artículos que tienen mayor preferencia entre los usuarios son los que ofrecen servicios como el comprar boletos de avión, que presentó un incremento consi-

derable. En cambio los servicios (agua, luz, teléfono), libros, discos y aparatos electrónicos tuvieron una reducción en la elección de los compradores.

Otro punto importante de acuerdo con el precio de los productos, se puede apreciar que el costo de los mismos no es un factor que decida el realizar la transacción. Es por esto que la *media* mostró una cifra de \$3,323 pesos, una *mediana* de \$700 pesos y una *moda* de \$500 pesos. Con esto vemos que el promedio de los usuarios a la hora de gastar en un producto está por encima del promedio.

## BENCHMARK

El avance que ha conseguido Internet en nuestros días ha permitido pensar en diferentes formas de hacer negocios, surgiendo términos tales como e-commerce, e-marketing, e-business entre otros. El e-commerce o comercio electrónico es cada vez más común escucharlo ya que muchas empresas han optado por este medio para vender y dar a conocer sus productos. Junto con las ventajas de Internet es posible abarcar un gran número de usuario en cuestión de segundos dando a este medio la posibilidad de tener un gran éxito en el mercado.

Como consecuencia de esto para realizar un sitio de comercio electrónico hay que considerar características que el usuario necesita para que su experiencia en la página Web sea placentera.

Por esta razón y dados los riesgos de que un sitio Web no tenga el éxito deseado, se realizó un estudio de lo que ofrecen los sitios actuales en la red.

Con este propósito se analizaron 50 sitios Web de los cuales 35 son sitios mexicanos y 15 sitios extranjeros.

### El estudio

Dado los diferentes métodos que se pueden emplear para el desarrollo de un sitio Web de comercio electrónico se decidió dividir en categorías:

-Sitios Web dedicados completamente al comercio electrónico.

-Sitios Web que en sus páginas utilizan una sección de comercio electrónico

-Sitio Web que ofrece servicios.

A cada sección se les realizó distintas pruebas que también fueron divididas en las siguientes categorías:

### Información

Se verificó la manera en que el sitio Web ofrece la información en sus páginas, tales como la información del producto, información de las políticas y obligaciones de la

empresa, formas de pago, conocimiento de donde se encuentra el usuario, metáforas visuales, direcciones de la empresa y seguridad que ofrece la página para realizar las transacciones.

### **Navegación**

Se evaluó la manera en el que el sitio Web guía al usuario a través de la página. Se analizaron aspectos como la distribución de las secciones generales y sus contenidos, el número de páginas que hay que pasar para llegar a la decisión de la compra del producto, la manera de presentar las opciones de continuar comprando o finalizar la compra, y la manera que se presenta el llenado de información.

### **Servicios**

Se midió los servicios que presenta la página para hacer más agradable la estancia del usuario en el sitio Web. Se toman en cuenta aspectos como la accesibilidad de formatos de impresión, la base de datos, las opciones de pago y los tiempos de descarga.

### **Multimedia**

Se vió la manera de como un sitio Web maneja su multimedia. Se observaron aspectos tales como animación, imágenes y sonido.

## **Métodos de evaluación**

### **Puntos y criterios**

Los métodos de calificación se van a dividir en dos formas:

1) para páginas dedicadas completamente al comercio electrónico ([www.pc\\_en\\_linea.com](http://www.pc_en_linea.com)) y páginas que ofrecen algo más que comercio electrónico ([www.esmas.com](http://www.esmas.com))

2) y los sitios Web que ofrecen servicios en línea ([www.cfe.gob.mx](http://www.cfe.gob.mx)).

Cabe mencionar y para no confundir entre una página que ofrece servicios en línea y los sitios que ofrecen algo más que comercio electrónico, los sitios que brindan servicios en línea siempre ofrecen algo más como es información de todas las características que conforman a las distintas empresas, pero por el simple hecho de presentar la oportunidad de hacer el pago de un servicio se le da una categoría diferente a las otras.

Otro aspecto por lo que se da esta división, es por el hecho de que las páginas que ofrecen servicios en línea tienen menos parámetros que calificar que los demás sitios Web de comercio electrónico, como son el envío y devoluciones de productos, entre otros.

Los parámetros para evaluar cada sitio Web surgen a raíz de criterios que fueron creados a partir de puntos indispensables hallados en el proceso de investigación de este tema, que debe de considerar cualquier sitio de comercio electrónico que quiera incursionar a este medio.

El análisis realizado a páginas dedicadas completamente al comercio electrónico y páginas que ofrecen algo más que comercio electrónico consta de 30 criterios que se desarrollan a través de los puntos explicados anteriormente (información, navegación, servicios y multimedia). Por otra parte, el análisis realizado a los sitios que ofrecen servicios en línea consta de 21 criterios considerando los mismos puntos.

Por esta razón los puntos quedan distribuidos en cinco categorías siendo P (pobre), R (regular), B (bien), MB (muy bien), E (excelente), quedando de la siguiente manera:

Páginas dedicadas completamente al comercio electrónico y páginas que ofrecen algo más que comercio electrónico:

P	27-47
R	48-69
B	70-91
MB	92-113
E	114-135

Páginas que ofrecen servicios en línea:

P	18-30
R	31-45
B	46-60
MB	61-75
E	76-90

Al final del análisis se encontrarán características en algunos sitios Web que no fueron considerados en los criterios de evaluación. De acuerdo a la importancia de dichos criterios, se les otorgará puntos a favor o en contra de acuerdo a la influencia que tienen en los sitios.

## Criterios de evaluación

### Formato de la página

1. Estilo de página que se emplea para el comercio electrónico.

#### i.

- ( ) Define claramente el estilo de la página.
- ( ) Muestra el estilo pero no define claramente el modo compra.
- ( ) No se entiende el estilo de la página.

#### ii.

- ( ) Define el estilo de la página mostrando la sección de comercio electrónico dentro de la web site.
- ( ) Se encuentra la sección de comercio electrónico pero no de forma sencilla.
- ( ) No se muestra la sección de comercio electrónico.

### Información en cada página

2. Información o imágenes en la página principal.

- ( ) Las imágenes e información están distribuidas de manera ordenada y agradable para el usuario.
- ( ) Muestra imágenes sin información necesaria para saber las características del producto.
- ( ) Pura información sin imágenes.

3. Secciones generales relacionadas con la temática del sitio web o en la página destinada para el comercio electrónico.

- ( ) Muestra las secciones con las que cuenta la página sin confundir ni cansar al usuario.
- ( ) Presenta secciones ordenadas de tal manera que el usuario tiene que utilizar el scroll para observar todas.
- ( ) Presenta las secciones con sus subsecciones dificultando la elección del usuario.

4. Presentación del contenido de cada sección general.

- ( ) Presenta las subsecciones distribuidas de manera clara y agradable para el usuario.
- ( ) Presenta de manera desordenada las subsecciones imposibilitando una rápida elección.
- ( ) Presenta las secciones con sus subsecciones dificultando la elección del usuario.

### **Navegación (producto-compra)**

5. Número de clics para a la decisión de realizar la compra.

- 1-4 clicks.
- 5-6 clicks.
- 7 en adelante

6. Información de los productos para llegar a la decisión de realizar la compra (número de pantallas de la información del mismo producto).

- 1-2 clicks.
- 3 clicks.
- 4 en adelante

7. *Mapa de sitio o sección de búsqueda*

- Cuenta con una de las opciones.
- Cuenta con la opción pero no se entiende.
- No cuenta con ninguna de las opciones.

### **Información del producto**

8. Presentación de los productos en la misma página.

- Se encuentran todos los productos con imágenes e información de la categoría que se busca.
- Se encuentran todos los productos con la pura información.
- Presenta sólo las imágenes de los productos que se están buscando.

### **Descripción del producto**

9. Descripción del producto y sus características.

- Presenta características del producto (nombre, modelo, características, lugar de origen, precio, imagen, garantía)
- Carece de algunos detalles.
- No muestra las características del producto.

10. Presentación del reporte de la compra o las compras ya hechas hasta este punto.

- Presenta en un mismo reporte la compra o compras realizadas hasta este punto.
- Muestra el reporte de manera complicada para el usuario.
- No da a conocer el reporte.

### **Reporte de la compra**

11. Características de las propiedades de la compra que ha realizado como el nombre del producto, la cantidad, su precio y el costo de envío.

- Presenta las características de la compra o las compras (prod, modelo, cant., precio, costo envío, imagen)
- Carece de algunos detalles.
- No muestra las características de la compra.

12. Opción de continuar comprando.

- Presenta de una manera clara y sencilla la opción de seguir comprando.
- Presenta de manera confusa la opción de seguir comprando.
- No presenta la opción.

13. Opción de finalizar la compra.

- Presenta de una manera clara y sencilla la opción de finalizar la compra.
- Presenta de manera confusa la opción de finalizar la compra.
- No presenta la opción.

14. Presentación en un lugar visible de la página el número de productos que se han elegido y el monto de la cantidad en caso de que el usuario decida seguir comprando

- Muestra las características generales de los productos elegidos (número de productos y su valor)

- ( ) Muestra de forma confusa las características de los productos elegidos hasta el momento.
- ( ) No muestra las características de los productos elegidos hasta este momento.

#### **Envío**

15. Opción para elegir el status de tu envío y presentación de cuanto tiempo llevará realizar la entrega y el costo del mismo.

- ( ) Presenta opción de elegir status del envío mostrando tiempo de entrega, costo y limitaciones geográficas.
- ( ) Presenta la opción de elegir el status pero no da a conocer todas las características del envío.
- ( ) No presenta esta opción.

16. Devoluciones

- ( ) Muestra sus políticas de devoluciones de forma clara y visible para el usuario.
- ( ) Cuenta con políticas de devoluciones pero no de manera clara para que el usuario pueda acceder a ellas.
- ( ) No muestra políticas de devoluciones.

#### **Garantía de seguridad**

17. Presentación de logotipo o de un certificado de seguridad.

- ( ) Muestra logotipo de seguridad de información del usuario y (o) una opción para acceder a ella.
- ( ) Muestra solo la opción para acceder a la lectura del certificado.
- ( ) No presenta ningún tipo de seguridad para la información del usuario.

18. Cláusulas de aceptación de las condiciones de la compra por parte del usuario.

- ( ) El sitio proporciona las cláusulas de aceptación de las

condiciones de la compra.

- ( ) El sitio proporciona las condiciones de la operación de manera confusa al usuario.
- ( ) El sitio no proporciona las condiciones de la operación.

19. Direcciones de lugares físicos de la empresa así como sus teléfonos, nombres de los responsables y correos electrónicos.

- ( ) El sitio muestra todas las características (direcciones, teléfonos, nombres de responsables, e-mails)
- ( ) El sitio carece de algunas características.
- ( ) El sitio no muestra ninguna característica.

20. Presentación de formato para impresión de la compra hecha por el usuario señalando puntos importantes como precio, día de la transacción, tiempo estimado de entrega, etc.

- ( ) Presenta el formato para impresión con todas las características de la compra.
- ( ) Presenta el formato para impresión con carencia de alguna características.
- ( ) No presenta esta opción.

#### **Bases de datos**

21. Utilización de base de datos para la información del usuario.

- ( ) Cuenta con base de datos para que el usuario no tengan que llenar la información más que una sola vez.
- ( ) El sitio no cuenta con una base de datos.

#### **Proceso de llenado de la información del usuario**

22. Extensión de formatos

- ( ) Presenta sus formatos de forma sencilla y seccionada aclarando el número de pasos en el que se encuentra.
- ( ) Presenta su formatos seccionados pero no aclara en

qué lugar se encuentra el usuario.

- Muestra de manera pesada la información toda en la misma pantalla sin seccionarla.

### **Compra**

23. Presentación de logotipos o conocimiento de los bancos o tarjetas disponibles.

- Muestra todo el tiempo que tarjetas o bancos son lo que aceptan para realizar la transacción.
- Muestra solo al final de llenado de la información que tarjetas son las que acepta.
- No presenta alguna tarjeta o banco con la que se pueda realizar la transacción en ningún momento.

24. Elección de otras opciones de pago.

- Ofrece mas de una opción de pago para realizar la compra aparte de la tarjeta de crédito.
- Ofrece solo una opción mas para realizar compra aparte de la tarjeta de crédito.
- No presenta ningún otra opción.

### **Títulos de la ventana**

25. Títulos de las páginas que se encuentra el usuario.

- Presenta en el título de la página la sección y nombre del sitio en donde se encuentra el usuario .
- Presenta en el título de la página el nombre del sitio web en la que nos encontramos.
- No presenta ninguna información que no ayude para ubicar al usuario en donde se encuentra.

### **Pesos/descarga de la página**

26. Tiempo de descarga.

- Información e imágenes adecuados (descarga rápida).
- Un poco de sobrepeso en las imágenes e información (descarga media)
- Sobrepeso en la página (descarga lenta)

### **Estilos**

27. Utilización de íconos familiares.

- Utilización de iconos adecuados para la familiarización del usuario con su proceso de compra.
- Utilización de iconos adecuados sin llegar a generalizar en toda la página.
- No presenta iconos adecuado para la familiarización del usuario en su proceso de compra.

### **Multimedia**

28. Uso de animaciones.

- Animación sencilla que no afecta a la descarga y ayuda al usuario hacer mas cómoda su compra.
- Animación poco pesada sin afectar demasiado a la descarga de la página y ayudando en la compra.
- Animación pesada que no ayuda a la descarga de la página y terminar por desesperar al usuario.
- No aplica

29. Uso de imágenes.

- Número de imágenes adecuados agilizando la descarga de la página.
- Un leve sobre uso de las imágenes sin afectar demasiado la descarga de la página.
- Uso excesivo de imágenes dando lugar a una descarga lenta.
- No aplica

30. Uso de sonido.

- Sonidos adecuados dando un ambiente agradable al usuario.
- Presenta sonidos en algunos renglones no siendo los adecuados.
- Presenta sonidos en exceso.
- No aplica



## PÁGINAS MEXICANAS QUE OFRECEN ALGO MÁS QUE COMERCIO ELECTRÓNICO

Liverpool ([www.liverpool.com.mx](http://www.liverpool.com.mx))

Todito ([www.todito.com](http://www.todito.com))

Fabricas de Francia ([www.fabricasdefrancia.com.mx](http://www.fabricasdefrancia.com.mx))

Terra ([www.terra.com.mx](http://www.terra.com.mx))

HP ([www.hp.com.mx](http://www.hp.com.mx))

Es Puebla ([www.espuebla.com](http://www.espuebla.com))

Es mas ([www.esmas.com](http://www.esmas.com))

Telmex ([www.telmex.com](http://www.telmex.com))

Plaza Network ([www.plazanetwork.com](http://www.plazanetwork.com))

## Liverpool

Análisis Heurístico

Puntuación: 87 puntos

Calificación: Bien

### Puntos adicionales:

Negativos

- Las secciones no definen sus subsecciones.

-- No permite hacer ninguna transacción a las personas que no son tarjetahabientes.

- La búsqueda esta muy abajo de la página dando como resultado que no se vea fácilmente.

Positivos

+ Animación agradable

### Formato de la página

1. Estilo de página que se emplea para el comercio electrónico..... E

### Información en cada página

2. Información o imágenes en la página principal..... E

3. Secciones generales relacionadas con la temática del sitio web..... B

4. Presentación del contenido de cada sección general..... B

### Navegación (producto-compra)

5. Número de clicks para a la decisión de realizar la compra..... E

6. Información de los productos para llegar a la decisión de realizar la compra ..... E

7. Mapa de sitio o sección de búsqueda..... B

### Información del producto

8. Presentación de los productos en la misma página..... E

### Descripción del producto

9. Descripción del producto y sus características..... E

10. Presentación del reporte de la compra(s) hecha(s) hasta este punto..... E

### Reporte de la compra

11. Características de las propiedades de la compra que ha realizado..... E

12. Opción de continuar comprando..... E

13. Opción de finalizar la compra..... E

14. Presentación en un lugar visible de la página el número de productos elegidos ..... P

### Envío

15. Opción para elegir el status de tu envío..... P

16. Devoluciones..... E

### Garantía de seguridad

17. Presentación de logotipo o de un certificado de seguridad..... P

18. Cláusulas de aceptación de las condiciones de la compra..... E

19. Información de la empresa..... E

20. Formatos para impresión de la compra..... P

### Bases de datos

21. Utilización de base de datos para la información del usuario..... E

### Proceso de llenado de la información del usuario

22. Extensión de formatos..... P

### Compra

23. Presentación de logotipos o conocimiento de los bancos o tarjetas disponibles..... P

24. Elección de otras opciones de pago..... P

### Títulos de la ventana

25. Títulos de las páginas que se encuentra el usuario..... B

### Pesos/descarga de la página

26. Tiempo de descarga..... P

### Estilos

27. Utilización de íconos familiares..... P



Figura 1. Pantallas de la sección de comercio electrónico del sitio de Liverpool (www.liverpool.com.mx)

## Todito

Análisis Heurístico  
Puntuación: 90 puntos  
Calificación: Bien

### Puntos adicionales:

#### Negativos

-- Imágenes muy grandes y pesadas visualmente en la página principal.  
- Secciones confusas.  
- Demasiada información.

#### Positivas

+ Opción de buscas código postal.  
+ Opción de ver status de envío.

### Formato de la página

1. Estilo de página que se emplea para el comercio electrónico..... **B**

### Información en cada página

2. Información o imágenes en la página principal..... **B**

3. Secciones generales relacionadas con la temática del sitio web..... **E**

4. Presentación del contenido de cada sección general..... **E**

### Navegación (producto-compra)

5. Número de clicks para a la decisión de realizar la compra..... **B**

6. Información de los productos para llegar a la decisión de realizar la compra ..... **E**

7. Mapa de sitio o sección de búsqueda..... **E**

### Información del producto

8. Presentación de los productos en la misma página..... **E**

### Descripción del producto

9. Descripción del producto y sus características..... **E**

10. Presentación del reporte de la compra(s) hecha(s) hasta este punto..... **E**

### Reporte de la compra

11. Características de las propiedades de la compra que ha realizado..... **E**

12. Opción de continuar comprando..... **B**

13. Opción de finalizar la compra..... **B**

14. Presentación en un lugar visible de la página el número de productos elegidos ..... **P**

### Envío

15. Opción para elegir el status de tu envío..... **E**

16. Devoluciones..... **B**

### Garantía de seguridad

17. Presentación de logotipo o de un certificado de seguridad..... **E**

18. Cláusulas de aceptación de las condiciones de la compra..... **B**

19. Información de la empresa..... **E**

20. Formatos para impresión de la compra..... **P**

### Bases de datos

21. Utilización de base de datos para la información del usuario..... **E**

### Proceso de llenado de la información del usuario

22. Extensión de formatos..... **P**

### Compra

23. Presentación de logotipos o conocimiento de los bancos o tarjetas disponibles..... **E**

24. Elección de otras opciones de pago..... **E**

### Títulos de la ventana

25. Títulos de las páginas que se encuentra el usuario..... **P**

### Pesos/descarga de la página

26. Tiempo de descarga..... **P**

### Estilos

27. Utilización de íconos familiares..... **P**



Figura 2. Pantallas de la sección de comercio electrónico del sitio de Todito (www.todito.com)

## Fabricas de Francia

Análisis Heurístico

Puntuación: 86 puntos

Calificación: Bien

### Puntos adicionales:

Negativos

- Cuando en la página baja el scroll el menú no queda visible

- - Problema con tarjeta habientes.

### Formato de la página

1. Estilo de página que se emplea para el comercio electrónico..... **E**

### Información en cada página

2. Información o imágenes en la página principal..... **B**

3. Secciones generales relacionadas con la temática del sitio web..... **E**

4. Presentación del contenido de cada sección general..... **P**

### Navegación (producto-compra)

5. Número de clicks para a la decisión de realizar la compra..... **P**

6. Información de los productos para llegar a la decisión de realizar la compra ..... **E**

7. Mapa de sitio o sección de búsqueda..... **B**

### Información del producto

8. Presentación de los productos en la misma página..... **P**

### Descripción del producto

9. Descripción del producto y sus características..... **E**

10. Presentación del reporte de la compra(s) hecha(s) hasta este punto..... **E**

### Reporte de la compra

11. Características de las propiedades de la compra que ha realizado..... **E**

12. Opción de continuar comprando..... **E**

13. Opción de finalizar la compra..... **E**

14. Presentación en un lugar visible de la página el número de productos elegidos ..... **P**

### Envío

15. Opción para elegir el status de tu envío.....

16. Devoluciones..... **P**

**E**

### Garantía de seguridad

17. Presentación de logotipo o de un certificado de seguridad.....

18. Cláusulas de aceptación de las condiciones de la compra..... **B**

19. Información de la empresa..... **E**

20. Formatos para impresión de la compra..... **B**

**P**

### Bases de datos

21. Utilización de base de datos para la información del usuario.....

**E**

### Proceso de llenado de la información del usuario

22. Extensión de formatos.....

**P**

### Compra

23. Presentación de logotipos o conocimiento de los bancos o tarjetas disponibles.....

24. Elección de otras opciones de pago..... **B**

**B**

### Títulos de la ventana

25. Títulos de las páginas que se encuentra el usuario.....

**B**

### Pesos/descarga de la página

26. Tiempo de descarga.....

**B**

### Estilos

27. Utilización de iconos familiares.....

**B**

**P**



Figura 3. Pantallas de la sección de comercio electrónico del sitio de Fabricas de Francia (www.fabricasdefrancia.com.mx)

# Terra

Análisis Heurístico

Puntuación: 57 puntos

Calificación: Regular

## Puntos adicionales:

Negativos

- Es un poco complicado encontrar la sección de compras por Internet.

- Cuando entras a una subsección no aparecen productos con la misma temática que se está buscando sino son otros distintos. Es necesario dar otro clic.

- No cargan algunas imágenes.

- Todos los productos te llevan a otra página para efectuar la transacción.

<b>Formato de la página</b>	
1. Estilo de página que se emplea para el comercio electrónico.....	<b>B</b>
<b>Información en cada página</b>	
2. Información o imágenes en la página principal.....	<b>E</b>
3. Secciones generales relacionadas con la temática del sitio web.....	<b>B</b>
4. Presentación del contenido de cada sección general.....	<b>B</b>
<b>Navegación (producto-compra)</b>	
5. Número de clicks para a la decisión de realizar la compra.....	<b>E</b>
6. Información de los productos para llegar a la decisión de realizar la compra .....	<b>E</b>
7. Mapa de sitio o sección de búsqueda.....	<b>E</b>
<b>Información del producto</b>	
8. Presentación de los productos en la misma página.....	<b>E</b>
<b>Descripción del producto</b>	
9. Descripción del producto y sus características.....	<b>E</b>
10. Presentación del reporte de la compra(s) hecha(s) hasta este punto.....	<b>P</b>
<b>Reporte de la compra</b>	
11. Características de las propiedades de la compra que ha realizado.....	<b>P</b>
12. Opción de continuar comprando.....	<b>P</b>
13. Opción de finalizar la compra.....	<b>P</b>
14. Presentación en un lugar visible de la página el número de productos elegidos .....	<b>P</b>
<b>Envío</b>	
15. Opción para elegir el status de tu envío.....	
16. Devoluciones.....	<b>P</b>
<b>Garantía de seguridad</b>	<b>P</b>
17. Presentación de logotipo o de un certificado de seguridad.....	
18. Cláusulas de aceptación de las condiciones de la compra.....	<b>P</b>
19. Información de la empresa.....	<b>P</b>
20. Formatos para impresión de la compra.....	<b>P</b>
<b>Bases de datos</b>	<b>P</b>
21. Utilización de base de datos para la información del usuario.....	
<b>Proceso de llenado de la información del usuario</b>	<b>P</b>
22. Extensión de formatos.....	
<b>Compra</b>	<b>P</b>
23. Presentación de logotipos o conocimiento de los bancos o tarjetas disponibles.....	
24. Elección de otras opciones de pago.....	<b>P</b>
<b>Títulos de la ventana</b>	<b>P</b>
25. Títulos de las páginas que se encuentra el usuario.....	
<b>Pesos/descarga de la página</b>	<b>B</b>
26. Tiempo de descarga.....	
<b>Estilos</b>	<b>P</b>
27. Utilización de íconos familiares.....	
	<b>B</b>



**Figura 4.** Pantallas de la sección de comercio electrónico del sitio de Terra ([www.terra.com.mx](http://www.terra.com.mx))

## HP

Análisis Heurístico  
Puntuación: 104 puntos  
Calificación: Muy Bien

### Puntos adicionales:

Negativos  
- Un poco de confusión para encontrar ventas en línea.

<b>Formato de la página</b>	
1. Estilo de página que se emplea para el comercio electrónico.....	<b>B</b>
<b>Información en cada página</b>	
2. Información o imágenes en la página principal.....	<b>P</b>
3. Secciones generales relacionadas con la temática del sitio web.....	<b>E</b>
4. Presentación del contenido de cada sección general.....	<b>E</b>
<b>Navegación (producto-compra)</b>	
5. Número de clicks para a la decisión de realizar la compra.....	<b>E</b>
6. Información de los productos para llegar a la decisión de realizar la compra .....	<b>E</b>
7. Mapa de sitio o sección de búsqueda.....	<b>E</b>
<b>Información del producto</b>	
8. Presentación de los productos en la misma página.....	<b>E</b>
<b>Descripción del producto</b>	
9. Descripción del producto y sus características.....	<b>E</b>
10. Presentación del reporte de la compra(s) hecha(s) hasta este punto.....	<b>E</b>
<b>Reporte de la compra</b>	
11. Características de las propiedades de la compra que ha realizado.....	<b>E</b>
12. Opción de continuar comprando.....	<b>E</b>
13. Opción de finalizar la compra.....	<b>E</b>
14. Presentación en un lugar visible de la página el número de productos elegidos .....	<b>E</b>
<b>Envío</b>	
15. Opción para elegir el status de tu envío.....	<b>P</b>
16. Devoluciones.....	<b>P</b>
<b>Garantía de seguridad</b>	
17. Presentación de logotipo o de un certificado de seguridad.....	<b>E</b>
18. Cláusulas de aceptación de las condiciones de la compra.....	<b>E</b>
19. Información de la empresa.....	<b>B</b>
20. Formatos para impresión de la compra.....	<b>P</b>
<b>Bases de datos</b>	
21. Utilización de base de datos para la información del usuario.....	<b>E</b>
<b>Proceso de llenado de la información del usuario</b>	
22. Extensión de formatos.....	<b>B</b>
<b>Compra</b>	
23. Presentación de logotipos o conocimiento de los bancos o tarjetas disponibles.....	<b>B</b>
24. Elección de otras opciones de pago.....	<b>E</b>
<b>Títulos de la ventana</b>	
25. Títulos de las páginas que se encuentra el usuario.....	<b>B</b>
<b>Pesos/descarga de la página</b>	
26. Tiempo de descarga.....	<b>E</b>
<b>Estilos</b>	
27. Utilización de íconos familiares.....	<b>P</b>

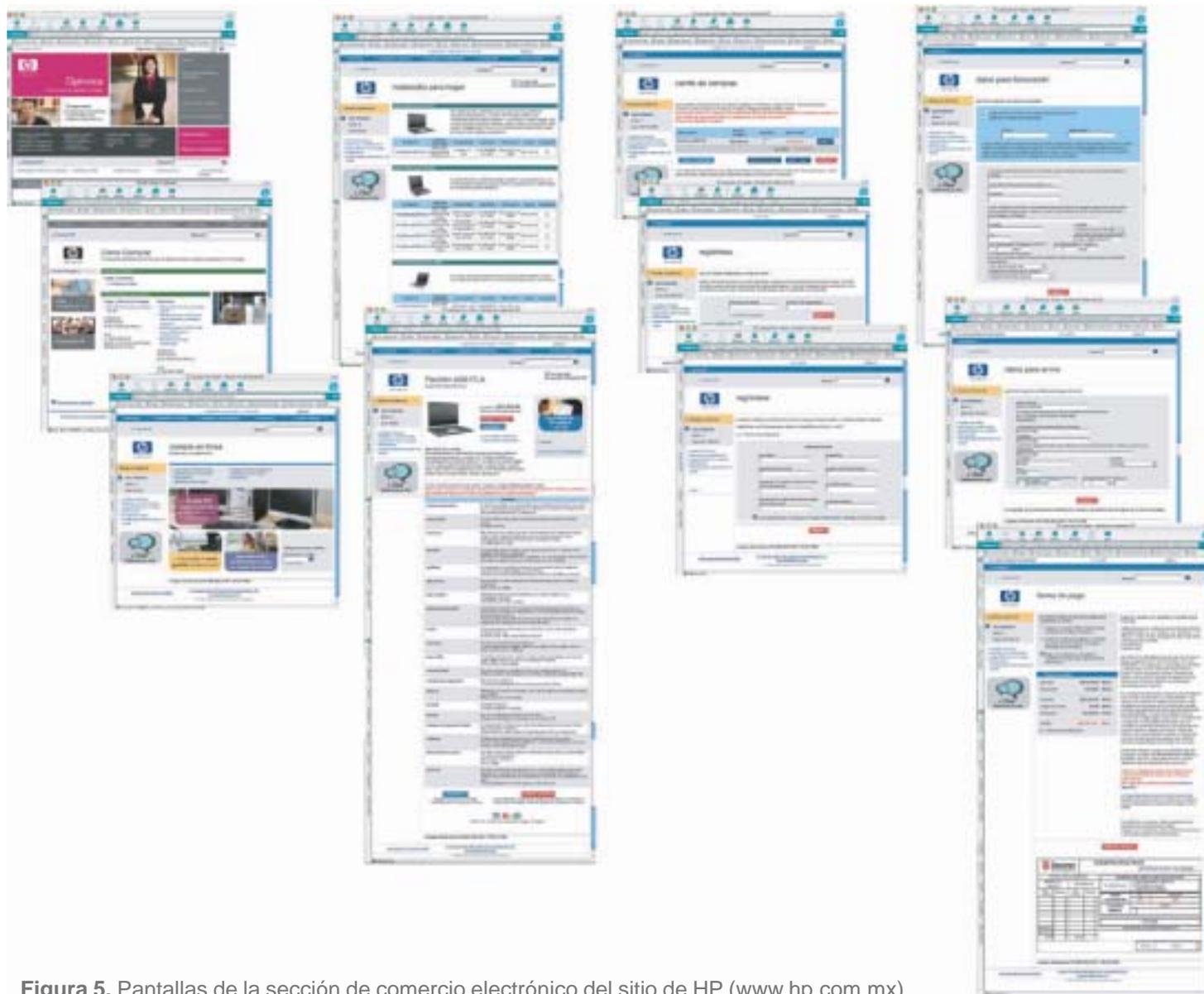


Figura 5. Pantallas de la sección de comercio electrónico del sitio de HP ([www.hp.com.mx](http://www.hp.com.mx))

## Es Puebla

Análisis Heurístico

Puntuación: 85 puntos

Calificación: Bien

### Puntos adicionales:

Negativos

- Falta diseño en la página

-Las subsecciones son muy difíciles de ver.

### Formato de la página

1. Estilo de página que se emplea para el comercio electrónico..... **B**

### Información en cada página

2. Información o imágenes en la página principal..... **B**

3. Secciones generales relacionadas con la temática del sitio web..... **E**

4. Presentación del contenido de cada sección general..... **B**

### Navegación (producto-compra)

5. Número de clicks para a la decisión de realizar la compra..... **E**

6. Información de los productos para llegar a la decisión de realizar la compra ..... **E**

7. Mapa de sitio o sección de búsqueda..... **E**

### Información del producto

8. Presentación de los productos en la misma página..... **E**

### Descripción del producto

9. Descripción del producto y sus características..... **E**

10. Presentación del reporte de la compra(s) hecha(s) hasta este punto..... **E**

### Reporte de la compra

11. Características de las propiedades de la compra que ha realizado..... **E**

12. Opción de continuar comprando..... **B**

13. Opción de finalizar la compra..... **E**

14. Presentación en un lugar visible de la página el número de productos elegidos ..... **P**

### Envío

15. Opción para elegir el status de tu envío..... **P**

16. Devoluciones..... **P**

### Garantía de seguridad

17. Presentación de logotipo o de un certificado de seguridad..... **P**

18. Cláusulas de aceptación de las condiciones de la compra..... **P**

19. Información de la empresa..... **B**

20. Formatos para impresión de la compra..... **E**

### Bases de datos

21. Utilización de base de datos para la información del usuario..... **P**

### Proceso de llenado de la información del usuario

22. Extensión de formatos..... **E**

### Compra

23. Presentación de logotipos o conocimiento de los bancos o tarjetas disponibles..... **P**

24. Elección de otras opciones de pago..... **E**

### Títulos de la ventana

25. Títulos de las páginas que se encuentra el usuario..... **B**

### Pesos/descarga de la página

26. Tiempo de descarga..... **P**

### Estilos

27. Utilización de íconos familiares..... **P**



Figura 6. Pantallas de la sección de comercio electrónico del sitio de Es Puebla (www.espuebla.com)

## Es Mas

Análisis Heurístico

Puntuación: 119 puntos

Calificación: Excelente

### Puntos adicionales:

Positivos

+ Al poner el código postal automáticamente escribe el lugar..

+ Rastreo del producto.

+ Presenta un top ten y una lista de favoritos .

### Formato de la página

1. Estilo de página que se emplea para el comercio electrónico..... **E**

### Información en cada página

2. Información o imágenes en la página principal..... **E**

3. Secciones generales relacionadas con la temática del sitio web..... **E**

4. Presentación del contenido de cada sección general..... **E**

### Navegación (producto-compra)

5. Número de clicks para a la decisión de realizar la compra..... **E**

6. Información de los productos para llegar a la decisión de realizar la compra ..... **E**

7. Mapa de sitio o sección de búsqueda..... **E**

### Información del producto

8. Presentación de los productos en la misma página..... **E**

### Descripción del producto

9. Descripción del producto y sus características..... **E**

10. Presentación del reporte de la compra(s) hecha(s) hasta este punto..... **E**

### Reporte de la compra

11. Características de las propiedades de la compra que ha realizado..... **E**

12. Opción de continuar comprando..... **E**

13. Opción de finalizar la compra..... **E**

14. Presentación en un lugar visible de la página el número de productos elegidos ..... **P**

### Envío

15. Opción para elegir el status de tu envío..... **B**

16. Devoluciones..... **P**

### Garantía de seguridad

17. Presentación de logotipo o de un certificado de seguridad..... **E**

18. Cláusulas de aceptación de las condiciones de la compra..... **E**

19. Información de la empresa..... **E**

20. Formatos para impresión de la compra..... **P**

### Bases de datos

21. Utilización de base de datos para la información del usuario..... **E**

### Proceso de llenado de la información del usuario

22. Extensión de formatos..... **E**

### Compra

23. Presentación de logotipos o conocimiento de los bancos o tarjetas disponibles..... **E**

24. Elección de otras opciones de pago..... **E**

### Títulos de la ventana

25. Títulos de las páginas que se encuentra el usuario..... **E**

### Pesos/descarga de la página

26. Tiempo de descarga..... **P**

### Estilos

27. Utilización de íconos familiares..... **E**



Figura 7. Pantallas de la sección de comercio electrónico del sitio de Es mas (www.esmas.com.mx)

## Telmex

Análisis Heurístico  
Puntuación: 87 puntos  
Calificación: Bien

### Puntos adicionales:

#### Negativos

- Rollover para información del producto.
- Debido a la programación con la que cuenta tiene muchos problemas para navegar.
- Tarda en cargar y no hay aviso de que este cargando la página con lo que da la impresión de que no funciona.
- - Cuando escoges la opción de seguir comprando se tiene que seleccionar otro producto para ver el carrito. Los botones de revisar compra y finalizar compra quedan inhabilitados.
- No tiene muchas opciones de regresar.

#### Positivos

- + Opción de rastreo

### Formato de la página

1. Estilo de página que se emplea para el comercio electrónico..... **E**

### Información en cada página

2. Información o imágenes en la página principal..... **E**
3. Secciones generales relacionadas con la temática del sitio web..... **E**
4. Presentación del contenido de cada sección general..... **E**

### Navegación (producto-compra)

5. Número de clicks para a la decisión de realizar la compra..... **E**
6. Información de los productos para llegar a la decisión de realizar la compra ..... **E**
7. Mapa de sitio o sección de búsqueda..... **E**

### Información del producto

8. Presentación de los productos en la misma página..... **P**

### Descripción del producto

9. Descripción del producto y sus características..... **E**
10. Presentación del reporte de la compra(s) hecha(s) hasta este punto..... **E**

### Reporte de la compra

11. Características de las propiedades de la compra que ha realizado..... **E**
12. Opción de continuar comprando..... **E**
13. Opción de finalizar la compra..... **E**
14. Presentación en un lugar visible de la página el número de productos elegidos ..... **P**

### Envío

15. Opción para elegir el status de tu envío..... **P**
16. Devoluciones..... **P**

### Garantía de seguridad

17. Presentación de logotipo o de un certificado de seguridad..... **E**
18. Cláusulas de aceptación de las condiciones de la compra..... **E**
19. Información de la empresa..... **E**
20. Formatos para impresión de la compra..... **P**

### Bases de datos

21. Utilización de base de datos para la información del usuario..... **P**

### Proceso de llenado de la información del usuario

22. Extensión de formatos..... **P**

### Compra

23. Presentación de logotipos o conocimiento de los bancos o tarjetas disponibles..... **P**
24. Elección de otras opciones de pago..... **E**

### Títulos de la ventana

25. Títulos de las páginas que se encuentra el usuario..... **B**

### Pesos/descarga de la página

26. Tiempo de descarga..... **P**

### Estilos

27. Utilización de íconos familiares..... **P**

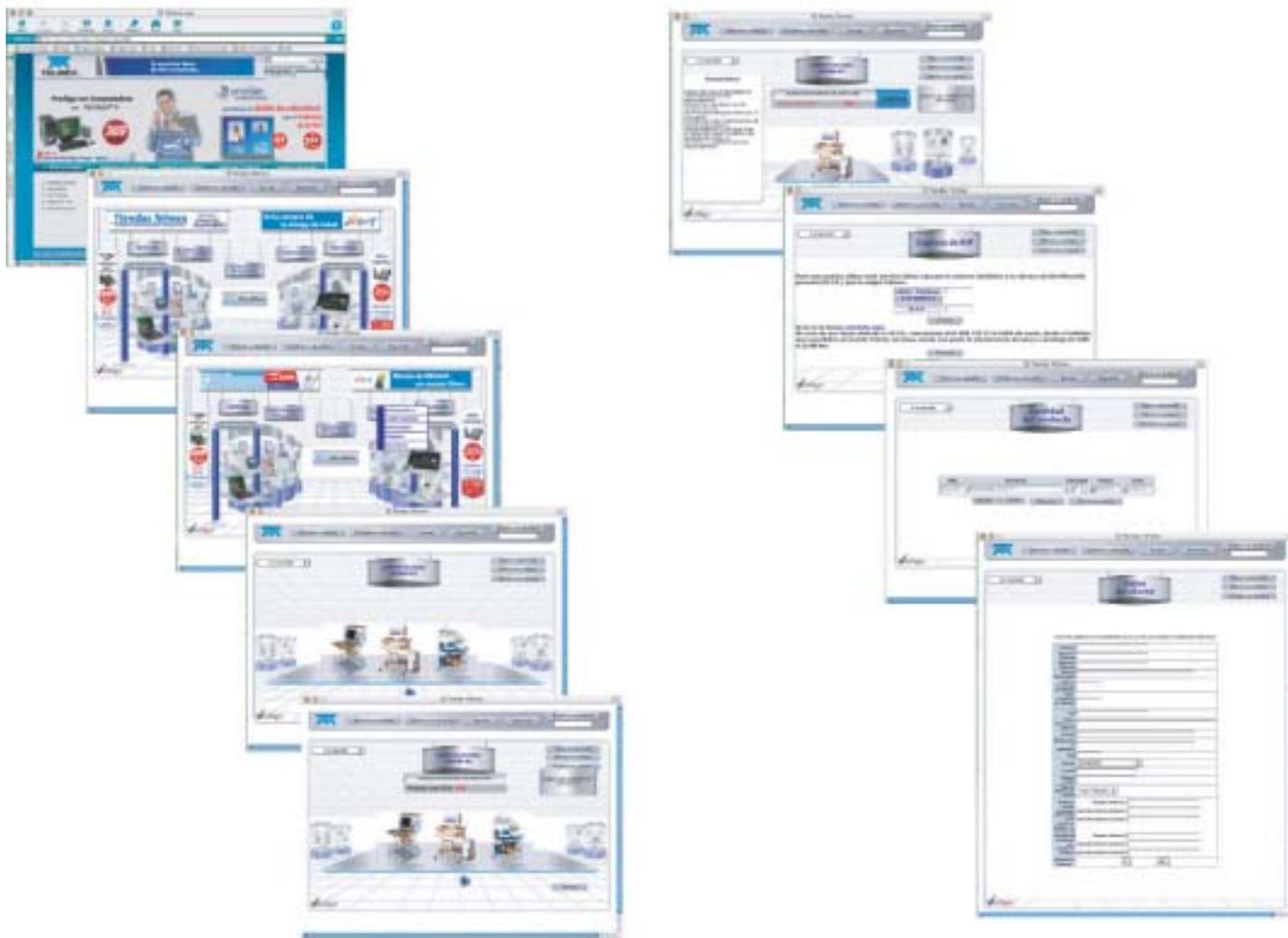


Figura 8. Pantallas de la sección de comercio electrónico del sitio de Telmex (www.telmex.com)

## Plaza Network

Análisis Heurístico  
Puntuación: 73 puntos  
Calificación: Bien

### Puntos adicionales:

Negativos  
- El reporte de la compra es confuso  
-- Los productos sólo aparecen en la sección de servicios de Internet. La sección de compras por red no presenta ningún producto.

<b>Formato de la página</b>	
1. Estilo de página que se emplea para el comercio electrónico.....	<b>B</b>
<b>Información en cada página</b>	
2. Información o imágenes en la página principal.....	<b>E</b>
3. Secciones generales relacionadas con la temática del sitio web.....	<b>B</b>
4. Presentación del contenido de cada sección general.....	<b>B</b>
<b>Navegación (producto-compra)</b>	
5. Número de clicks para a la decisión de realizar la compra.....	<b>E</b>
6. Información de los productos para llegar a la decisión de realizar la compra .....	<b>E</b>
7. Mapa de sitio o sección de búsqueda.....	<b>B</b>
<b>Información del producto</b>	
8. Presentación de los productos en la misma página.....	<b>B</b>
<b>Descripción del producto</b>	
9. Descripción del producto y sus características.....	<b>E</b>
10. Presentación del reporte de la compra(s) hecha(s) hasta este punto.....	<b>E</b>
<b>Reporte de la compra</b>	
11. Características de las propiedades de la compra que ha realizado.....	<b>B</b>
12. Opción de continuar comprando.....	<b>B</b>
13. Opción de finalizar la compra.....	<b>B</b>
14. Presentación en un lugar visible de la página el número de productos elegidos .....	<b>P</b>
<b>Envío</b>	
15. Opción para elegir el status de tu envío.....	<b>P</b>
16. Devoluciones.....	<b>P</b>
<b>Garantía de seguridad</b>	
17. Presentación de logotipo o de un certificado de seguridad.....	<b>P</b>
18. Cláusulas de aceptación de las condiciones de la compra.....	<b>P</b>
19. Información de la empresa.....	<b>P</b>
20. Formatos para impresión de la compra.....	<b>P</b>
<b>Bases de datos</b>	
21. Utilización de base de datos para la información del usuario.....	<b>E</b>
<b>Proceso de llenado de la información del usuario</b>	
22. Extensión de formatos.....	<b>B</b>
<b>Compra</b>	
23. Presentación de logotipos o conocimiento de los bancos o tarjetas disponibles.....	<b>E</b>
24. Elección de otras opciones de pago.....	<b>E</b>
<b>Títulos de la ventana</b>	
25. Títulos de las páginas que se encuentra el usuario.....	<b>B</b>
<b>Pesos/descarga de la página</b>	
26. Tiempo de descarga.....	<b>B</b>
<b>Estilos</b>	
27. Utilización de íconos familiares.....	<b>P</b>



Figura 9. Pantallas de la sección de comercio electrónico del sitio de Plaza Network (www.plazanetwork.com)

## TABLA DE INFORMACIÓN

Pobre Bien Excelente

Liverpool:	53 puntos
Todito:	55 puntos
Fabricas de Francia:	51 puntos
Terra:	33 puntos
HP:	55 puntos
Es Puebla:	38 puntos
Es mas:	65 puntos
Telmex:	49 puntos
Plaza Network:	29 puntos

	Liverpool	Todito	Fabricas	Terra	HP	Es Puebla	Es mas	Telmex	Plaza N.
Estilo de la página	E	B	E	B	B	B	E	E	B
Información principal	E	B	B	E	P	B	E	E	P
Presentación de los productos	E	E	P	E	E	E	E	P	B
Descripción del producto	E	E	E	E	E	E	E	E	E
Presentación del reporte de la compra	E	E	E	P	E	E	E	E	E
Características de la compra	E	E	E	P	E	E	E	E	B
Presentación en lugar visible de características de productos	P	P	P	P	E	P	P	P	P
Elección de status de envío	P	E	P	P	P	P	B	P	P
Devoluciones	E	B	E	P	P	P	P	P	P
Logotipo o certificado de seguridad	P	E	B	P	E	P	E	E	P
Cláusulas de condiciones de la compra	E	B	E	P	E	P	E	E	P
Información de la empresa	E	E	E	P	B	B	E	E	P
Conocimiento de bancos o tarjetas	P	E	B	P	B	P	E	P	P
Títulos de las páginas	B	P	B	B	B	B	E	B	P
Utilización de íconos familiares	P	P	P	B	E	P	E	P	P

## TABLA DE NAVEGACIÓN

■ Pobre
 ■ Bien
 ■ Excelente

Liverpool:	30 puntos
Todito:	30 puntos
Fabricas de Francia:	26 puntos
Terra:	24 puntos
HP:	38 puntos
Es Puebla:	36 puntos
Es mas:	40 puntos
Telmex:	36 puntos
Plaza Network:	22 puntos

	Liverpool	Todito	Fabricas	Terra	HP	Es Puebla	Es mas	Telmex	Plaza N.
Secciones generales	B	E	E	B	E	E	E	E	B
Contenido de cada sección general	B	E	P	B	E	B	E	E	B
Clicks para decisión de compra	E	B	P	E	E	E	E	E	E
Información de los productos	E	E	E	E	E	E	E	E	E
Mapa de sitio o sección de búsqueda	B	E	B	E	E	E	E	E	B
Opción de continuar comprando	E	B	E	P	E	B	E	E	P
Opción de finalizar la compra	E	B	E	P	E	E	E	E	P
Extensión de formatos	P	P	P	P	B	E	E	P	P

## TABLA DE SERVICIOS

Liverpool:	12 puntos
Todito:	12 puntos
Fabricas de Francia:	14 puntos
Terra:	4 puntos
HP:	16 puntos
Es Puebla:	12 puntos
Es mas:	12 puntos
Telmex:	8 puntos
Plaza Network:	12 puntos

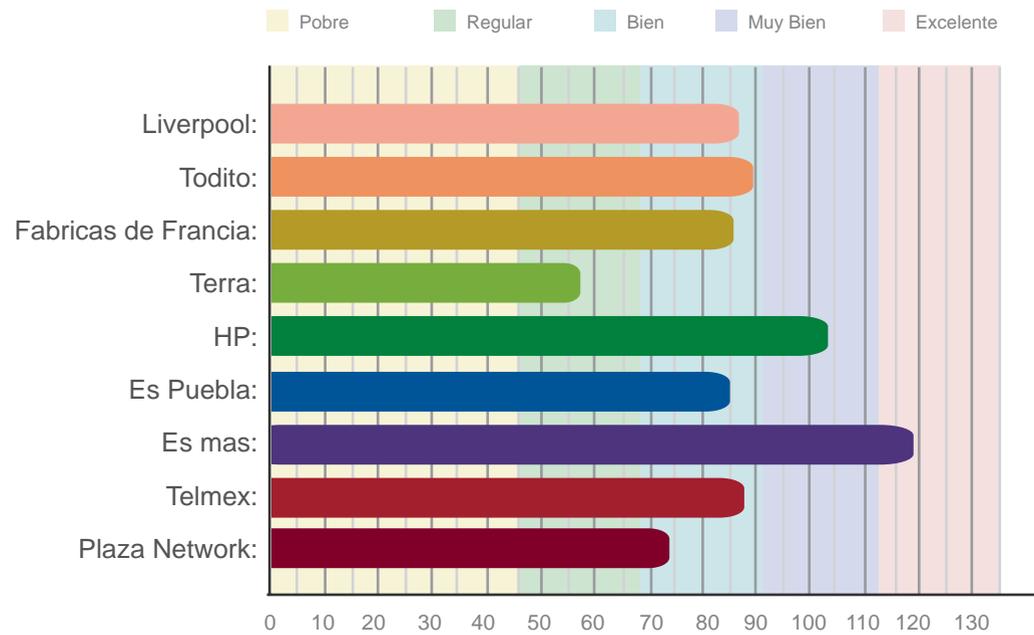
	Liverpool	Todito	Fabricas	Terra	HP	Es Puebla	Es mas	Telmex	Plaza N.
Formatos para impresión	P	P	P	P	P	E	P	P	P
Base de datos	E	E	E	P	E	P	E	P	E
Opciones de pago	E	E	B	P	E	E	E	E	E
Tiempo de descarga	P	P	E	P	E	P	P	P	P

## TABLA DE MULTIMEDIA

	Liverpool	Todito	Fabricas	Terra	HP	Es Puebla	Es mas	Telmex	Plaza N.
uso de animación	E	E	NO	NO	NO	NO	B	P	NO
uso de imágenes	B	B	E	E	E	P	B	P	B
uso de sonido	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO

## TABLA COMPARATIVA

PUNTUACIÓN



## PÁGINAS MEXICANAS DEDICADAS COMPLETAMENTE AL COMERCIO ELECTRÓNICO

De Compras ([www.decompras.com](http://www.decompras.com))

De Remate ([www.deremate.com](http://www.deremate.com))

El Palacio de Hierro ([www.elpalaciodehierro.com.mx](http://www.elpalaciodehierro.com.mx))

E-shope ([www.tecnafin.com.mx/eshope/](http://www.tecnafin.com.mx/eshope/))

Mercado Libre ([www.mercadolibre.com](http://www.mercadolibre.com))

Mexcompany ([www.mexcompany.net](http://www.mexcompany.net))

Mixup ([www.mixup.com.mx](http://www.mixup.com.mx))

Office Depot ([www.officedepot.com.mx](http://www.officedepot.com.mx))

Oxxo Net ([www.oxxonet.com](http://www.oxxonet.com))

Pc en Línea ([www.pcenlinea.com](http://www.pcenlinea.com))

Sanborns ([www.sanborns.com.mx](http://www.sanborns.com.mx))

Ticket Master ([www.ticketmaster.com.mx](http://www.ticketmaster.com.mx))

Ticket Bus ([www.ticketbus.com.mx](http://www.ticketbus.com.mx))

Yahoo Subastas ([www.auctios.yahoo.com](http://www.auctios.yahoo.com))

## De Compras

Análisis Heurístico  
Puntuación: 107 puntos  
Calificación: Muy Bien

### Puntos adicionales:

Positivos

+ Buen diseño

+ Sección de status de compra.

+ Menciona la resolución óptima de la página

+ Ofrece cuenta de correo electrónico

+ Todo el tiempo ofrece la opción de modificar los datos del usuario.

### Formato de la página

1. Estilo de página que se emplea para el comercio electrónico..... E

### Información en cada página

2. Información o imágenes en la página principal..... E

3. Secciones generales relacionadas con la temática del sitio web..... B

4. Presentación del contenido de cada sección general..... E

### Navegación (producto-compra)

5. Número de clicks para a la decisión de realizar la compra..... E

6. Información de los productos para llegar a la decisión de realizar la compra ..... E

7. Mapa de sitio o sección de búsqueda..... E

### Información del producto

8. Presentación de los productos en la misma página..... E

### Descripción del producto

9. Descripción del producto y sus características..... E

10. Presentación del reporte de la compra(s) hecha(s) hasta este punto..... E

### Reporte de la compra

11. Características de las propiedades de la compra que ha realizado..... E

12. Opción de continuar comprando..... E

13. Opción de finalizar la compra..... E

14. Presentación en un lugar visible de la página el número de productos elegidos ..... P

### Envío

15. Opción para elegir el status de tu envío..... P

16. Devoluciones..... P

### Garantía de seguridad

17. Presentación de logotipo o de un certificado de seguridad..... P

18. Cláusulas de aceptación de las condiciones de la compra..... E

19. Información de la empresa..... B

20. Formatos para impresión de la compra..... P

### Bases de datos

21. Utilización de base de datos para la información del usuario..... E

### Proceso de llenado de la información del usuario

22. Extensión de formatos..... B

### Compra

23. Presentación de logotipos o conocimiento de los bancos o tarjetas disponibles..... B

24. Elección de otras opciones de pago..... E

### Títulos de la ventana

25. Títulos de las páginas que se encuentra el usuario..... E

### Pesos/descarga de la página

26. Tiempo de descarga..... P

### Estilos

27. Utilización de íconos familiares..... E



**Figura 10.** Pantallas de la sección de comercio electrónico del sitio de De Compras ([www.decompras.com](http://www.decompras.com))

## De Remate

Análisis Heurístico

Puntuación: 100 puntos

Calificación: Muy Bien

### Puntos adicionales:

Negativos

- La sección de llenado es demasiado largo.

Positivas

+ Muestra una página inicial con varios países para escoger en el que te encuentras.

### Formato de la página

1. Estilo de página que se emplea para el comercio electrónico..... **E**

### Información en cada página

2. Información o imágenes en la página principal..... **E**

3. Secciones generales relacionadas con la temática del sitio web..... **P**

4. Presentación del contenido de cada sección general..... **E**

### Navegación (producto-compra)

5. Número de clicks para a la decisión de realizar la compra..... **E**

6. Información de los productos para llegar a la decisión de realizar la compra ..... **E**

7. Mapa de sitio o sección de búsqueda..... **E**

### Información del producto

8. Presentación de los productos en la misma página..... **E**

### Descripción del producto

9. Descripción del producto y sus características..... **E**

10. Presentación del reporte de la compra(s) hecha(s) hasta este punto..... **E**

### Reporte de la compra

11. Características de las propiedades de la compra que ha realizado..... **B**

12. Opción de continuar comprando..... **P**

13. Opción de finalizar la compra..... **E**

14. Presentación en un lugar visible de la página el número de productos elegidos ..... **P**

### Envío

15. Opción para elegir el status de tu envío..... **P**

16. Devoluciones..... **E**

### Garantía de seguridad

17. Presentación de logotipo o de un certificado de seguridad..... **E**

18. Cláusulas de aceptación de las condiciones de la compra..... **E**

19. Información de la empresa..... **B**

20. Formatos para impresión de la compra..... **P**

### Bases de datos

21. Utilización de base de datos para la información del usuario..... **E**

### Proceso de llenado de la información del usuario

22. Extensión de formatos..... **B**

### Compra

23. Presentación de logotipos o conocimiento de los bancos o tarjetas disponibles..... **B**

24. Elección de otras opciones de pago..... **E**

### Títulos de la ventana

25. Títulos de las páginas que se encuentra el usuario..... **E**

### Pesos/descarga de la página

26. Tiempo de descarga..... **P**

### Estilos

27. Utilización de íconos familiares..... **B**



Figura 11. Pantallas de la sección de comercio electrónico del sitio de De Remate (www.deremate.com)

## El palacio de Hierro

Análisis Heurístico

Puntuación: 106 puntos

Calificación: Muy Bien

### Puntos adicionales:

Negativos

- Sobresaturación de imágenes e información en la página principal.

- Son demasiadas páginas para llegar a la decisión de compra.

- Algunas imágenes no se cargan correctamente.

Positivos

+Animación agradable sin molestar al usuario.

### Formato de la página

1. Estilo de página que se emplea para el comercio electrónico..... B

### Información en cada página

2. Información o imágenes en la página principal..... B

3. Secciones generales relacionadas con la temática del sitio web..... E

4. Presentación del contenido de cada sección general..... E

### Navegación (producto-compra)

5. Número de clicks para a la decisión de realizar la compra..... E

6. Información de los productos para llegar a la decisión de realizar la compra ..... E

7. Mapa de sitio o sección de búsqueda..... E

### Información del producto

8. Presentación de los productos en la misma página..... E

### Descripción del producto

9. Descripción del producto y sus características..... E

10. Presentación del reporte de la compra(s) hecha(s) hasta este punto..... E

### Reporte de la compra

11. Características de las propiedades de la compra que ha realizado..... B

12. Opción de continuar comprando..... E

13. Opción de finalizar la compra..... P

14. Presentación en un lugar visible de la página el número de productos elegidos ..... E

### Envío

15. Opción para elegir el status de tu envío..... E

16. Devoluciones..... E

### Garantía de seguridad

17. Presentación de logotipo o de un certificado de seguridad..... E

18. Cláusulas de aceptación de las condiciones de la compra..... E

19. Información de la empresa..... B

20. Formatos para impresión de la compra..... B

### Bases de datos

21. Utilización de base de datos para la información del usuario..... E

### Proceso de llenado de la información del usuario

22. Extensión de formatos..... E

### Compra

23. Presentación de logotipos o conocimiento de los bancos o tarjetas disponibles..... B

24. Elección de otras opciones de pago..... E

### Títulos de la ventana

25. Títulos de las páginas que se encuentra el usuario..... B

### Pesos/descarga de la página

26. Tiempo de descarga..... E

### Estilos

27. Utilización de íconos familiares..... P



Figura 12. Pantallas de la sección de comercio electrónico del sitio de El Palacio de Hierro ([www.elpalaciodehierro.com.mx](http://www.elpalaciodehierro.com.mx))

## E-shope

Análisis Heurístico

Puntuación: 99 puntos

Calificación: Muy Bien

### Puntos adicionales:

Negativos

- Mucha información y movimiento en la página principal.
- Exceso de animación

Positivos

+ Demo

+ Variada forma de pago (5 tipos de tarjetas de crédito, Información de la tarjeta vía fax, depósito bancario)

### Formato de la página

1. Estilo de página que se emplea para el comercio electrónico..... E

### Información en cada página

2. Información o imágenes en la página principal..... E

3. Secciones generales relacionadas con la temática del sitio web..... E

4. Presentación del contenido de cada sección general..... E

### Navegación (producto-compra)

5. Número de clicks para a la decisión de realizar la compra..... E

6. Información de los productos para llegar a la decisión de realizar la compra ..... B

7. Mapa de sitio o sección de búsqueda..... E

### Información del producto

8. Presentación de los productos en la misma página..... E

### Descripción del producto

9. Descripción del producto y sus características..... E

10. Presentación del reporte de la compra(s) hecha(s) hasta este punto..... E

### Reporte de la compra

11. Características de las propiedades de la compra que ha realizado..... E

12. Opción de continuar comprando..... B

13. Opción de finalizar la compra..... B

14. Presentación en un lugar visible de la página el número de productos elegidos ..... P

### Envío

15. Opción para elegir el status de tu envío..... B

16. Devoluciones..... P

### Garantía de seguridad

17. Presentación de logotipo o de un certificado de seguridad..... P

18. Cláusulas de aceptación de las condiciones de la compra..... P

19. Información de la empresa..... E

20. Formatos para impresión de la compra..... P

### Bases de datos

21. Utilización de base de datos para la información del usuario..... B

### Proceso de llenado de la información del usuario

22. Extensión de formatos..... E

### Compra

23. Presentación de logotipos o conocimiento de los bancos o tarjetas disponibles..... E

24. Elección de otras opciones de pago..... E

### Títulos de la ventana

25. Títulos de las páginas que se encuentra el usuario..... B

### Pesos/descarga de la página

26. Tiempo de descarga..... B

### Estilos

27. Utilización de íconos familiares..... B



Figura 13. Pantallas de la sección de comercio electrónico del sitio de E-shoppe (www.tecnafin.com.mx/eshope/)

## Mercado Libre

Análisis Heurístico

Puntuación: 88 puntos

Calificación: Bien

### Puntos adicionales:

Negativos

- Ofrece los datos del vendedor.

- Pop ups molestos.

Positivos

+ Muestra una página inicial con varios países para escoger en el que te encuentras.

### Formato de la página

1. Estilo de página que se emplea para el comercio electrónico..... E

### Información en cada página

2. Información o imágenes en la página principal..... E

3. Secciones generales relacionadas con la temática del sitio web..... P

4. Presentación del contenido de cada sección general..... E

### Navegación (producto-compra)

5. Número de clicks para a la decisión de realizar la compra..... E

6. Información de los productos para llegar a la decisión de realizar la compra ..... E

7. Mapa de sitio o sección de búsqueda..... E

### Información del producto

8. Presentación de los productos en la misma página..... E

### Descripción del producto

9. Descripción del producto y sus características..... E

10. Presentación del reporte de la compra(s) hecha(s) hasta este punto..... E

### Reporte de la compra

11. Características de las propiedades de la compra que ha realizado..... B

12. Opción de continuar comprando..... P

13. Opción de finalizar la compra..... E

14. Presentación en un lugar visible de la página el número de productos elegidos ..... P

### Envío

15. Opción para elegir el status de tu envío..... P

16. Devoluciones..... B

### Garantía de seguridad

17. Presentación de logotipo o de un certificado de seguridad..... P

18. Cláusulas de aceptación de las condiciones de la compra..... E

19. Información de la empresa..... P

20. Formatos para impresión de la compra..... P

### Bases de datos

21. Utilización de base de datos para la información del usuario..... E

### Proceso de llenado de la información del usuario

22. Extensión de formatos..... E

### Compra

23. Presentación de logotipos o conocimiento de los bancos o tarjetas disponibles..... B

24. Elección de otras opciones de pago..... E

### Títulos de la ventana

25. Títulos de las páginas que se encuentra el usuario..... E

### Pesos/descarga de la página

26. Tiempo de descarga..... E

### Estilos

27. Utilización de iconos familiares..... P

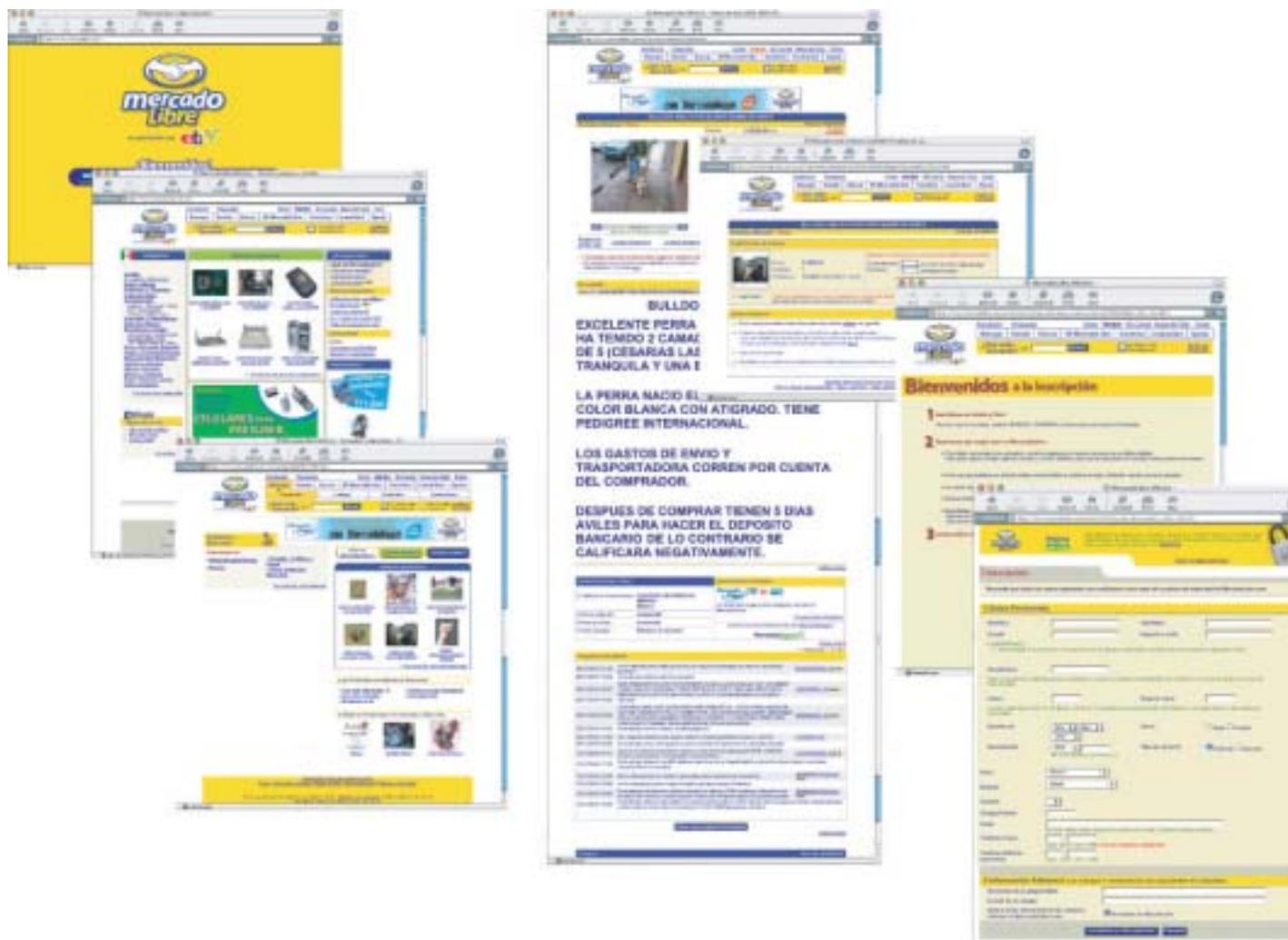


Figura 14. Pantallas de la sección de comercio electrónico del sitio de Mercado Libre (www.mercadolibre.com)

# Mexcompany

Análisis Heurístico

Puntuación: 61 puntos

Calificación: Regular

## Puntos adicionales:

Negativos

- Demasiada información en Home.

- El usuario nunca sabe en que sección se encuentra.

- Complicado el proceso de compra.

Positivo

+ Loading de animación.

<b>Formato de la página</b>	
1. Estilo de página que se emplea para el comercio electrónico.....	B
<b>Información en cada página</b>	
2. Información o imágenes en la página principal.....	B
3. Secciones generales relacionadas con la temática del sitio web.....	B
4. Presentación del contenido de cada sección general.....	P
<b>Navegación (producto-compra)</b>	
5. Número de clicks para a la decisión de realizar la compra.....	E
6. Información de los productos para llegar a la decisión de realizar la compra .....	B
7. Mapa de sitio o sección de búsqueda.....	P
<b>Información del producto</b>	
8. Presentación de los productos en la misma página.....	B
<b>Descripción del producto</b>	
9. Descripción del producto y sus características.....	B
10. Presentación del reporte de la compra(s) hecha(s) hasta este punto.....	B
<b>Reporte de la compra</b>	
11. Características de las propiedades de la compra que ha realizado.....	B
12. Opción de continuar comprando.....	P
13. Opción de finalizar la compra.....	B
14. Presentación en un lugar visible de la página el número de productos elegidos .....	P
<b>Envío</b>	
15. Opción para elegir el status de tu envío.....	E
16. Devoluciones.....	P
<b>Garantía de seguridad</b>	
17. Presentación de logotipo o de un certificado de seguridad.....	B
18. Cláusulas de aceptación de las condiciones de la compra.....	E
19. Información de la empresa.....	B
20. Formatos para impresión de la compra.....	P
<b>Bases de datos</b>	
21. Utilización de base de datos para la información del usuario.....	P
<b>Proceso de llenado de la información del usuario</b>	
22. Extensión de formatos.....	P
<b>Compra</b>	
23. Presentación de logotipos o conocimiento de los bancos o tarjetas disponibles.....	B
24. Elección de otras opciones de pago.....	E
<b>Títulos de la ventana</b>	
25. Títulos de las páginas que se encuentra el usuario.....	B
<b>Pesos/descarga de la página</b>	
26. Tiempo de descarga.....	P
<b>Estilos</b>	
27. Utilización de íconos familiares.....	P



Figura 15. Pantallas de la sección de comercio electrónico del sitio de Mexcompany (www.mexcompany.net)

## Mixup

Análisis Heurístico

Puntuación: 104 puntos

Calificación: Muy Bien

### Puntos adicionales:

#### Negativos

- Falta remarcar diferencia en algunos botones.

- Es exagerado contar con una lista de envío al extranjero como Canadá, Europa, etc y presentarlo en primer término en lugar de la lista de los estados de la República.

-- Si entras a la sección de envío y te regresas, toda la información del envío que se haya ingresado se borra.

#### Positivos

+ Muestra un fragmento de las canciones de cada disco que se encuentran en el TOP TEN.

+ Ayuda a buscar el código postal.

### Formato de la página

1. Estilo de página que se emplea para el comercio electrónico..... E

### Información en cada página

2. Información o imágenes en la página principal..... E

3. Secciones generales relacionadas con la temática del sitio web..... B

4. Presentación del contenido de cada sección general..... E

### Navegación (producto-compra)

5. Número de clicks para a la decisión de realizar la compra..... E

6. Información de los productos para llegar a la decisión de realizar la compra ..... E

7. Mapa de sitio o sección de búsqueda..... E

### Información del producto

8. Presentación de los productos en la misma página..... E

### Descripción del producto

9. Descripción del producto y sus características..... E

10. Presentación del reporte de la compra(s) hecha(s) hasta este punto..... E

### Reporte de la compra

11. Características de las propiedades de la compra que ha realizado..... E

12. Opción de continuar comprando..... E

13. Opción de finalizar la compra..... E

14. Presentación en un lugar visible de la página el número de productos elegidos ..... E

### Envío

15. Opción para elegir el status de tu envío..... P

16. Devoluciones..... E

### Garantía de seguridad

17. Presentación de logotipo o de un certificado de seguridad..... P

18. Cláusulas de aceptación de las condiciones de la compra..... E

19. Información de la empresa..... E

20. Formatos para impresión de la compra..... P

### Bases de datos

21. Utilización de base de datos para la información del usuario..... E

### Proceso de llenado de la información del usuario

22. Extensión de formatos..... P

### Compra

23. Presentación de logotipos o conocimiento de los bancos o tarjetas disponibles..... B

24. Elección de otras opciones de pago..... E

### Títulos de la ventana

25. Títulos de las páginas que se encuentra el usuario..... B

### Pesos/descarga de la página

26. Tiempo de descarga..... E

### Estilos

27. Utilización de íconos familiares..... B



Figura 16. Pantallas de la sección de comercio electrónico del sitio de Mixup ([www.mixup.com.mx](http://www.mixup.com.mx))

## Office Depot

Análisis Heurístico

Puntuación: 104 puntos

Calificación: Muy Bien

### Puntos adicionales:

Negativos

- Confusión entre lista de productos, agregar a carrito de compras y finalizar compra.

- En la presentación de las subsecciones ya no se ven las secciones generales.

- Pop up de publicidad de productos.

Positivos

+ Muestra la opción de finalizar la compra desde cualquier página que estés.

### Formato de la página

1. Estilo de página que se emplea para el comercio electrónico..... E

### Información en cada página

2. Información o imágenes en la página principal..... E

3. Secciones generales relacionadas con la temática del sitio web..... E

4. Presentación del contenido de cada sección general..... E

### Navegación (producto-compra)

5. Número de clicks para a la decisión de realizar la compra..... E

6. Información de los productos para llegar a la decisión de realizar la compra ..... B

7. Mapa de sitio o sección de búsqueda..... E

### Información del producto

8. Presentación de los productos en la misma página..... B

### Descripción del producto

9. Descripción del producto y sus características..... E

10. Presentación del reporte de la compra(s) hecha(s) hasta este punto..... E

### Reporte de la compra

11. Características de las propiedades de la compra que ha realizado..... E

12. Opción de continuar comprando..... B

13. Opción de finalizar la compra..... P

14. Presentación en un lugar visible de la página el número de productos elegidos ..... E

### Envío

15. Opción para elegir el status de tu envío..... P

16. Devoluciones..... E

### Garantía de seguridad

17. Presentación de logotipo o de un certificado de seguridad..... E

18. Cláusulas de aceptación de las condiciones de la compra..... E

19. Información de la empresa..... E

20. Formatos para impresión de la compra..... P

### Bases de datos

21. Utilización de base de datos para la información del usuario..... E

### Proceso de llenado de la información del usuario

22. Extensión de formatos..... E

### Compra

23. Presentación de logotipos o conocimiento de los bancos o tarjetas disponibles..... E

24. Elección de otras opciones de pago..... E

### Títulos de la ventana

25. Títulos de las páginas que se encuentra el usuario..... B

### Pesos/descarga de la página

26. Tiempo de descarga..... E

### Estilos

27. Utilización de íconos familiares..... E



Figura 17. Pantallas de la sección de comercio electrónico del sitio de Office Depot ([www.officedepot.com.mx](http://www.officedepot.com.mx))

## Oxxo Net

Análisis Heurístico

Puntuación: 104 puntos

Calificación: Bien

### Puntos adicionales:

Negativos

- Se percibe la página algo desordenada.

- Hay demasiadas imágenes y publicidad.

- No tiene una constante en sus páginas internas.

- Al pasar el cursor por el submenú tarda en cambiar.

- Difícil comprensión para continuar con el proceso de llenado de información del usuario.

Positivo

+ La sección de llenado es sencilla.

### Formato de la página

1. Estilo de página que se emplea para el comercio electrónico..... E

### Información en cada página

2. Información o imágenes en la página principal..... B

3. Secciones generales relacionadas con la temática del sitio web..... E

4. Presentación del contenido de cada sección general..... E

### Navegación (producto-compra)

5. Número de clicks para a la decisión de realizar la compra..... E

6. Información de los productos para llegar a la decisión de realizar la compra ..... E

7. Mapa de sitio o sección de búsqueda..... E

### Información del producto

8. Presentación de los productos en la misma página..... E

### Descripción del producto

9. Descripción del producto y sus características..... E

10. Presentación del reporte de la compra(s) hecha(s) hasta este punto..... E

### Reporte de la compra

11. Características de las propiedades de la compra que ha realizado..... E

12. Opción de continuar comprando..... B

13. Opción de finalizar la compra..... B

14. Presentación en un lugar visible de la página el número de productos elegidos ..... E

### Envío

15. Opción para elegir el status de tu envío..... P

16. Devoluciones..... E

### Garantía de seguridad

17. Presentación de logotipo o de un certificado de seguridad..... E

18. Cláusulas de aceptación de las condiciones de la compra..... E

19. Información de la empresa..... E

20. Formatos para impresión de la compra..... E

### Bases de datos

21. Utilización de base de datos para la información del usuario..... E

### Proceso de llenado de la información del usuario

22. Extensión de formatos..... E

### Compra

23. Presentación de logotipos o conocimiento de los bancos o tarjetas disponibles..... E

24. Elección de otras opciones de pago..... E

### Títulos de la ventana

25. Títulos de las páginas que se encuentra el usuario..... B

### Pesos/descarga de la página

26. Tiempo de descarga..... P

### Estilos

27. Utilización de íconos familiares..... P



Figura 18. Pantallas de la sección de comercio electrónico del sitio de Oxxo Net ([www.oxxonet.com](http://www.oxxonet.com))

## Pc en Línea

Análisis Heurístico

Puntuación: 117 puntos

Calificación: Excelente

### Puntos adicionales:

#### Positivos

+ Ofrece lista de productos deseados.

+ Muestra la opción de rastrear pedido.

+ Presenta la opción de opinar sobre el producto, conocer que opiniones hay sobre el mismo y las preguntas más frecuentes.

+ Ayuda a buscar el código postal.

### Formato de la página

1. Estilo de página que se emplea para el comercio electrónico..... E

### Información en cada página

2. Información o imágenes en la página principal..... E

3. Secciones generales relacionadas con la temática del sitio web..... E

4. Presentación del contenido de cada sección general..... E

### Navegación (producto-compra)

5. Número de clicks para a la decisión de realizar la compra..... E

6. Información de los productos para llegar a la decisión de realizar la compra ..... E

7. Mapa de sitio o sección de búsqueda..... E

### Información del producto

8. Presentación de los productos en la misma página..... E

### Descripción del producto

9. Descripción del producto y sus características..... E

10. Presentación del reporte de la compra(s) hecha(s) hasta este punto..... E

### Reporte de la compra

11. Características de las propiedades de la compra que ha realizado..... E

12. Opción de continuar comprando..... E

13. Opción de finalizar la compra..... E

14. Presentación en un lugar visible de la página el número de productos elegidos ..... P

### Envío

15. Opción para elegir el status de tu envío..... E

16. Devoluciones..... E

### Garantía de seguridad

17. Presentación de logotipo o de un certificado de seguridad..... E

18. Cláusulas de aceptación de las condiciones de la compra..... E

19. Información de la empresa..... E

20. Formatos para impresión de la compra..... E

### Bases de datos

21. Utilización de base de datos para la información del usuario..... E

### Proceso de llenado de la información del usuario

22. Extensión de formatos..... B

### Compra

23. Presentación de logotipos o conocimiento de los bancos o tarjetas disponibles..... B

24. Elección de otras opciones de pago..... P

### Títulos de la ventana

25. Títulos de las páginas que se encuentra el usuario..... P

### Pesos/descarga de la página

26. Tiempo de descarga..... E

### Estilos

27. Utilización de íconos familiares..... B



Figura 19. Pantallas de la sección de comercio electrónico del sitio de Pc en Línea ([www.pcenliena.com](http://www.pcenliena.com))

## Sanborns

Análisis Heurístico  
Puntuación: 114 puntos  
Calificación: Excelente

### Puntos adicionales:

#### Negativos

- Está un poco sobresaturada de imágenes.

- La información que se ofrece para comprar algún producto es buena pero muy larga.

#### Positivo

+ Busca el código postal.

<b>Formato de la página</b>	
1. Estilo de página que se emplea para el comercio electrónico.....	E
<b>Información en cada página</b>	
2. Información o imágenes en la página principal.....	E
3. Secciones generales relacionadas con la temática del sitio web.....	E
4. Presentación del contenido de cada sección general.....	E
<b>Navegación (producto-compra)</b>	
5. Número de clicks para a la decisión de realizar la compra.....	E
6. Información de los productos para llegar a la decisión de realizar la compra .....	E
7. Mapa de sitio o sección de búsqueda.....	E
<b>Información del producto</b>	
8. Presentación de los productos en la misma página.....	E
<b>Descripción del producto</b>	
9. Descripción del producto y sus características.....	E
10. Presentación del reporte de la compra(s) hecha(s) hasta este punto.....	E
<b>Reporte de la compra</b>	
11. Características de las propiedades de la compra que ha realizado.....	E
12. Opción de continuar comprando.....	B
13. Opción de finalizar la compra.....	E
14. Presentación en un lugar visible de la página el número de productos elegidos .....	E
<b>Envío</b>	
15. Opción para elegir el status de tu envío.....	E
16. Devoluciones.....	E
<b>Garantía de seguridad</b>	
17. Presentación de logotipo o de un certificado de seguridad.....	E
18. Cláusulas de aceptación de las condiciones de la compra.....	B
19. Información de la empresa.....	E
20. Formatos para impresión de la compra.....	P
<b>Bases de datos</b>	
21. Utilización de base de datos para la información del usuario.....	E
<b>Proceso de llenado de la información del usuario</b>	
22. Extensión de formatos.....	P
<b>Compra</b>	
23. Presentación de logotipos o conocimiento de los bancos o tarjetas disponibles.....	B
24. Elección de otras opciones de pago.....	E
<b>Títulos de la ventana</b>	
25. Títulos de las páginas que se encuentra el usuario.....	B
<b>Pesos/descarga de la página</b>	
26. Tiempo de descarga.....	B
<b>Estilos</b>	
27. Utilización de iconos familiares.....	P



Figura 20. Pantallas de la sección de comercio electrónico del sitio de Sanborns (www.sanborns.com.mx)

## Ticketmaster

Análisis Heurístico  
Puntuación: 114 puntos  
Calificación: Excelente

### Puntos adicionales:

#### Negativos

- Demasiado movimiento dentro de la página.
- La venta de la cláusula no se lee bien.

#### Positivos

- + Ofrece el mapa del estadio.
- + Muestra información del lugar.
- + Llenado de información muy breve.
- + Buena agrupación de la información con la cuenta la página.

### Formato de la página

1. Estilo de página que se emplea para el comercio electrónico..... E

### Información en cada página

2. Información o imágenes en la página principal..... E  
3. Secciones generales relacionadas con la temática del sitio web..... E  
4. Presentación del contenido de cada sección general..... E

### Navegación (producto-compra)

5. Número de clicks para a la decisión de realizar la compra..... E  
6. Información de los productos para llegar a la decisión de realizar la compra ..... E  
7. Mapa de sitio o sección de búsqueda..... E

### Información del producto

8. Presentación de los productos en la misma página..... B

### Descripción del producto

9. Descripción del producto y sus características..... E  
10. Presentación del reporte de la compra(s) hecha(s) hasta este punto..... E

### Reporte de la compra

11. Características de las propiedades de la compra que ha realizado..... E  
12. Opción de continuar comprando..... P  
13. Opción de finalizar la compra..... E  
14. Presentación en un lugar visible de la página el número de productos elegidos ..... P

### Envío

15. Opción para elegir el status de tu envío..... E  
16. Devoluciones..... E

### Garantía de seguridad

17. Presentación de logotipo o de un certificado de seguridad..... E  
18. Cláusulas de aceptación de las condiciones de la compra..... E  
19. Información de la empresa..... E  
20. Formatos para impresión de la compra..... P

### Bases de datos

21. Utilización de base de datos para la información del usuario..... P

### Proceso de llenado de la información del usuario

22. Extensión de formatos..... E

### Compra

23. Presentación de logotipos o conocimiento de los bancos o tarjetas disponibles..... E  
24. Elección de otras opciones de pago..... P

### Títulos de la ventana

25. Títulos de las páginas que se encuentra el usuario..... E

### Pesos/descarga de la página

26. Tiempo de descarga..... B

### Estilos

27. Utilización de iconos familiares..... B

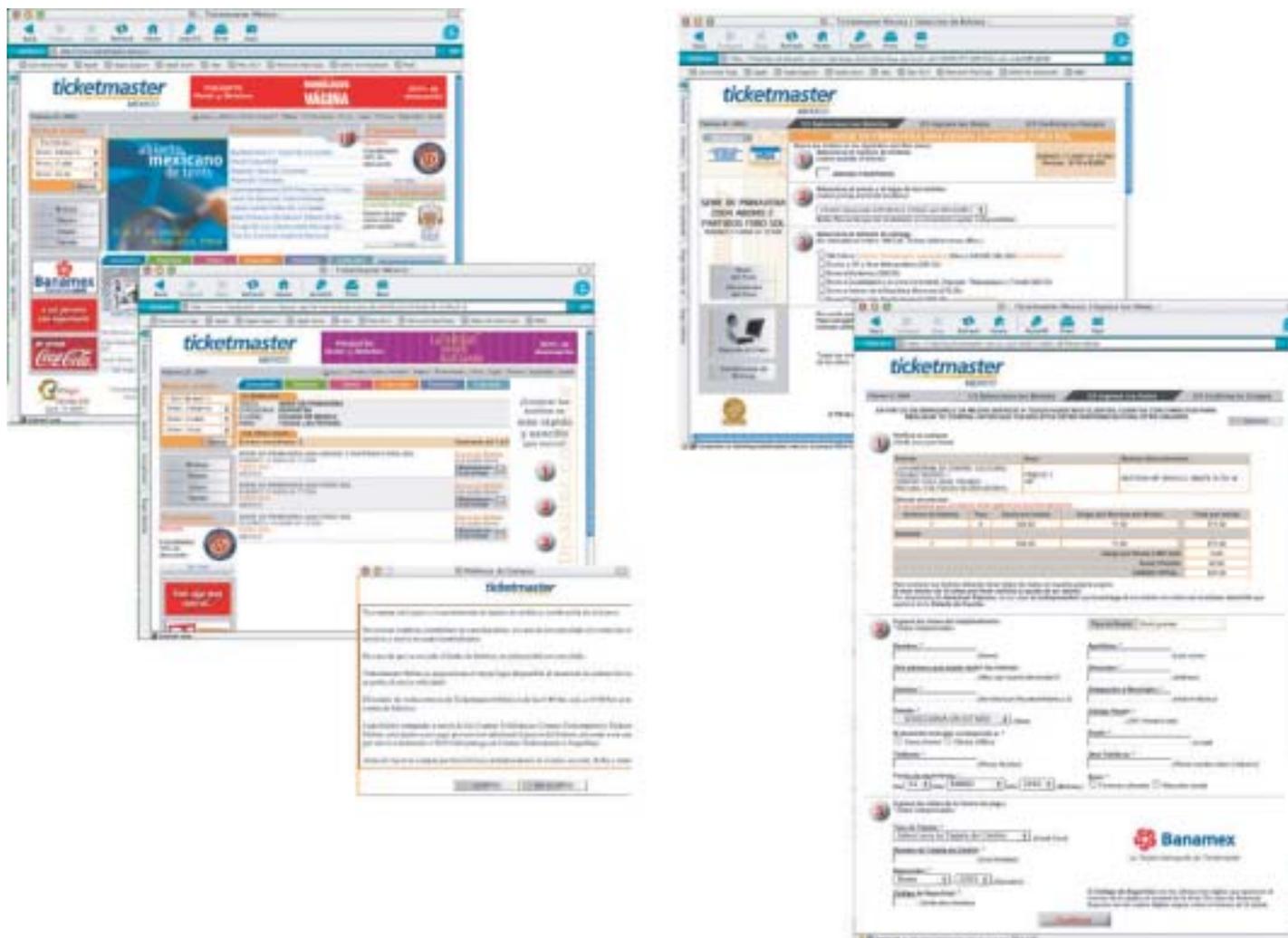


Figura 21. Pantallas de la sección de comercio electrónico del sitio de Ticketmaster (www.ticketmaster.com.mx)

## Ticket Bus

Análisis Heurístico  
Puntuación: 78 puntos  
Calificación: Bien

### Puntos adicionales:

#### Negativos

-- Cuando no se tiene el explorador adecuado no se puede continuar con la compra.

-- Pésima navegación.

- Cuesta trabajo entender los iconos.

#### Positivos

+ Animación agradable.

+ Opción de idioma en inglés.

+ En la página principal muestra información de un lugar específico.

### Formato de la página

1. Estilo de página que se emplea para el comercio electrónico..... E

### Información en cada página

2. Información o imágenes en la página principal..... E

3. Secciones generales relacionadas con la temática del sitio web..... E

4. Presentación del contenido de cada sección general..... E

### Navegación (producto-compra)

5. Número de clicks para a la decisión de realizar la compra..... E

6. Información de los productos para llegar a la decisión de realizar la compra ..... E

7. Mapa de sitio o sección de búsqueda..... E

### Información del producto

8. Presentación de los productos en la misma página..... B

### Descripción del producto

9. Descripción del producto y sus características..... E

10. Presentación del reporte de la compra(s) hecha(s) hasta este punto..... P

### Reporte de la compra

11. Características de las propiedades de la compra que ha realizado..... P

12. Opción de continuar comprando..... P

13. Opción de finalizar la compra..... P

14. Presentación en un lugar visible de la página el número de productos elegidos ..... P

### Envío

15. Opción para elegir el status de tu envío..... P

16. Devoluciones..... B

### Garantía de seguridad

17. Presentación de logotipo o de un certificado de seguridad..... E

18. Cláusulas de aceptación de las condiciones de la compra..... E

19. Información de la empresa..... E

20. Formatos para impresión de la compra..... P

### Bases de datos

21. Utilización de base de datos para la información del usuario..... P

### Proceso de llenado de la información del usuario

22. Extensión de formatos..... P

### Compra

23. Presentación de logotipos o conocimiento de los bancos o tarjetas disponibles..... P

24. Elección de otras opciones de pago..... P

### Títulos de la ventana

25. Títulos de las páginas que se encuentra el usuario..... B

### Pesos/descarga de la página

26. Tiempo de descarga..... E

### Estilos

27. Utilización de íconos familiares..... B



Figura 22. Pantallas de la sección de comercio electrónico del sitio de Ticket Bus (www.ticketbus.com.mx)

# Yahoo Subastas

Análisis Heurístico

Puntuación: 84 puntos

Calificación: Bien

## Puntos adicionales:

Negativos

- Algunas subsecciones muestran productos que no pertenecen a la sección que se encuentran.

Positivos

+Entras con tu cuenta de Yahoo, sino no cuentas con una te crea una nueva.

## Formato de la página

1. Estilo de página que se emplea para el comercio electrónico..... E

## Información en cada página

2. Información o imágenes en la página principal..... E

3. Secciones generales relacionadas con la temática del sitio web..... B

4. Presentación del contenido de cada sección general..... B

## Navegación (producto-compra)

5. Número de clicks para a la decisión de realizar la compra..... E

6. Información de los productos para llegar a la decisión de realizar la compra ..... E

7. Mapa de sitio o sección de búsqueda..... E

## Información del producto

8. Presentación de los productos en la misma página..... B

## Descripción del producto

9. Descripción del producto y sus características..... B

10. Presentación del reporte de la compra(s) hecha(s) hasta este punto..... E

## Reporte de la compra

11. Características de las propiedades de la compra que ha realizado..... B

12. Opción de continuar comprando..... P

13. Opción de finalizar la compra..... E

14. Presentación en un lugar visible de la página el número de productos elegidos ..... P

## Envío

15. Opción para elegir el status de tu envío..... P

16. Devoluciones..... P

## Garantía de seguridad

17. Presentación de logotipo o de un certificado de seguridad..... P

18. Cláusulas de aceptación de las condiciones de la compra..... E

19. Información de la empresa..... P

20. Formatos para impresión de la compra..... P

## Bases de datos

21. Utilización de base de datos para la información del usuario..... E

## Proceso de llenado de la información del usuario

22. Extensión de formatos..... E

## Compra

23. Presentación de logotipos o conocimiento de los bancos o tarjetas disponibles..... P

24. Elección de otras opciones de pago..... E

## Títulos de la ventana

25. Títulos de las páginas que se encuentra el usuario..... E

## Pesos/descarga de la página

26. Tiempo de descarga..... E

## Estilos

27. Utilización de iconos familiares..... P

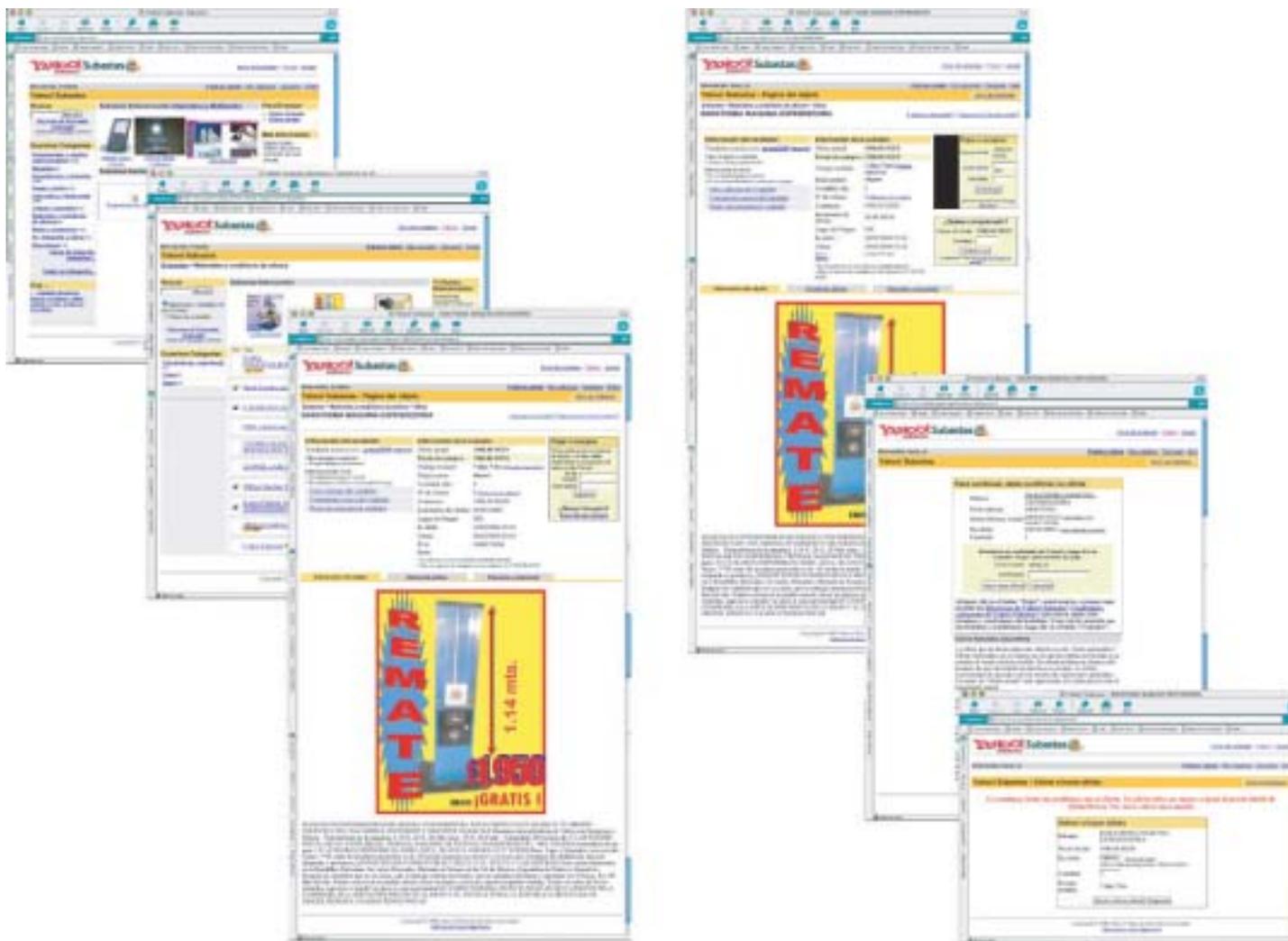


Figura 23. Pantallas de la sección de comercio electrónico del sitio de Yahoo Subastas (www.auctions.yahoo.com)

## TABLA DE INFORMACIÓN

Pobre Bien Excelente

De compras:	55 puntos	Oxxo Net:	62 puntos
De remate:	59 puntos	Pc en Línea:	63 puntos
El palacio de Hierro:	57 puntos	Sanborns:	65 puntos
E-shope:	53 puntos	Ticket Master	63 puntos
Mercado libre:	49 puntos	Ticket Bus	52 puntos
Mix-up:	61 puntos	Yahoo	31 puntos
Office Depot:	63 puntos		

	De Compras	De Remate	El Palacio de H.	E-shope	Mercado Libre	Mix-up	Office Depot	Oxxo Net	Pc en L. nea	Sanborns	Ticket Master	Ticket Bus	Yahoo
Estilo de la página	E	E	B	E	E	E	E	E	E	E	E	E	E
Información principal	E	E	B	E	E	E	E	B	E	E	E	E	E
Presentación de los productos	E	E	E	E	E	E	B	E	E	E	B	B	B
Descripción del producto	E	E	E	E	E	E	E	E	E	E	P	E	B
Presentación del reporte de la compra	E	E	E	E	E	E	E	E	E	E	E	P	E
Características de la compra	E	B	B	E	B	E	E	E	E	E	E	P	B
Presentación en lugar visible de características de productos	P	P	B	P	P	E	E	E	P	E	P	P	P
Elección de status de envío	P	P	E	B	P	P	P	P	E	E	E	B	P
Devoluciones	P	E	E	P	B	E	E	E	E	E	E	E	P
Logotipo o certificado de seguridad	P	E	E	P	P	P	E	E	E	E	E	E	P
Cláusulas de condiciones de la compra	E	E	E	P	E	E	E	E	E	B	E	E	E
Información de la empresa	B	B	B	E	P	E	E	E	E	E	E	P	P
Conocimiento de bancos o tarjetas	B	B	B	E	B	B	E	E	B	B	E	B	P
Títulos de las páginas	E	E	B	B	E	B	B	B	P	B	E	B	E
Utilización de iconos familiares	E	B	P	B	P	B	P	P	B	P	B	P	P

## TABLA DE NAVEGACIÓN

■ Pobre
 ■ Bien
 ■ Excelente

	De Compras	De Remate	El Palacio de H.	E-shope	Mercado Libre	Mix-up	Office Depot	Oxxo Net	Pc en L. nea	Sanborns	Ticket Master	Ticket Bus	Yahoo
De compras:	38 puntos								36 puntos				
De remate:	30 puntos								38 puntos				
El palacio de Hierro:	40 puntos								34 puntos				
E-shope:	32 puntos								36 puntos				
Mercado libre:	32 puntos								33 puntos				
Mix-up:	34 puntos								32 puntos				
Office Depot:	32 puntos												
Oxxo Net:													
Pc en L. nea:													
Sanborns:													
Ticket Master:													
Ticket Bus:													
Yahoo:													
Secciones generales	B	P	E	E	P	B	E	E	E	E	E	E	B
Contenido de cada sección general	E	E	E	E	E	E	E	E	E	E	E	E	B
Clicks para decisión de compra	E	E	E	E	E	E	E	E	E	E	E	E	E
Información de los productos	E	E	E	B	E	E	B	E	E	E	E	E	E
Mapa de sitio o sección de búsqueda	E	E	E	E	E	E	E	E	E	E	E	E	E
Opción de continuar comprando	E	P	E	B	P	E	B	B	E	B	P	P	E
Opción de finalizar la compra	E	E	E	B	E	E	P	B	E	E	E	P	P
Extensión de formatos	E	B	E	B	E	P	E	E	B	P	E	P	E

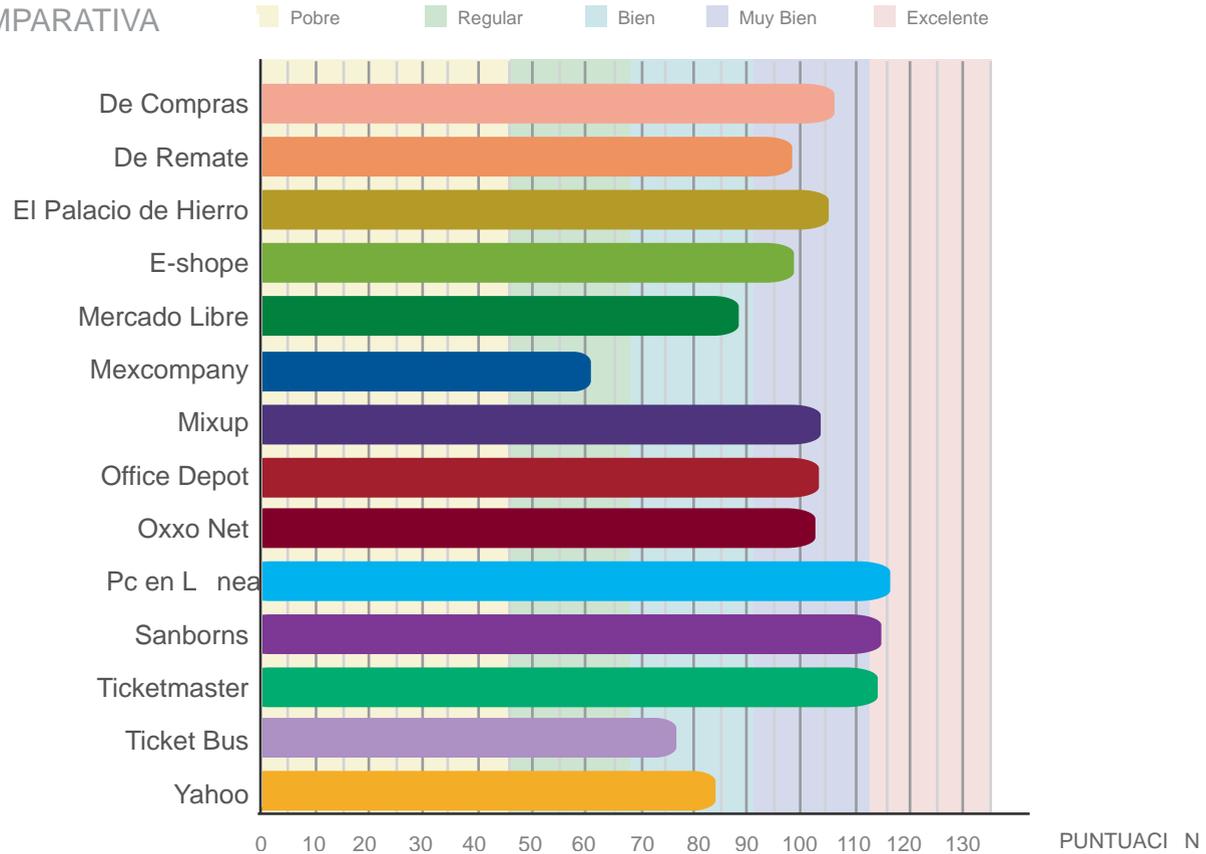
## TABLA DE SERVICIOS

	De Compras	De Remate	El Palacio de H.	E-shope	Mercado Libre	Mix-up	Office Depot	Oxxo Net	Pc en L. nea	Sanborns	Ticket Master	Ticket Bus	Yahoo
De compras:	12 puntos								16 puntos				
De remate:	12 puntos								16 puntos				
El palacio de Hierro:	16 puntos								14 puntos				
E-shope:	14 puntos								10 puntos				
Mercado libre:	16 puntos								8 puntos				
Mix-up:	16 puntos								16 puntos				
Office Depot:	16 puntos												
Oxxo Net:													
Pc en L. nea:													
Sanborns:													
Ticket Master:													
Ticket Bus:													
Yahoo:													
Formatos para impresión	P	P	B	P	P	P	P	E	E	P	P	P	P
Base de datos	E	E	E	E	E	E	E	E	E	E	P	P	E
Opciones de pago	E	E	E	E	E	E	E	E	P	E	P	P	E
Tiempo de descarga	P	P	B	B	E	E	E	P	E	B	B	E	E

## TABLA DE MULTIMEDIA

	De Compras	De Remate	El Palacio de H.	E-shope	Mercado Libre	Mix-up	Office Depot	Oxxo Net	Pc en L. nea	Sanborns	Ticket Master	Ticket Bus	Yahoo
uso de animaci n	NO	NO	B	P	NO	E	NO	B	NO	NO	B	E	NO
uso de im/Egenes	E	B	P	P	B	E	B	P	E	B	E	B	B
uso de sonido	NO	NO	NO	NO	NO	E	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO

## TABLA COMPARATIVA



## PÁGINAS MEXICANAS QUE OFRECEN SERVICIOS EN LÍNEA

a! diseño ([www.a.com.mx](http://www.a.com.mx))

Aeroméxico ([www.aeromexico.com](http://www.aeromexico.com))

American Express ([www.americanexpress.com.mx](http://www.americanexpress.com.mx))

Caliente ([www.caliente.com.mx](http://www.caliente.com.mx))

Cancún Hosting ([www.cancun-hosting.com](http://www.cancun-hosting.com))

Comercio Online ([www.comercio-online.com.mx](http://www.comercio-online.com.mx))

Comisión Federal de Electricidad ([www.cfe.gob.mx](http://www.cfe.gob.mx))

HSBC ([www.hsbc.com.mx](http://www.hsbc.com.mx))

Megared ([www.megared.com.mx](http://www.megared.com.mx))

El Reforma ([www.reforma.com](http://www.reforma.com))

Telmex ([www.telmex.com.mx](http://www.telmex.com.mx))

## a! diseño

Análisis Heurístico

Puntuación: 65 puntos

Calificación: Muy Bien

### Puntos adicionales:

Negativos

- En el proceso de análisis de las páginas este sitio cambió su presentación y nunca avisó de dicho hecho.

Positivos

+ Excelente diseño

+ Muy buena animación.

+ Cuenta con un submenú agradable

### Formato de la página

1. Estilo de página que se emplea para el comercio electrónico..... E

### Información en cada página

2. Información o imágenes en la página principal..... E

3. Secciones generales relacionadas con la temática del sitio web..... E

4. Presentación del contenido de cada sección general..... E

### Navegación (producto-compra)

5. Número de clicks para a la decisión de realizar la compra..... E

6. Información de los productos para llegar a la decisión de realizar la compra ..... E

7. Mapa de sitio o sección de búsqueda..... P

### Información del producto

8. Presentación de los productos en la misma página..... P

9. Cláusulas de aceptación de las condiciones de la compra..... P

10. Información de la empresa..... E

11. Formatos para impresión de la compra..... P

### Bases de datos

12. Utilización de base de datos para la información del usuario..... E

### Proceso de llenado de la información del usuario

13. Extensión de formatos..... B

### Compra

14. Presentación de logotipos o conocimiento de los bancos o tarjetas disponibles..... B

15. Elección de otras opciones de pago..... E

### Títulos de la ventana

16. Títulos de las páginas que se encuentra el usuario..... B

### Pesos/descarga de la página

17. Tiempo de descarga..... B

### Estilos

18. Utilización de íconos familiares..... B

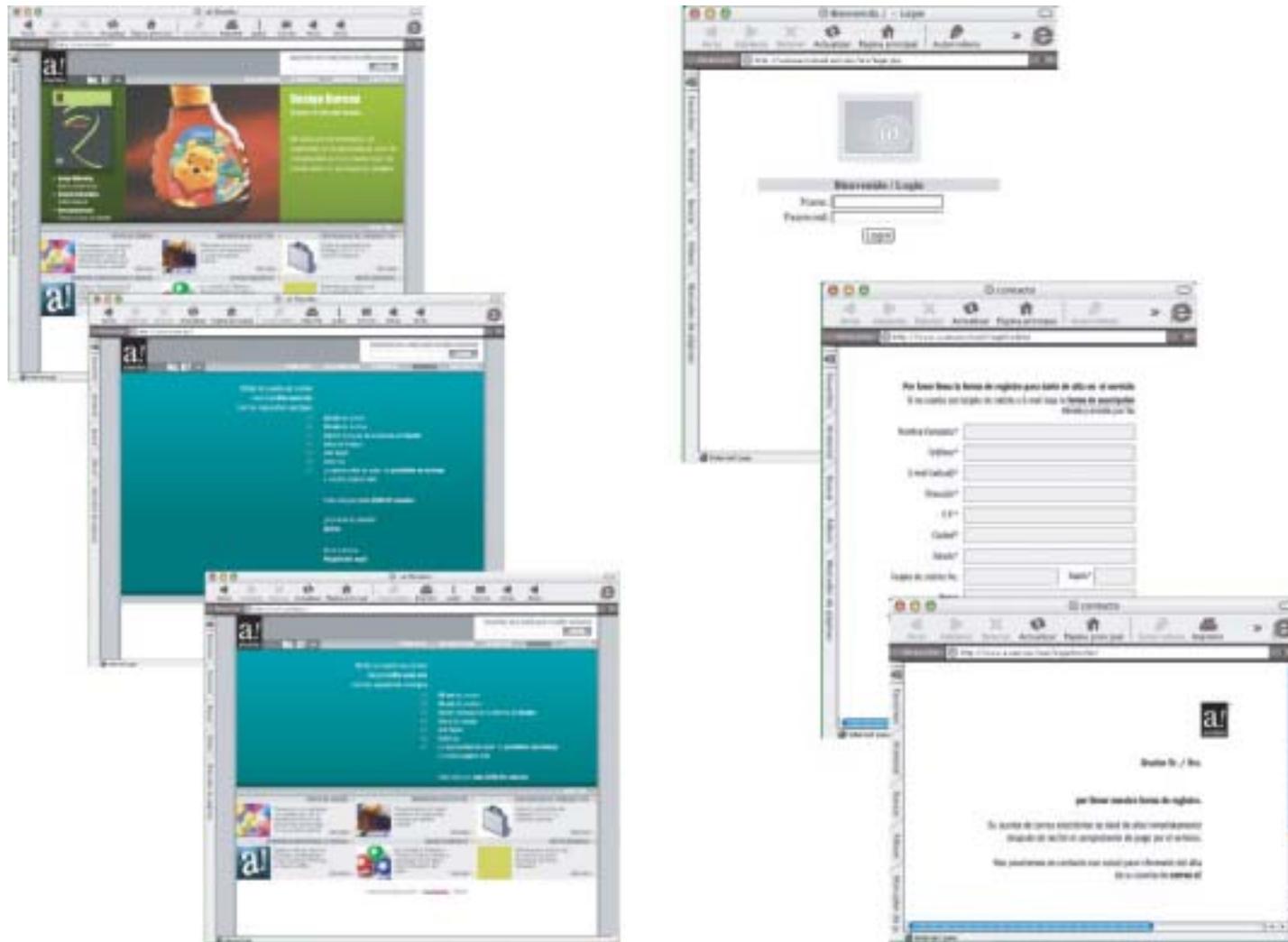


Figura 24. Pantallas de la sección de comercio electrónico del sitio de a! diseño (www.a.com.mx)

## Aeroméxico

Análisis Heurístico

Puntuación: 68 puntos

Calificación: Muy Bien

### Puntos adicionales:

Negativos

- Muy largo el proceso de compra.

### Formato de la página

1. Estilo de página que se emplea para el comercio electrónico..... E

### Información en cada página

2. Información o imágenes en la página principal..... E

3. Secciones generales relacionadas con la temática del sitio web..... E

4. Presentación del contenido de cada sección general..... E

### Navegación (producto-compra)

5. Número de clicks para a la decisión de realizar la compra..... E

6. Información de los productos para llegar a la decisión de realizar la compra ..... E

7. Mapa de sitio o sección de búsqueda..... E

### Información del producto

8. Presentación de los productos en la misma página..... B

9. Cláusulas de aceptación de las condiciones de la compra..... E

10. Información de la empresa..... E

11. Formatos para impresión de la compra..... E

### Bases de datos

12. Utilización de base de datos para la información del usuario..... P

### Proceso de llenado de la información del usuario

13. Extensión de formatos..... E

### Compra

14. Presentación de logotipos o conocimiento de los bancos o tarjetas disponibles..... B

15. Elección de otras opciones de pago..... B

### Títulos de la ventana

16. Títulos de las páginas que se encuentra el usuario..... B

### Pesos/descarga de la página

17. Tiempo de descarga..... P

### Estilos

18. Utilización de íconos familiares..... P

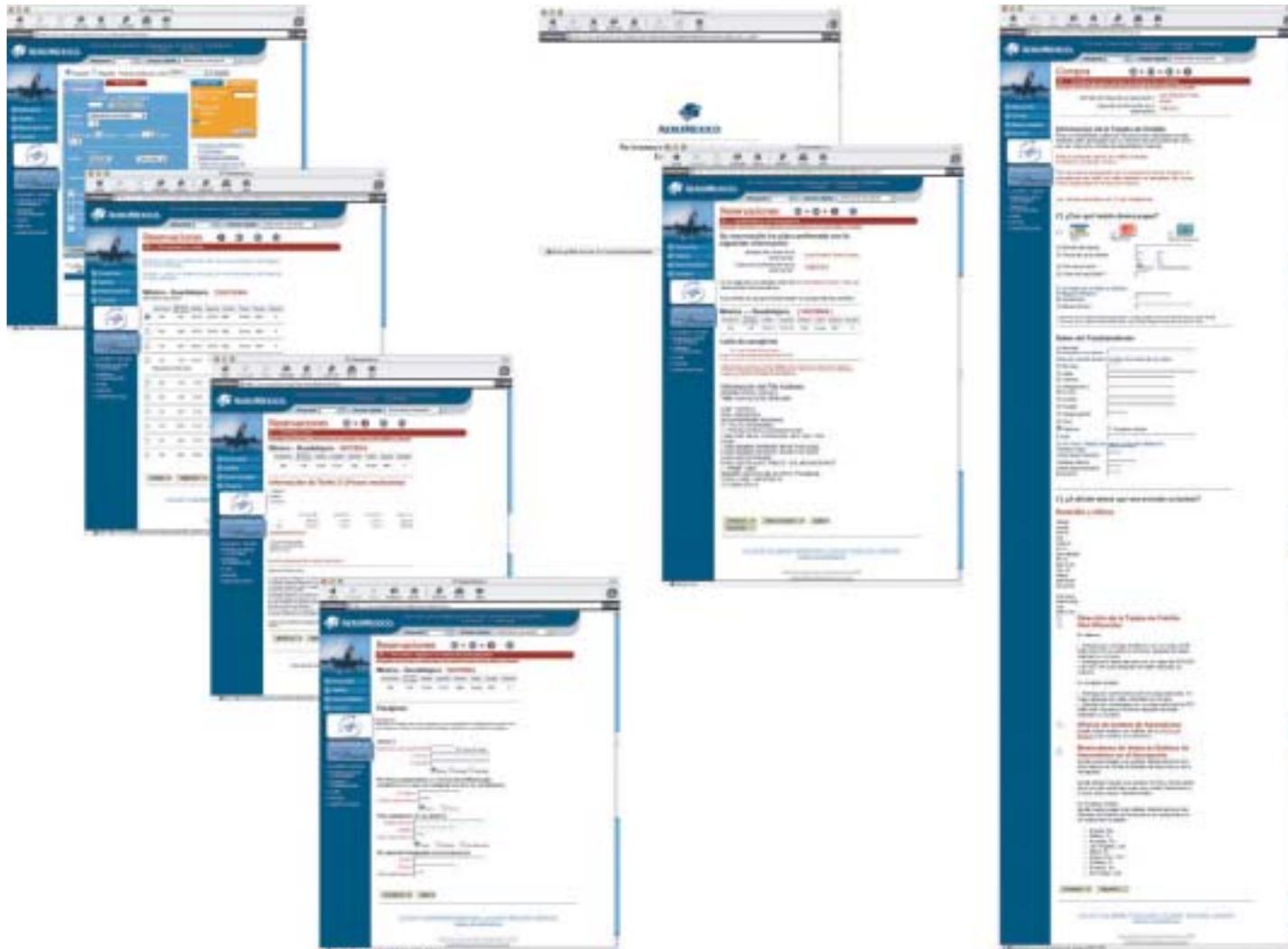


Figura 25. Pantallas de la sección de comercio electrónico del sitio de Aeroméxico (www.aeromexico.com)

# American Express

Análisis Heurístico

Puntuación: 70 puntos

Calificación: Muy Bien

## Puntos adicionales:

Negativos

- La página principal podría ser más clara.

Positivos

+ Cuenta con “demos” para que el usuario se familiarice.

## Formato de la página

1. Estilo de página que se emplea para el comercio electrónico..... E

## Información en cada página

2. Información o imágenes en la página principal..... B

3. Secciones generales relacionadas con la temática del sitio web..... E

4. Presentación del contenido de cada sección general..... E

## Navegación (producto-compra)

5. Número de clicks para a la decisión de realizar la compra..... E

6. Información de los productos para llegar a la decisión de realizar la compra ..... E

7. Mapa de sitio o sección de búsqueda..... E

## Información del producto

8. Presentación de los productos en la misma página..... P

9. Cláusulas de aceptación de las condiciones de la compra..... E

10. Información de la empresa..... P

11. Formatos para impresión de la compra..... P

## Bases de datos

12. Utilización de base de datos para la información del usuario..... E

## Proceso de llenado de la información del usuario

13. Extensión de formatos..... E

## Compra

14. Presentación de logotipos o conocimiento de los bancos o tarjetas disponibles..... E

15. Elección de otras opciones de pago..... B

## Títulos de la ventana

16. Títulos de las páginas que se encuentra el usuario..... E

## Pesos/descarga de la página

17. Tiempo de descarga..... E

## Estilos

18. Utilización de íconos familiares..... P

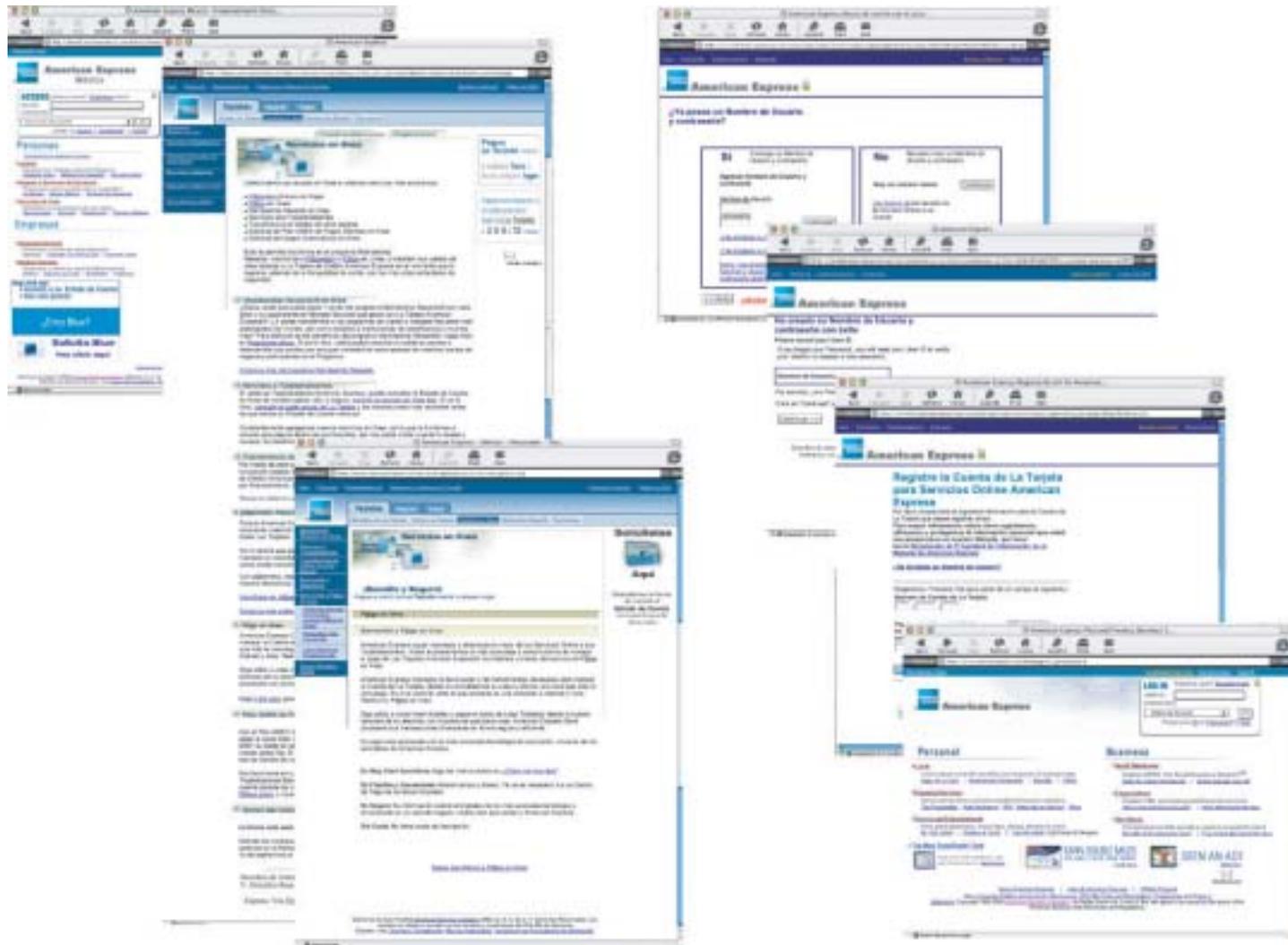


Figura 26. Pantallas de la sección de comercio electrónico del sitio de American Express (www.americanexpress.com.mx)

## Caliente

Análisis Heurístico

Puntuación: 67 puntos

Calificación: Muy Bien

### Puntos adicionales:

#### Negativos

- El banner en la página principal es muy pesado.

- La imagen de la página principal no ayuda mucho ya que da la idea de que sólo se trata de un sitio de basketball.

- Mucha información en la página principal.

- Todo lo maneja con pop-ups.

#### Positivos

+ Muestra una ventana adicional para aceptar los términos de las transacciones.

### Formato de la página

1. Estilo de página que se emplea para el comercio electrónico..... E

### Información en cada página

2. Información o imágenes en la página principal..... B

3. Secciones generales relacionadas con la temática del sitio web..... E

4. Presentación del contenido de cada sección general..... E

### Navegación (producto-compra)

5. Número de clicks para a la decisión de realizar la compra..... E

6. Información de los productos para llegar a la decisión de realizar la compra ..... E

7. Mapa de sitio o sección de búsqueda..... P

### Información del producto

8. Presentación de los productos en la misma página..... E

9. Cláusulas de aceptación de las condiciones de la compra..... B

10. Información de la empresa..... E

11. Formatos para impresión de la compra..... P

### Bases de datos

12. Utilización de base de datos para la información del usuario..... E

### Proceso de llenado de la información del usuario

13. Extensión de formatos..... E

### Compra

14. Presentación de logotipos o conocimiento de los bancos o tarjetas disponibles..... E

15. Elección de otras opciones de pago..... E

### Títulos de la ventana

16. Títulos de las páginas que se encuentra el usuario..... B

### Pesos/descarga de la página

17. Tiempo de descarga..... B

### Estilos

18. Utilización de íconos familiares..... P



Figura 27. Pantallas de la sección de comercio electrónico del sitio de Caliente ([www.caliente.com.mx](http://www.caliente.com.mx))

# Cancún Hosting

Análisis Heurístico

Puntuación: 62 puntos

Calificación: Muy Bien

## Puntos adicionales:

### Negativos

- Cuando terminas el proceso de compra no muestra la confirmación de los datos.

### Positivos

+ Cuenta con una animación agradable.

+ El llenado de información es agradable para el usuario.

+ Presenta un loading en la animación.

## Formato de la página

1. Estilo de página que se emplea para el comercio electrónico..... B

## Información en cada página

2. Información o imágenes en la página principal..... E

3. Secciones generales relacionadas con la temática del sitio web..... B

4. Presentación del contenido de cada sección general..... B

## Navegación (producto-compra)

5. Número de clicks para a la decisión de realizar la compra..... E

6. Información de los productos para llegar a la decisión de realizar la compra ..... E

7. Mapa de sitio o sección de búsqueda..... P

## Información del producto

8. Presentación de los productos en la misma página..... P

9. Cláusulas de aceptación de las condiciones de la compra..... E

10. Información de la empresa..... E

11. Formatos para impresión de la compra..... P

## Bases de datos

12. Utilización de base de datos para la información del usuario..... P

## Proceso de llenado de la información del usuario

13. Extensión de formatos..... E

## Compra

14. Presentación de logotipos o conocimiento de los bancos o tarjetas disponibles..... P

15. Elección de otras opciones de pago..... E

## Títulos de la ventana

16. Títulos de las páginas que se encuentra el usuario..... E

## Pesos/descarga de la página

17. Tiempo de descarga..... E

## Estilos

18. Utilización de íconos familiares..... P



Figura 28. Pantallas de la sección de comercio electrónico del sitio de Cancún Hosting (www.cancun-hosting.com)

## Comercio Online

Análisis Heurístico

Puntuación: 58 puntos

Calificación: Bien

### Puntos adicionales:

Negativos

- Le falta diseño y orden en su menú.

- Pocas imágenes, lo que no muestra de forma clara la temática del sitio.

- Sus páginas son algo confusas.

### Formato de la página

1. Estilo de página que se emplea para el comercio electrónico..... B

### Información en cada página

2. Información o imágenes en la página principal..... B

3. Secciones generales relacionadas con la temática del sitio web..... B

4. Presentación del contenido de cada sección general..... P

### Navegación (producto-compra)

5. Número de clicks para a la decisión de realizar la compra..... E

6. Información de los productos para llegar a la decisión de realizar la compra ..... E

7. Mapa de sitio o sección de búsqueda..... P

### Información del producto

8. Presentación de los productos en la misma página..... E

9. Cláusulas de aceptación de las condiciones de la compra..... P

10. Información de la empresa..... E

11. Formatos para impresión de la compra..... E

### Bases de datos

12. Utilización de base de datos para la información del usuario..... E

### Proceso de llenado de la información del usuario

13. Extensión de formatos..... B

### Compra

14. Presentación de logotipos o conocimiento de los bancos o tarjetas disponibles..... E

15. Elección de otras opciones de pago..... E

### Títulos de la ventana

16. Títulos de las páginas que se encuentra el usuario..... E

### Pesos/descarga de la página

17. Tiempo de descarga..... P

### Estilos

18. Utilización de íconos familiares..... P



## CFE

Análisis Heurístico

Puntuación: 86 puntos

Calificación: Excelente

### Puntos adicionales:

Positivos

+ Cuenta con una página muy clara y con buen diseño.

+ Presenta la opción de ver el recibo en línea.

### Formato de la página

1. Estilo de página que se emplea para el comercio electrónico..... E

### Información en cada página

2. Información o imágenes en la página principal..... E

3. Secciones generales relacionadas con la temática del sitio web..... E

4. Presentación del contenido de cada sección general..... E

### Navegación (producto-compra)

5. Número de clicks para a la decisión de realizar la compra..... E

6. Información de los productos para llegar a la decisión de realizar la compra ..... E

7. Mapa de sitio o sección de búsqueda..... E

### Información del producto

8. Presentación de los productos en la misma página..... E

9. Cláusulas de aceptación de las condiciones de la compra..... E

10. Información de la empresa..... E

11. Formatos para impresión de la compra..... E

### Bases de datos

12. Utilización de base de datos para la información del usuario..... E

### Proceso de llenado de la información del usuario

13. Extensión de formatos..... E

### Compra

14. Presentación de logotipos o conocimiento de los bancos o tarjetas disponibles..... E

15. Elección de otras opciones de pago..... P

### Títulos de la ventana

16. Títulos de las páginas que se encuentra el usuario..... B

### Pesos/descarga de la página

17. Tiempo de descarga..... E

### Estilos

18. Utilización de íconos familiares..... E



Figura 30. Pantallas de la sección de comercio electrónico del sitio de CFE (www.cfe.gob.mx)

## HSBC

Análisis Heurístico

Puntuación: 59 puntos

Calificación: Bien

### Puntos adicionales:

Negativos

- Demasiada información en la página principal.

- Algunas funciones no cargan bien.

### Formato de la página

1. Estilo de página que se emplea para el comercio electrónico..... B

### Información en cada página

2. Información o imágenes en la página principal..... E

3. Secciones generales relacionadas con la temática del sitio web..... B

4. Presentación del contenido de cada sección general..... B

### Navegación (producto-compra)

5. Número de clicks para a la decisión de realizar la compra..... E

6. Información de los productos para llegar a la decisión de realizar la compra ..... E

7. Mapa de sitio o sección de búsqueda..... E

### Información del producto

8. Presentación de los productos en la misma página..... E

9. Cláusulas de aceptación de las condiciones de la compra..... P

10. Información de la empresa..... P

11. Formatos para impresión de la compra..... E

### Bases de datos

12. Utilización de base de datos para la información del usuario..... E

### Proceso de llenado de la información del usuario

13. Extensión de formatos..... B

### Compra

14. Presentación de logotipos o conocimiento de los bancos o tarjetas disponibles..... B

15. Elección de otras opciones de pago..... B

### Títulos de la ventana

16. Títulos de las páginas que se encuentra el usuario..... B

### Pesos/descarga de la página

17. Tiempo de descarga..... P

### Estilos

18. Utilización de íconos familiares..... P

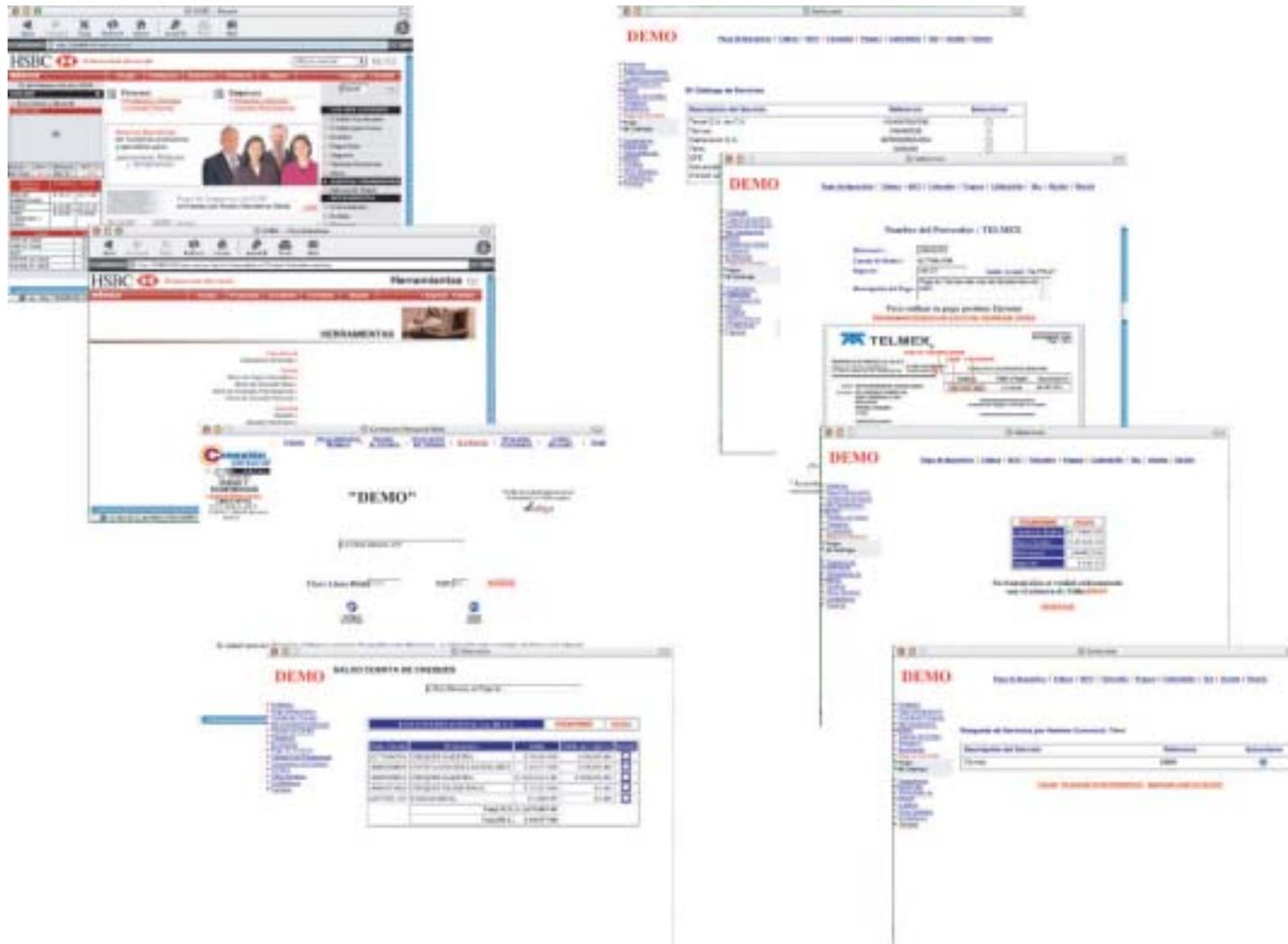


Figura 31. Pantallas de la sección de comercio electrónico del sitio de HSBC (www.hsbc.com.mx)

## Megared

Análisis Heurístico

Puntuación: 50 puntos

Calificación: Bien

### Puntos adicionales:

#### Negativos

- Es muy poca la información de los servicios que ofrece.

- Uso excesivo de animación.

Demasiado movimiento.

--- No funciona el servicio.

#### Positivos

+ En la ventana de consulta de pago la animación es agradable.

### Formato de la página

1. Estilo de página que se emplea para el comercio electrónico..... B

### Información en cada página

2. Información o imágenes en la página principal..... E

3. Secciones generales relacionadas con la temática del sitio web..... B

4. Presentación del contenido de cada sección general..... B

### Navegación (producto-compra)

5. Número de clicks para a la decisión de realizar la compra..... E

6. Información de los productos para llegar a la decisión de realizar la compra ..... E

7. Mapa de sitio o sección de búsqueda..... E

### Información del producto

8. Presentación de los productos en la misma página..... E

9. Cláusulas de aceptación de las condiciones de la compra..... P

10. Información de la empresa..... P

11. Formatos para impresión de la compra..... B

### Bases de datos

12. Utilización de base de datos para la información del usuario..... E

### Proceso de llenado de la información del usuario

13. Extensión de formatos..... P

### Compra

14. Presentación de logotipos o conocimiento de los bancos o tarjetas disponibles..... P

15. Elección de otras opciones de pago..... P

### Títulos de la ventana

16. Títulos de las páginas que se encuentra el usuario..... E

### Pesos/descarga de la página

17. Tiempo de descarga..... P

### Estilos

18. Utilización de íconos familiares..... P



Figura 32. Pantallas de la sección de comercio electrónico del sitio de Megared (www.megared.com.mx)

## El Reforma

Análisis Heurístico

Puntuación: 60 puntos

Calificación: Bien

### Puntos adicionales:

#### Negativos

- No menciona que el consultar este periódico por la red tiene un precio para el usuario.

#### Formato de la página

1. Estilo de página que se emplea para el comercio electrónico..... P

#### Información en cada página

2. Información o imágenes en la página principal..... E

3. Secciones generales relacionadas con la temática del sitio web..... E

4. Presentación del contenido de cada sección general..... E

#### Navegación (producto-compra)

5. Número de clicks para a la decisión de realizar la compra..... E

6. Información de los productos para llegar a la decisión de realizar la compra ..... E

7. Mapa de sitio o sección de búsqueda..... E

#### Información del producto

8. Presentación de los productos en la misma página..... E

9. Cláusulas de aceptación de las condiciones de la compra..... P

10. Información de la empresa..... E

11. Formatos para impresión de la compra..... B

#### Bases de datos

12. Utilización de base de datos para la información del usuario..... E

#### Proceso de llenado de la información del usuario

13. Extensión de formatos..... B

#### Compra

14. Presentación de logotipos o conocimiento de los bancos o tarjetas disponibles..... B

15. Elección de otras opciones de pago..... E

#### Títulos de la ventana

16. Títulos de las páginas que se encuentra el usuario..... B

#### Pesos/descarga de la página

17. Tiempo de descarga..... P

#### Estilos

18. Utilización de íconos familiares..... P



Figura 33. Pantallas de la sección de comercio electrónico del sitio de El Reforma (www.reforma.com)

## Telmex

Análisis Heurístico

Puntuación: 107 puntos

Calificación: Muy Bien

### Puntos adicionales:

Negativos

- Demasiada información en la página principal.

- Algunas funciones no cargan bien.

.

### Formato de la página

1. Estilo de página que se emplea para el comercio electrónico..... B

### Información en cada página

2. Información o imágenes en la página principal..... E

3. Secciones generales relacionadas con la temática del sitio web..... B

4. Presentación del contenido de cada sección general..... B

### Navegación (producto-compra)

5. Número de clicks para a la decisión de realizar la compra..... E

6. Información de los productos para llegar a la decisión de realizar la compra ..... E

7. Mapa de sitio o sección de búsqueda..... E

### Información del producto

8. Presentación de los productos en la misma página..... E

9. Cláusulas de aceptación de las condiciones de la compra..... P

10. Información de la empresa..... P

11. Formatos para impresión de la compra..... E

### Bases de datos

12. Utilización de base de datos para la información del usuario..... E

### Proceso de llenado de la información del usuario

13. Extensión de formatos..... B

### Compra

14. Presentación de logotipos o conocimiento de los bancos o tarjetas disponibles..... B

15. Elección de otras opciones de pago..... B

### Títulos de la ventana

16. Títulos de las páginas que se encuentra el usuario..... B

### Pesos/descarga de la página

17. Tiempo de descarga..... P

### Estilos

18. Utilización de íconos familiares..... P



Figura 34. Pantallas de la sección de comercio electrónico del sitio de Telmex (www.telmex.com)

## TABLA DE INFORMACIÓN

■ Pobre
 ■ Bien
 ■ Excelente

a diseño:	29 puntos	CFE:	43 puntos
Aeroméxico:	30 puntos	HSBC:	63 puntos
American Express:	31 puntos	Megared:	23 puntos
Caliente:	35 puntos	Reforma:	29 puntos
Cancón Hosting:	31 puntos	Telmex:	31 puntos
Comercio Online:	33 puntos		

	al diseño	Aeroméxico	American Express	Caliente	Cancón Hosting	Comercio Online	CFE	Megared	Reforma	Telmex	HSBC
Estilo de la página	E	E	E	E	B	B	E	B	P	B	B
Información principal	E	E	B	B	E	B	E	E	E	E	E
Descripción del producto	E	E	E	E	E	E	E	P	E	E	E
Características de la compra	P	B	P	E	P	E	E	E	E	E	E
Cláusulas de condiciones de la compra	P	E	E	B	E	P	E	P	P	P	B
Información de la empresa	E	E	P	E	E	E	E	P	E	E	E
Conocimiento de bancos o tarjetas	B	B	E	E	P	E	E	P	B	B	E
Títulos de las páginas	B	B	E	B	E	E	B	E	B	B	B
Utilización de iconos familiares	P	P	P	P	P	P	E	P	P	P	B

## TABLA DE NAVEGACION

Pobre Bien Excelente

a diseaño:	27 puntos	CFE:	35 puntos
AeromØxico:	35 puntos	HSBC:	35 puntos
American Express:	35 puntos	Megared:	23 puntos
Caliente:	29 puntos	Reforma:	33 puntos
Cancaen Hosting:	27 puntos	Telmex:	29 puntos
Comercio Online:	27 puntos		

	a diseaño	AeromØxico	American Express	Caliente	Cancaen Hosting	Comercio Online	CFE	HSBC	Megared	Reforma	Telmex
Secciones generales	E	E	E	E	B	B	E	E	B	E	B
Contenido de cada secci n general	E	E	E	E	B	B	E	E	B	E	B
Clicks para decisi n de compra	E	E	E	E	E	E	E	E	E	E	E
Informaci n de los productos	E	E	E	E	E	E	E	E	E	E	E
Mapa de sitio o secci n de boesqueda	P	E	E	P	P	P	E	E	E	E	E
Opci n de continuar comprando	B	E	E	E	E	E	E	E	P	E	E
Extensi n de formatos	B	E	E	B	E	E	E	E	P	B	B

## TABLA DE SERVICIOS

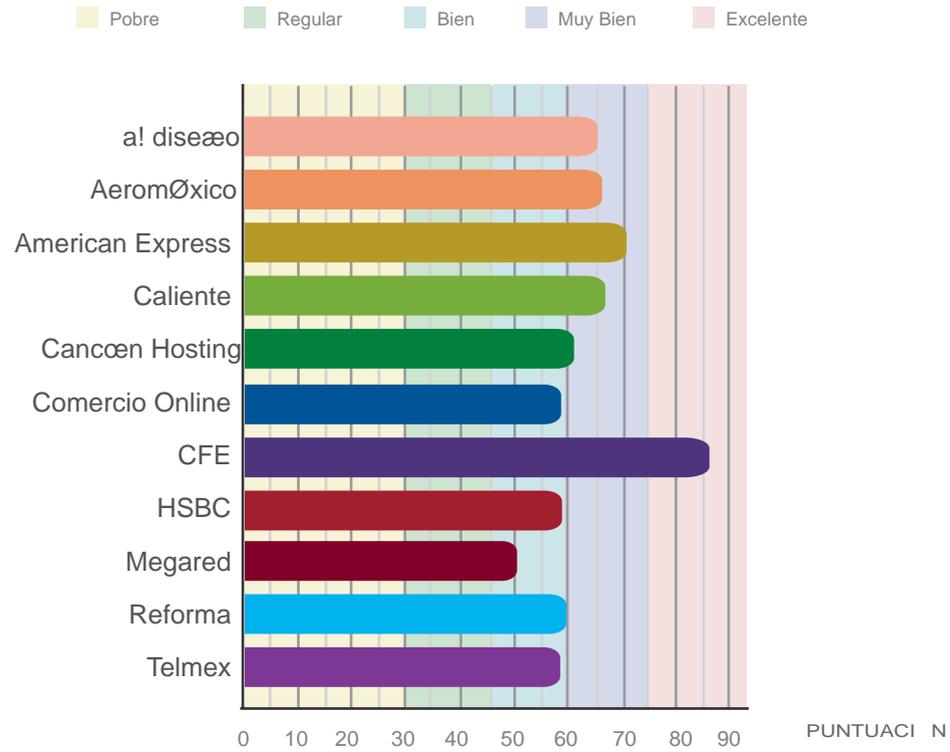
a diseaño:	16 puntos	CFE:	16 puntos
AeromØxico:	10 puntos	HSBC:	18 puntos
American Express:	14 puntos	Megared:	10 puntos
Caliente:	12 puntos	Reforma:	14 puntos
Cancaen Hosting:	12 puntos	Telmex:	14 puntos
Comercio Online:	16 puntos		

	a diseaño	AeromØxico	American Express	Caliente	Cancaen Hosting	Comercio Online	CFE	HSBC	Megared	Reforma	Telmex
Formatos para impresi n	P	E	P	P	P	E	E	E	B	B	E
Base de datos	E	P	E	E	P	E	E	E	E	E	E
Opciones de pago	E	B	B	E	E	E	P	E	P	E	B
Tiempo de descarga	E	P	E	P	E	P	E	B	P	P	P

## TABLA DE MULTIMEDIA

	al diseæo	AeromØxico	American Express	Caliente	Cancœn Hosting	Comercio Online	CFE	HSBC	Megared	Reforma	Telmex
uso de animaci n	E	E	P	P	E	NO	E	E	P	NO	NO
uso de imÆgenes	E	B	P	P	E	B	E	E	B	B	E
uso de sonido	NO	NO	NO	NO	NO	E	NO	NO	NO	NO	NO

## TABLA COMPARATIVA



## PÁGINAS EXTRANJERAS DE COMERCIO ELECTRÓNICO

Agfa ([www.agfa-artcards.com](http://www.agfa-artcards.com))

Amazon ([www.amazon.com](http://www.amazon.com))

Apple ([store.apple.com](http://store.apple.com))

Cartoon Network ([www.cartoonnetwork.com](http://www.cartoonnetwork.com))

Bigwords ([www.bigwords.com](http://www.bigwords.com))

Buy ([www.buy.com](http://www.buy.com))

Dean&deluca ([www.deandeluca.com](http://www.deandeluca.com))

Design Hotels ([www.designhotels.com](http://www.designhotels.com))

Galerie Gaultier ([www.galeriegaultier.com](http://www.galeriegaultier.com))

Guild ([www.guild.com](http://www.guild.com))

Fanfire ([www.fanfire.com](http://www.fanfire.com))

Nike ([www.niketown.com](http://www.niketown.com))

Petco ([www.petco.com](http://www.petco.com))

Petsmart ([www.petsmart.com](http://www.petsmart.com))

S exotic animals ([www.sandsexoticanimals.com](http://www.sandsexoticanimals.com))

Timex ([www.timex.com](http://www.timex.com))

## Agfa

Análisis Heurístico

Puntuación: 81 puntos

Calificación: Bien

### Puntos adicionales:

Negativos

- Es muy fácil perderse dentro este sitio.

<b>Formato de la página</b>	
1. Estilo de página que se emplea para el comercio electrónico.....	P
<b>Información en cada página</b>	
2. Información o imágenes en la página principal.....	E
3. Secciones generales relacionadas con la temática del sitio web.....	B
4. Presentación del contenido de cada sección general.....	B
<b>Navegación (producto-compra)</b>	
5. Número de clicks para a la decisión de realizar la compra.....	B
6. Información de los productos para llegar a la decisión de realizar la compra .....	B
7. Mapa de sitio o sección de búsqueda.....	B
<b>Información del producto</b>	
8. Presentación de los productos en la misma página.....	B
<b>Descripción del producto</b>	
9. Descripción del producto y sus características.....	E
10. Presentación del reporte de la compra(s) hecha(s) hasta este punto.....	E
<b>Reporte de la compra</b>	
11. Características de las propiedades de la compra que ha realizado.....	E
12. Opción de continuar comprando.....	B
13. Opción de finalizar la compra.....	B
14. Presentación en un lugar visible de la página el número de productos elegidos .....	P
<b>Envío</b>	
15. Opción para elegir el status de tu envío.....	E
16. Devoluciones.....	E
<b>Garantía de seguridad</b>	
17. Presentación de logotipo o de un certificado de seguridad.....	B
18. Cláusulas de aceptación de las condiciones de la compra.....	B
19. Información de la empresa.....	B
20. Formatos para impresión de la compra.....	P
<b>Bases de datos</b>	
21. Utilización de base de datos para la información del usuario.....	P
<b>Proceso de llenado de la información del usuario</b>	
22. Extensión de formatos.....	E
<b>Compra</b>	
23. Presentación de logotipos o conocimiento de los bancos o tarjetas disponibles.....	P
24. Elección de otras opciones de pago.....	P
<b>Títulos de la ventana</b>	
25. Títulos de las páginas que se encuentra el usuario.....	E
<b>Pesos/descarga de la página</b>	
26. Tiempo de descarga.....	B
<b>Estilos</b>	
27. Utilización de íconos familiares.....	P



Figura 35. Pantallas de la sección de comercio electrónico del sitio de Agfa (www.agfa-artcart.com)

# Amazon

Análisis Heurístico

Puntuación: 121 puntos

Calificación: Excelente

## Puntos adicionales:

Positivas

++ Muestra una sección personalizada del usuario una vez que está registrado.

+ Se ve en todo momento la opción para que veas tu carrito de compras.

## Formato de la página

1. Estilo de página que se emplea para el comercio electrónico..... E

## Información en cada página

2. Información o imágenes en la página principal..... E

3. Secciones generales relacionadas con la temática del sitio web..... E

4. Presentación del contenido de cada sección general..... E

## Navegación (producto-compra)

5. Número de clicks para a la decisión de realizar la compra..... E

6. Información de los productos para llegar a la decisión de realizar la compra ..... E

7. Mapa de sitio o sección de búsqueda..... E

## Información del producto

8. Presentación de los productos en la misma página..... E

## Descripción del producto

9. Descripción del producto y sus características..... E

10. Presentación del reporte de la compra(s) hecha(s) hasta este punto..... E

## Reporte de la compra

11. Características de las propiedades de la compra que ha realizado..... E

12. Opción de continuar comprando..... B

13. Opción de finalizar la compra..... E

14. Presentación en un lugar visible de la página el número de productos elegidos ..... P

## Envío

15. Opción para elegir el status de tu envío..... E

16. Devoluciones..... E

## Garantía de seguridad

17. Presentación de logotipo o de un certificado de seguridad..... B

18. Cláusulas de aceptación de las condiciones de la compra..... E

19. Información de la empresa..... P

20. Formatos para impresión de la compra..... E

## Bases de datos

21. Utilización de base de datos para la información del usuario..... E

## Proceso de llenado de la información del usuario

22. Extensión de formatos..... E

## Compra

23. Presentación de logotipos o conocimiento de los bancos o tarjetas disponibles..... E

24. Elección de otras opciones de pago..... B

## Títulos de la ventana

25. Títulos de las páginas que se encuentra el usuario..... E

## Pesos/descarga de la página

26. Tiempo de descarga..... E

## Estilos

27. Utilización de íconos familiares..... E



Figura 36. Pantallas de la sección de comercio electrónico del sitio de Amazon (www.amazon.com)

# Apple

Análisis Heurístico

Puntuación: 116 puntos

Calificación: Excelente

## Puntos adicionales:

Positivos

+ Un diseño muy limpio.

+ Navegación muy clara.

+ Buenas imágenes.

<b>Formato de la página</b>	
1. Estilo de página que se emplea para el comercio electrónico.....	E
<b>Información en cada página</b>	
2. Información o imágenes en la página principal.....	E
3. Secciones generales relacionadas con la temática del sitio web.....	B
4. Presentación del contenido de cada sección general.....	B
<b>Navegación (producto-compra)</b>	
5. Número de clicks para a la decisión de realizar la compra.....	E
6. Información de los productos para llegar a la decisión de realizar la compra .....	E
7. Mapa de sitio o sección de búsqueda.....	E
<b>Información del producto</b>	
8. Presentación de los productos en la misma página.....	E
<b>Descripción del producto</b>	
9. Descripción del producto y sus características.....	E
10. Presentación del reporte de la compra(s) hecha(s) hasta este punto.....	E
<b>Reporte de la compra</b>	
11. Características de las propiedades de la compra que ha realizado.....	E
12. Opción de continuar comprando.....	E
13. Opción de finalizar la compra.....	E
14. Presentación en un lugar visible de la página el número de productos elegidos .....	P
<b>Envío</b>	
15. Opción para elegir el status de tu envío.....	E
16. Devoluciones.....	E
<b>Garantía de seguridad</b>	
17. Presentación de logotipo o de un certificado de seguridad.....	P
18. Cláusulas de aceptación de las condiciones de la compra.....	E
19. Información de la empresa.....	E
20. Formatos para impresión de la compra.....	P
<b>Bases de datos</b>	
21. Utilización de base de datos para la información del usuario.....	E
<b>Proceso de llenado de la información del usuario</b>	
22. Extensión de formatos.....	P
<b>Compra</b>	
23. Presentación de logotipos o conocimiento de los bancos o tarjetas disponibles.....	E
24. Elección de otras opciones de pago.....	E
<b>Títulos de la ventana</b>	
25. Títulos de las páginas que se encuentra el usuario.....	E
<b>Pesos/descarga de la página</b>	
26. Tiempo de descarga.....	B
<b>Estilos</b>	
27. Utilización de íconos familiares.....	E

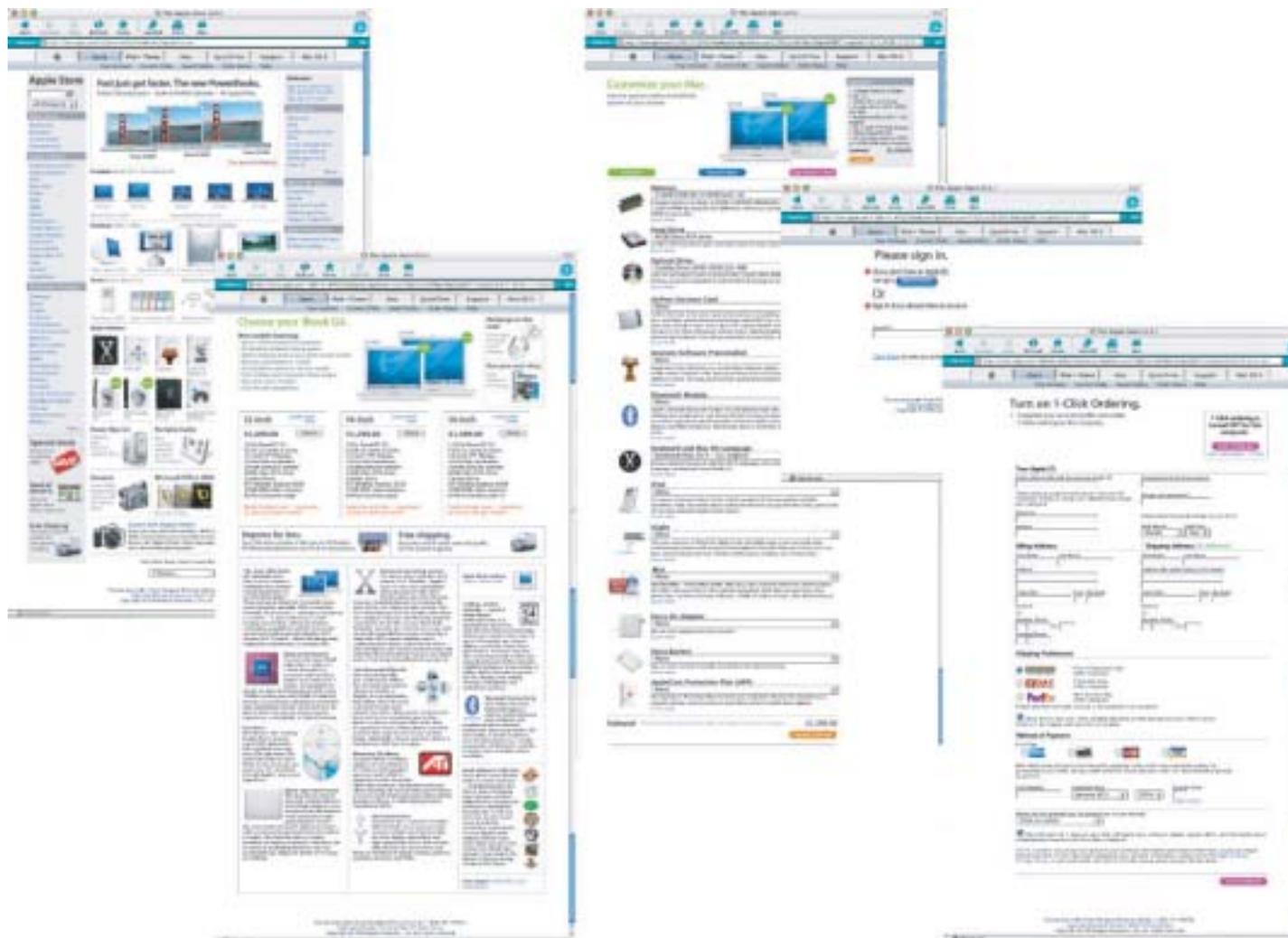


Figura 37. Pantallas de la sección de comercio electrónico del sitio de Apple (store.apple.com)

# Cartoon Network

Análisis Heurístico

Puntuación: 110 puntos

Calificación: Bien

## Puntos adicionales:

Negativos

- Demasiada publicidad en las páginas.

- Información muy extensa en las páginas.

## Formato de la página

1. Estilo de página que se emplea para el comercio electrónico..... E

## Información en cada página

2. Información o imágenes en la página principal..... E

3. Secciones generales relacionadas con la temática del sitio web..... E

4. Presentación del contenido de cada sección general..... E

## Navegación (producto-compra)

5. Número de clicks para a la decisión de realizar la compra..... E

6. Información de los productos para llegar a la decisión de realizar la compra ..... E

7. Mapa de sitio o sección de búsqueda..... E

## Información del producto

8. Presentación de los productos en la misma página..... E

## Descripción del producto

9. Descripción del producto y sus características..... E

10. Presentación del reporte de la compra(s) hecha(s) hasta este punto..... E

## Reporte de la compra

11. Características de las propiedades de la compra que ha realizado..... E

12. Opción de continuar comprando..... E

13. Opción de finalizar la compra..... E

14. Presentación en un lugar visible de la página el número de productos elegidos ..... P

## Envío

15. Opción para elegir el status de tu envío..... E

16. Devoluciones..... P

## Garantía de seguridad

17. Presentación de logotipo o de un certificado de seguridad..... B

18. Cláusulas de aceptación de las condiciones de la compra..... E

19. Información de la empresa..... E

20. Formatos para impresión de la compra..... P

## Bases de datos

21. Utilización de base de datos para la información del usuario..... P

## Proceso de llenado de la información del usuario

22. Extensión de formatos..... E

## Compra

23. Presentación de logotipos o conocimiento de los bancos o tarjetas disponibles..... B

24. Elección de otras opciones de pago..... B

## Títulos de la ventana

25. Títulos de las páginas que se encuentra el usuario..... E

## Pesos/descarga de la página

26. Tiempo de descarga..... P

## Estilos

27. Utilización de íconos familiares..... E



Figura 38. Pantallas de la sección de comercio electrónico del sitio de Cartoon Network ([www.cartoonnetwork.com](http://www.cartoonnetwork.com))

## Bigwords

Análisis Heurístico

Puntuación: 69 puntos

Calificación: Muy Bien

### Puntos adicionales:

Negativos

- No cargó todas las imágenes.

<b>Formato de la página</b>	
1. Estilo de página que se emplea para el comercio electrónico.....	E
<b>Información en cada página</b>	
2. Información o imágenes en la página principal.....	P
3. Secciones generales relacionadas con la temática del sitio web.....	E
4. Presentación del contenido de cada sección general.....	E
<b>Navegación (producto-compra)</b>	
5. Número de clicks para a la decisión de realizar la compra.....	E
6. Información de los productos para llegar a la decisión de realizar la compra .....	E
7. Mapa de sitio o sección de búsqueda.....	E
<b>Información del producto</b>	
8. Presentación de los productos en la misma página.....	E
<b>Descripción del producto</b>	
9. Descripción del producto y sus características.....	B
10. Presentación del reporte de la compra(s) hecha(s) hasta este punto.....	E
<b>Reporte de la compra</b>	
11. Características de las propiedades de la compra que ha realizado.....	E
12. Opción de continuar comprando.....	B
13. Opción de finalizar la compra.....	P
14. Presentación en un lugar visible de la página el número de productos elegidos .....	P
<b>Envío</b>	
15. Opción para elegir el status de tu envío.....	P
16. Devoluciones.....	P
<b>Garantía de seguridad</b>	
17. Presentación de logotipo o de un certificado de seguridad.....	P
18. Cláusulas de aceptación de las condiciones de la compra.....	P
19. Información de la empresa.....	B
20. Formatos para impresión de la compra.....	P
<b>Bases de datos</b>	
21. Utilización de base de datos para la información del usuario.....	P
<b>Proceso de llenado de la información del usuario</b>	
22. Extensión de formatos.....	P
<b>Compra</b>	
23. Presentación de logotipos o conocimiento de los bancos o tarjetas disponibles.....	P
24. Elección de otras opciones de pago.....	P
<b>Títulos de la ventana</b>	
25. Títulos de las páginas que se encuentra el usuario.....	P
<b>Pesos/descarga de la página</b>	
26. Tiempo de descarga.....	B
<b>Estilos</b>	
27. Utilización de íconos familiares.....	P



Figura 39. Pantallas de la sección de comercio electrónico del sitio de Bigword ([www.bigwords.com](http://www.bigwords.com))

# Buy

Análisis Heurístico  
Puntuación: 123 puntos  
Calificación: Excelente

## Puntos adicionales:

Negativos  
- Demasiada publicidad en las páginas.  
- Información muy extensa en las páginas

<b>Formato de la página</b>	
1. Estilo de página que se emplea para el comercio electrónico.....	E
<b>Información en cada página</b>	
2. Información o imágenes en la página principal.....	E
3. Secciones generales relacionadas con la temática del sitio web.....	E
4. Presentación del contenido de cada sección general.....	E
<b>Navegación (producto-compra)</b>	
5. Número de clicks para a la decisión de realizar la compra.....	E
6. Información de los productos para llegar a la decisión de realizar la compra .....	E
7. Mapa de sitio o sección de búsqueda.....	E
<b>Información del producto</b>	
8. Presentación de los productos en la misma página.....	E
<b>Descripción del producto</b>	
9. Descripción del producto y sus características.....	E
10. Presentación del reporte de la compra(s) hecha(s) hasta este punto.....	E
<b>Reporte de la compra</b>	
11. Características de las propiedades de la compra que ha realizado.....	E
12. Opción de continuar comprando.....	E
13. Opción de finalizar la compra.....	E
14. Presentación en un lugar visible de la página el número de productos elegidos .....	P
<b>Envío</b>	
15. Opción para elegir el status de tu envío.....	E
16. Devoluciones.....	E
<b>Garantía de seguridad</b>	
17. Presentación de logotipo o de un certificado de seguridad.....	E
18. Cláusulas de aceptación de las condiciones de la compra.....	E
19. Información de la empresa.....	E
20. Formatos para impresión de la compra.....	P
<b>Bases de datos</b>	
21. Utilización de base de datos para la información del usuario.....	E
<b>Proceso de llenado de la información del usuario</b>	
22. Extensión de formatos.....	B
<b>Compra</b>	
23. Presentación de logotipos o conocimiento de los bancos o tarjetas disponibles.....	B
24. Elección de otras opciones de pago.....	E
<b>Títulos de la ventana</b>	
25. Títulos de las páginas que se encuentra el usuario.....	E
<b>Pesos/descarga de la página</b>	
26. Tiempo de descarga.....	E
<b>Estilos</b>	
27. Utilización de íconos familiares.....	B



Figura 40. Pantallas de la sección de comercio electrónico del sitio de Buy (www.buy.com)

## Dean & Deluca

Análisis Heurístico

Puntuación: 117 puntos

Calificación: Excelente

### Puntos adicionales:

Positivos

+ Se observa el carrito de compras desde cualquier parte del sitio.

+ Muestra la opción de registrarse si así lo desea el usuario.

### Formato de la página

1. Estilo de página que se emplea para el comercio electrónico..... E

### Información en cada página

2. Información o imágenes en la página principal..... E

3. Secciones generales relacionadas con la temática del sitio web..... E

4. Presentación del contenido de cada sección general..... E

### Navegación (producto-compra)

5. Número de clicks para a la decisión de realizar la compra..... E

6. Información de los productos para llegar a la decisión de realizar la compra ..... E

7. Mapa de sitio o sección de búsqueda..... E

### Información del producto

8. Presentación de los productos en la misma página..... E

### Descripción del producto

9. Descripción del producto y sus características..... E

10. Presentación del reporte de la compra(s) hecha(s) hasta este punto..... E

### Reporte de la compra

11. Características de las propiedades de la compra que ha realizado..... E

12. Opción de continuar comprando..... E

13. Opción de finalizar la compra..... E

14. Presentación en un lugar visible de la página el número de productos elegidos ..... B

### Envío

15. Opción para elegir el status de tu envío..... E

16. Devoluciones..... E

### Garantía de seguridad

17. Presentación de logotipo o de un certificado de seguridad..... B

18. Cláusulas de aceptación de las condiciones de la compra..... E

19. Información de la empresa..... E

20. Formatos para impresión de la compra..... P

### Bases de datos

21. Utilización de base de datos para la información del usuario..... E

### Proceso de llenado de la información del usuario

22. Extensión de formatos..... B

### Compra

23. Presentación de logotipos o conocimiento de los bancos o tarjetas disponibles..... P

24. Elección de otras opciones de pago..... B

### Títulos de la ventana

25. Títulos de las páginas que se encuentra el usuario..... E

### Pesos/descarga de la página

26. Tiempo de descarga..... E

### Estilos

27. Utilización de íconos familiares..... P



Figura 41. Pantallas de la sección de comercio electrónico del sitio de Dean&DeLuca (www.deandeluca.com)

## Design Hotels

Análisis Heurístico  
Puntuación: 88 puntos  
Calificación: Bien

### Puntos adicionales:

Positivos

+ Se observa el carrito de compras desde cualquier parte del sitio.

+ Muestra la opción de registrarse si así lo desea el usuario.

<b>Formato de la página</b>	
1. Estilo de página que se emplea para el comercio electrónico.....	E
<b>Información en cada página</b>	
2. Información o imágenes en la página principal.....	E
3. Secciones generales relacionadas con la temática del sitio web.....	E
4. Presentación del contenido de cada sección general.....	E
<b>Navegación (producto-compra)</b>	
5. Número de clicks para a la decisión de realizar la compra.....	E
6. Información de los productos para llegar a la decisión de realizar la compra .....	E
7. Mapa de sitio o sección de búsqueda.....	B
<b>Información del producto</b>	
8. Presentación de los productos en la misma página.....	E
<b>Descripción del producto</b>	
9. Descripción del producto y sus características.....	E
10. Presentación del reporte de la compra(s) hecha(s) hasta este punto.....	E
<b>Reporte de la compra</b>	
11. Características de las propiedades de la compra que ha realizado.....	E
12. Opción de continuar comprando.....	P
13. Opción de finalizar la compra.....	P
14. Presentación en un lugar visible de la página el número de productos elegidos .....	P
<b>Envío</b>	
15. Opción para elegir el status de tu envío.....	P
16. Devoluciones.....	P
<b>Garantía de seguridad</b>	
17. Presentación de logotipo o de un certificado de seguridad.....	E
18. Cláusulas de aceptación de las condiciones de la compra.....	P
19. Información de la empresa.....	E
20. Formatos para impresión de la compra.....	P
<b>Bases de datos</b>	
21. Utilización de base de datos para la información del usuario.....	P
<b>Proceso de llenado de la información del usuario</b>	
22. Extensión de formatos.....	E
<b>Compra</b>	
23. Presentación de logotipos o conocimiento de los bancos o tarjetas disponibles.....	B
24. Elección de otras opciones de pago.....	B
<b>Títulos de la ventana</b>	
25. Títulos de las páginas que se encuentra el usuario.....	B
<b>Pesos/descarga de la página</b>	
26. Tiempo de descarga.....	B
<b>Estilos</b>	
27. Utilización de íconos familiares.....	P



**Figura 42.** Pantallas de la sección de comercio electrónico del sitio de Design Hotels ([www.designhotels.com](http://www.designhotels.com))

# Galerie Gaultier

Análisis Heurístico

Puntuación: 100 puntos

Calificación: Muy Bien

## Formato de la página

1. Estilo de página que se emplea para el comercio electrónico..... B

## Información en cada página

2. Información o imágenes en la página principal..... B

3. Secciones generales relacionadas con la temática del sitio web..... E

4. Presentación del contenido de cada sección general..... E

## Navegación (producto-compra)

5. Número de clicks para a la decisión de realizar la compra..... E

6. Información de los productos para llegar a la decisión de realizar la compra ..... E

7. Mapa de sitio o sección de búsqueda..... P

## Información del producto

8. Presentación de los productos en la misma página..... P

## Descripción del producto

9. Descripción del producto y sus características..... E

10. Presentación del reporte de la compra(s) hecha(s) hasta este punto..... E

## Reporte de la compra

11. Características de las propiedades de la compra que ha realizado..... E

12. Opción de continuar comprando..... E

13. Opción de finalizar la compra..... E

14. Presentación en un lugar visible de la página el número de productos elegidos ..... P

## Envío

15. Opción para elegir el status de tu envío..... B

16. Devoluciones..... B

## Garantía de seguridad

17. Presentación de logotipo o de un certificado de seguridad..... B

18. Cláusulas de aceptación de las condiciones de la compra..... P

19. Información de la empresa..... E

20. Formatos para impresión de la compra..... P

## Bases de datos

21. Utilización de base de datos para la información del usuario..... E

## Proceso de llenado de la información del usuario

22. Extensión de formatos..... B

## Compra

23. Presentación de logotipos o conocimiento de los bancos o tarjetas disponibles..... E

24. Elección de otras opciones de pago..... E

## Títulos de la ventana

25. Títulos de las páginas que se encuentra el usuario..... E

## Pesos/descarga de la página

26. Tiempo de descarga..... B

## Estilos

27. Utilización de íconos familiares..... E



**Figura 43.** Pantallas de la sección de comercio electrónico del sitio de Galerie Gaultier ([www.galeriegaultier.com](http://www.galeriegaultier.com))

## Guild

Análisis Heurístico  
Puntuación: 123 puntos  
Calificación: Excelente

### Puntos adicionales:

Positivos  
+Escelente diseño

<b>Formato de la página</b>	
1. Estilo de página que se emplea para el comercio electrónico.....	E
<b>Información en cada página</b>	
2. Información o imágenes en la página principal.....	E
3. Secciones generales relacionadas con la temática del sitio web.....	E
4. Presentación del contenido de cada sección general.....	E
<b>Navegación (producto-compra)</b>	
5. Número de clicks para a la decisión de realizar la compra.....	E
6. Información de los productos para llegar a la decisión de realizar la compra .....	E
7. Mapa de sitio o sección de búsqueda.....	E
<b>Información del producto</b>	
8. Presentación de los productos en la misma página.....	E
<b>Descripción del producto</b>	
9. Descripción del producto y sus características.....	E
10. Presentación del reporte de la compra(s) hecha(s) hasta este punto.....	E
<b>Reporte de la compra</b>	
11. Características de las propiedades de la compra que ha realizado.....	E
12. Opción de continuar comprando.....	E
13. Opción de finalizar la compra.....	E
14. Presentación en un lugar visible de la página el número de productos elegidos .....	P
<b>Envío</b>	
15. Opción para elegir el status de tu envío.....	E
16. Devoluciones.....	E
<b>Garantía de seguridad</b>	
17. Presentación de logotipo o de un certificado de seguridad.....	B
18. Cláusulas de aceptación de las condiciones de la compra.....	E
19. Información de la empresa.....	E
20. Formatos para impresión de la compra.....	P
<b>Bases de datos</b>	
21. Utilización de base de datos para la información del usuario.....	E
<b>Proceso de llenado de la información del usuario</b>	
22. Extensión de formatos.....	E
<b>Compra</b>	
23. Presentación de logotipos o conocimiento de los bancos o tarjetas disponibles.....	E
24. Elección de otras opciones de pago.....	E
<b>Títulos de la ventana</b>	
25. Títulos de las páginas que se encuentra el usuario.....	E
<b>Pesos/descarga de la página</b>	
26. Tiempo de descarga.....	B
<b>Estilos</b>	
27. Utilización de íconos familiares.....	E

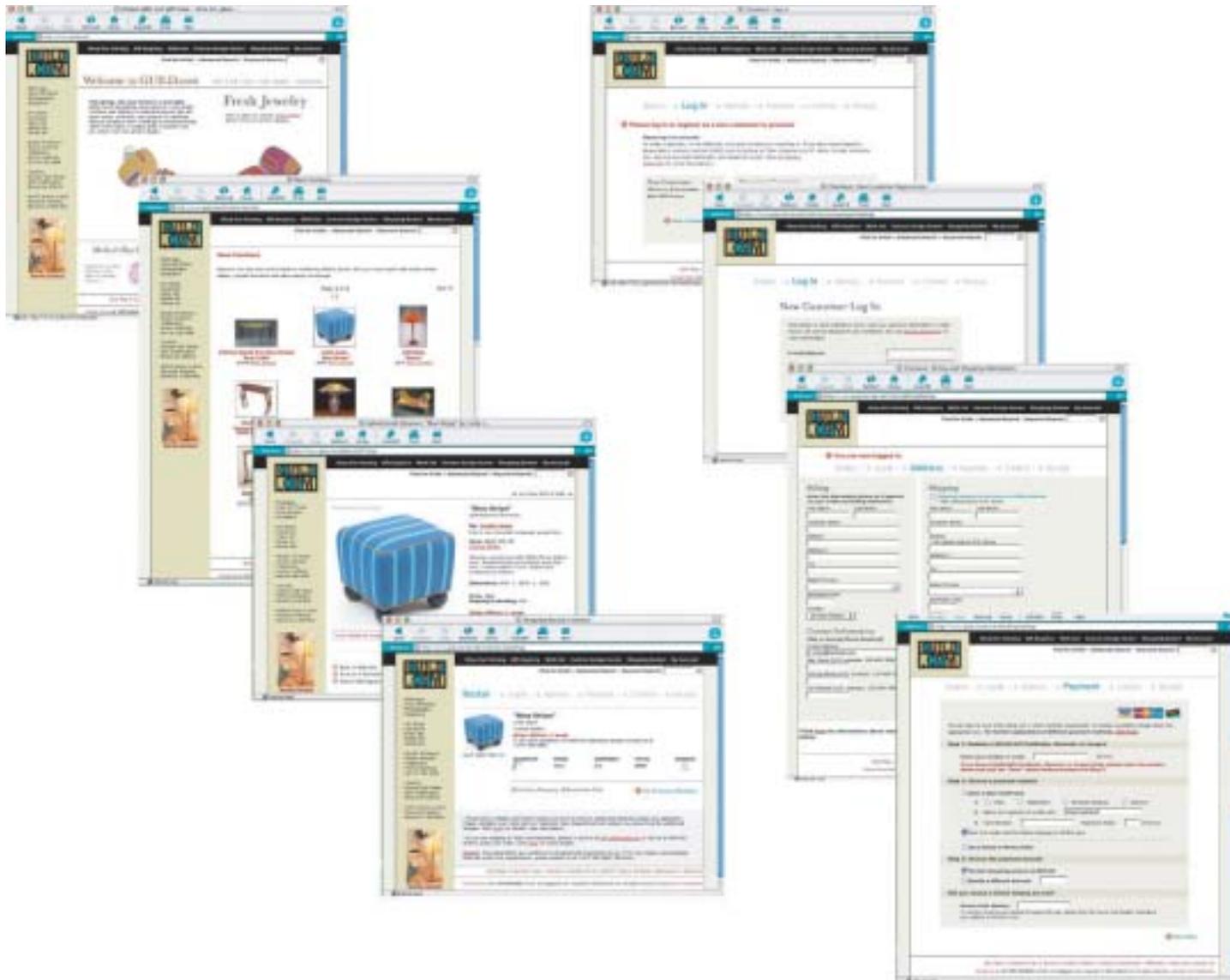


Figura 44. Pantallas de la sección de comercio electrónico del sitio de Guild (www.guild.com)

## Fanfire

Análisis Heurístico

Puntuación: 100 puntos

Calificación: Muy Bien

### Puntos adicionales:

Negativos

-- Cuenta con un diseño en su sitio Web que no ofrece nada al usuario, convirtiendolo en algo tedioso.

<b>Formato de la página</b>	
1. Estilo de página que se emplea para el comercio electrónico.....	E
<b>Información en cada página</b>	
2. Información o imágenes en la página principal.....	P
3. Secciones generales relacionadas con la temática del sitio web.....	E
4. Presentación del contenido de cada sección general.....	E
<b>Navegación (producto-compra)</b>	
5. Número de clicks para a la decisión de realizar la compra.....	E
6. Información de los productos para llegar a la decisión de realizar la compra .....	E
7. Mapa de sitio o sección de búsqueda.....	E
<b>Información del producto</b>	
8. Presentación de los productos en la misma página.....	E
<b>Descripción del producto</b>	
9. Descripción del producto y sus características.....	E
10. Presentación del reporte de la compra(s) hecha(s) hasta este punto.....	E
<b>Reporte de la compra</b>	
11. Características de las propiedades de la compra que ha realizado.....	E
12. Opción de continuar comprando.....	E
13. Opción de finalizar la compra.....	E
14. Presentación en un lugar visible de la página el número de productos elegidos .....	P
<b>Envío</b>	
15. Opción para elegir el status de tu envío.....	B
16. Devoluciones.....	B
<b>Garantía de seguridad</b>	
17. Presentación de logotipo o de un certificado de seguridad.....	P
18. Cláusulas de aceptación de las condiciones de la compra.....	B
19. Información de la empresa.....	B
20. Formatos para impresión de la compra.....	B
<b>Bases de datos</b>	
21. Utilización de base de datos para la información del usuario.....	E
<b>Proceso de llenado de la información del usuario</b>	
22. Extensión de formatos.....	B
<b>Compra</b>	
23. Presentación de logotipos o conocimiento de los bancos o tarjetas disponibles.....	E
24. Elección de otras opciones de pago.....	E
<b>Títulos de la ventana</b>	
25. Títulos de las páginas que se encuentra el usuario.....	B
<b>Pesos/descarga de la página</b>	
26. Tiempo de descarga.....	B
<b>Estilos</b>	
27. Utilización de íconos familiares.....	B



Figura 45. Pantallas de la sección de comercio electrónico del sitio de Fanfire (www.fanfire.com)

# Nike

Análisis Heurístico  
Puntuación: 113 puntos  
Calificación: Bien

## Puntos adicionales:

Positivos  
+ Un diseño muy limpio del sitio Web.

<b>Formato de la página</b>	
1. Estilo de página que se emplea para el comercio electrónico.....	E
<b>Información en cada página</b>	
2. Información o imágenes en la página principal.....	E
3. Secciones generales relacionadas con la temática del sitio web.....	E
4. Presentación del contenido de cada sección general.....	E
<b>Navegación (producto-compra)</b>	
5. Número de clicks para a la decisión de realizar la compra.....	E
6. Información de los productos para llegar a la decisión de realizar la compra .....	E
7. Mapa de sitio o sección de búsqueda.....	E
<b>Información del producto</b>	
8. Presentación de los productos en la misma página.....	E
<b>Descripción del producto</b>	
9. Descripción del producto y sus características.....	E
10. Presentación del reporte de la compra(s) hecha(s) hasta este punto.....	E
<b>Reporte de la compra</b>	
11. Características de las propiedades de la compra que ha realizado.....	E
12. Opción de continuar comprando.....	E
13. Opción de finalizar la compra.....	E
14. Presentación en un lugar visible de la página el número de productos elegidos .....	P
<b>Envío</b>	
15. Opción para elegir el status de tu envío.....	E
16. Devoluciones.....	B
<b>Garantía de seguridad</b>	
17. Presentación de logotipo o de un certificado de seguridad.....	E
18. Cláusulas de aceptación de las condiciones de la compra.....	E
19. Información de la empresa.....	E
20. Formatos para impresión de la compra.....	P
<b>Bases de datos</b>	
21. Utilización de base de datos para la información del usuario.....	E
<b>Proceso de llenado de la información del usuario</b>	
22. Extensión de formatos.....	E
<b>Compra</b>	
23. Presentación de logotipos o conocimiento de los bancos o tarjetas disponibles.....	B
24. Elección de otras opciones de pago.....	P
<b>Títulos de la ventana</b>	
25. Títulos de las páginas que se encuentra el usuario.....	E
<b>Pesos/descarga de la página</b>	
26. Tiempo de descarga.....	B
<b>Estilos</b>	
27. Utilización de íconos familiares.....	E

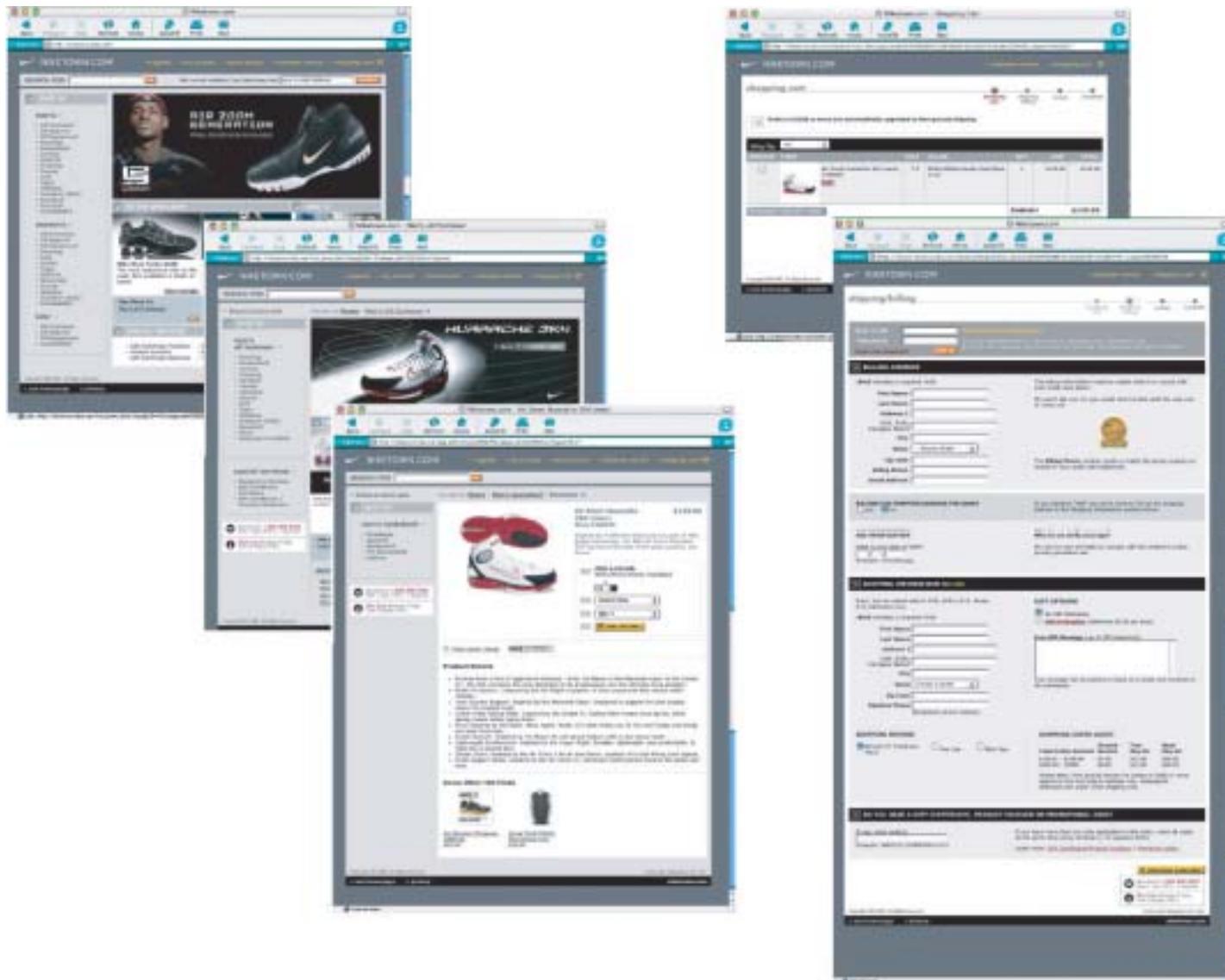


Figura 46. Pantallas de la sección de comercio electrónico del sitio de Nike (www.niketown.com)

# Petco

Análisis Heurístico  
Puntuación: 107 puntos  
Calificación: Muy Bien

## Puntos adicionales:

Negativos  
- Demasiada información en las pantallas del sitios.

<b>Formato de la página</b>	
1. Estilo de página que se emplea para el comercio electrónico.....	B
<b>Información en cada página</b>	
2. Información o imágenes en la página principal.....	B
3. Secciones generales relacionadas con la temática del sitio web.....	B
4. Presentación del contenido de cada sección general.....	B
<b>Navegación (producto-compra)</b>	
5. Número de clicks para a la decisión de realizar la compra.....	E
6. Información de los productos para llegar a la decisión de realizar la compra .....	E
7. Mapa de sitio o sección de búsqueda.....	E
<b>Información del producto</b>	
8. Presentación de los productos en la misma página.....	E
<b>Descripción del producto</b>	
9. Descripción del producto y sus características.....	E
10. Presentación del reporte de la compra(s) hecha(s) hasta este punto.....	E
<b>Reporte de la compra</b>	
11. Características de las propiedades de la compra que ha realizado.....	E
12. Opción de continuar comprando.....	E
13. Opción de finalizar la compra.....	E
14. Presentación en un lugar visible de la página el número de productos elegidos .....	P
<b>Envío</b>	
15. Opción para elegir el status de tu envío.....	E
16. Devoluciones.....	B
<b>Garantía de seguridad</b>	
17. Presentación de logotipo o de un certificado de seguridad.....	P
18. Cláusulas de aceptación de las condiciones de la compra.....	P
19. Información de la empresa.....	E
20. Formatos para impresión de la compra.....	E
<b>Bases de datos</b>	
21. Utilización de base de datos para la información del usuario.....	P
<b>Proceso de llenado de la información del usuario</b>	
22. Extensión de formatos.....	E
<b>Compra</b>	
23. Presentación de logotipos o conocimiento de los bancos o tarjetas disponibles.....	B
24. Elección de otras opciones de pago.....	B
<b>Títulos de la ventana</b>	
25. Títulos de las páginas que se encuentra el usuario.....	E
<b>Pesos/descarga de la página</b>	
26. Tiempo de descarga.....	B
<b>Estilos</b>	
27. Utilización de íconos familiares.....	E



Figura 47. Pantallas de la sección de comercio electrónico del sitio de Petco (www.petccom)

# Petsmart

Análisis Heurístico

Puntuación: 99 puntos

Calificación: Muy Bien

<b>Formato de la página</b>	
1. Estilo de página que se emplea para el comercio electrónico.....	E
<b>Información en cada página</b>	
2. Información o imágenes en la página principal.....	E
3. Secciones generales relacionadas con la temática del sitio web.....	E
4. Presentación del contenido de cada sección general.....	E
<b>Navegación (producto-compra)</b>	
5. Número de clicks para a la decisión de realizar la compra.....	E
6. Información de los productos para llegar a la decisión de realizar la compra .....	E
7. Mapa de sitio o sección de búsqueda.....	E
<b>Información del producto</b>	
8. Presentación de los productos en la misma página.....	E
<b>Descripción del producto</b>	
9. Descripción del producto y sus características.....	B
10. Presentación del reporte de la compra(s) hecha(s) hasta este punto.....	E
<b>Reporte de la compra</b>	
11. Características de las propiedades de la compra que ha realizado.....	B
12. Opción de continuar comprando.....	B
13. Opción de finalizar la compra.....	P
14. Presentación en un lugar visible de la página el número de productos elegidos .....	P
<b>Envío</b>	
15. Opción para elegir el status de tu envío.....	B
16. Devoluciones.....	B
<b>Garantía de seguridad</b>	
17. Presentación de logotipo o de un certificado de seguridad.....	P
18. Cláusulas de aceptación de las condiciones de la compra.....	E
19. Información de la empresa.....	P
20. Formatos para impresión de la compra.....	P
<b>Bases de datos</b>	
21. Utilización de base de datos para la información del usuario.....	E
<b>Proceso de llenado de la información del usuario</b>	
22. Extensión de formatos.....	E
<b>Compra</b>	
23. Presentación de logotipos o conocimiento de los bancos o tarjetas disponibles.....	P
24. Elección de otras opciones de pago.....	P
<b>Títulos de la ventana</b>	
25. Títulos de las páginas que se encuentra el usuario.....	E
<b>Pesos/descarga de la página</b>	
26. Tiempo de descarga.....	B
<b>Estilos</b>	
27. Utilización de íconos familiares.....	E

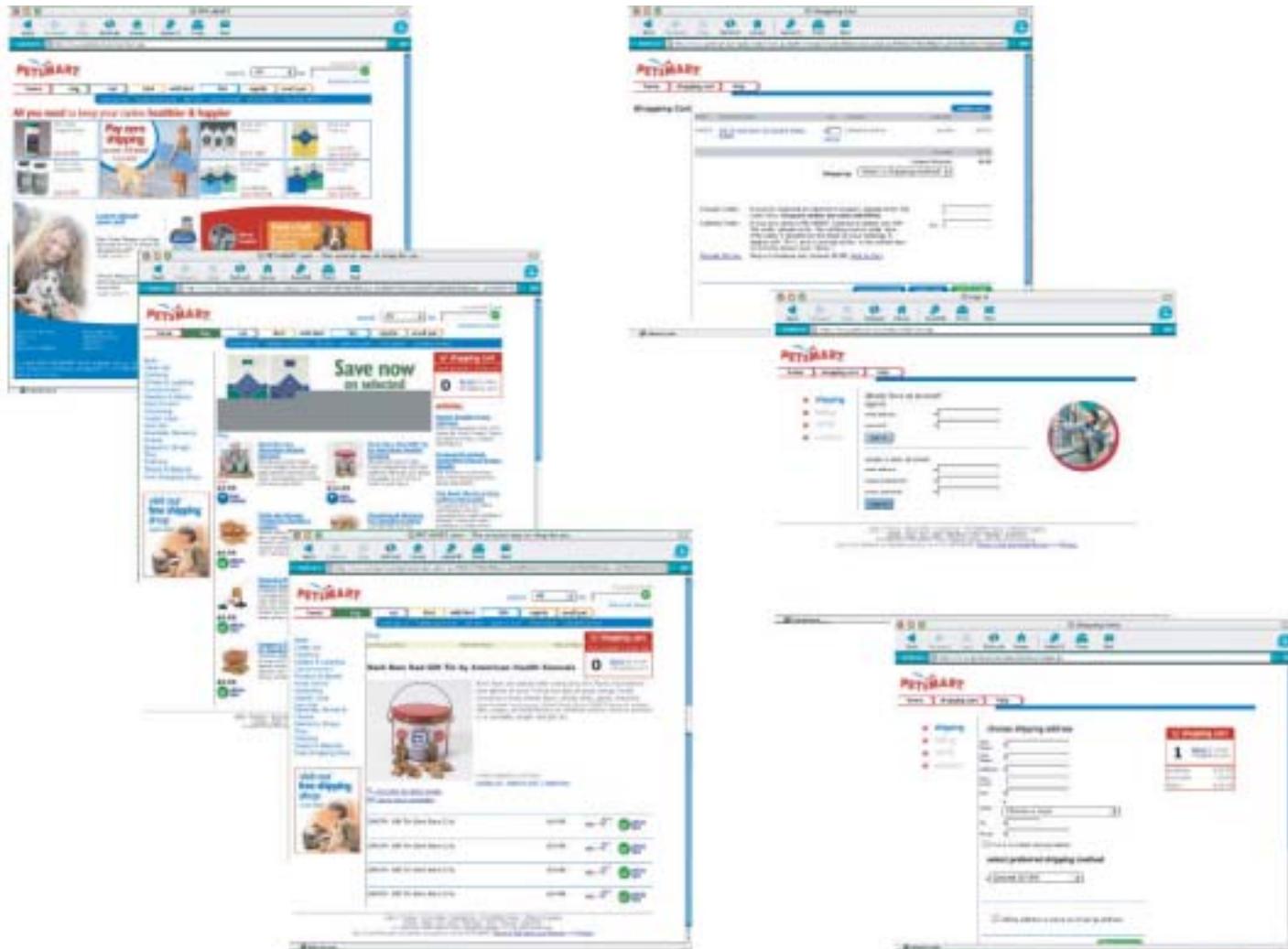


Figura 48. Pantallas de la sección de comercio electrónico del sitio de Petsmart (www.petsmart.com)

## S Exotic Animals

Análisis Heurístico

Puntuación: 88 puntos

Calificación: Bien

### Puntos adicionales:

Negativos

- Cuenta con un diseño muy tedioso para el usuario.

### Formato de la página

1. Estilo de página que se emplea para el comercio electrónico..... P

### Información en cada página

2. Información o imágenes en la página principal..... B

3. Secciones generales relacionadas con la temática del sitio web..... E

4. Presentación del contenido de cada sección general..... E

### Navegación (producto-compra)

5. Número de clicks para a la decisión de realizar la compra..... E

6. Información de los productos para llegar a la decisión de realizar la compra ..... E

7. Mapa de sitio o sección de búsqueda..... E

### Información del producto

8. Presentación de los productos en la misma página..... E

### Descripción del producto

9. Descripción del producto y sus características..... E

10. Presentación del reporte de la compra(s) hecha(s) hasta este punto..... B

### Reporte de la compra

11. Características de las propiedades de la compra que ha realizado..... E

12. Opción de continuar comprando..... E

13. Opción de finalizar la compra..... B

14. Presentación en un lugar visible de la página el número de productos elegidos ..... B

### Envío

15. Opción para elegir el status de tu envío..... B

16. Devoluciones..... B

### Garantía de seguridad

17. Presentación de logotipo o de un certificado de seguridad..... P

18. Cláusulas de aceptación de las condiciones de la compra..... P

19. Información de la empresa..... P

20. Formatos para impresión de la compra..... P

### Bases de datos

21. Utilización de base de datos para la información del usuario..... E

### Proceso de llenado de la información del usuario

22. Extensión de formatos..... P

### Compra

23. Presentación de logotipos o conocimiento de los bancos o tarjetas disponibles..... P

24. Elección de otras opciones de pago..... B

### Títulos de la ventana

25. Títulos de las páginas que se encuentra el usuario..... E

### Pesos/descarga de la página

26. Tiempo de descarga..... B

### Estilos

27. Utilización de íconos familiares..... P



Figura 49. Pantallas de la sección de comercio electrónico del sitio de S and exotics animals (www.sandsexoticanimals.com)

# Timex

Análisis Heurístico

Puntuación: 94 puntos

Calificación: Muy Bien

## Puntos adicionales:

Positivos

+ Diseño excelente.

<b>Formato de la página</b>	
1. Estilo de página que se emplea para el comercio electrónico.....	E
<b>Información en cada página</b>	
2. Información o imágenes en la página principal.....	E
3. Secciones generales relacionadas con la temática del sitio web.....	E
4. Presentación del contenido de cada sección general.....	E
<b>Navegación (producto-compra)</b>	
5. Número de clicks para a la decisión de realizar la compra.....	E
6. Información de los productos para llegar a la decisión de realizar la compra .....	E
7. Mapa de sitio o sección de búsqueda.....	E
<b>Información del producto</b>	
8. Presentación de los productos en la misma página.....	E
<b>Descripción del producto</b>	
9. Descripción del producto y sus características.....	E
10. Presentación del reporte de la compra(s) hecha(s) hasta este punto.....	E
<b>Reporte de la compra</b>	
11. Características de las propiedades de la compra que ha realizado.....	E
12. Opción de continuar comprando.....	E
13. Opción de finalizar la compra.....	E
14. Presentación en un lugar visible de la página el número de productos elegidos .....	P
<b>Envío</b>	
15. Opción para elegir el status de tu envío.....	E
16. Devoluciones.....	B
<b>Garantía de seguridad</b>	
17. Presentación de logotipo o de un certificado de seguridad.....	E
18. Cláusulas de aceptación de las condiciones de la compra.....	E
19. Información de la empresa.....	E
20. Formatos para impresión de la compra.....	P
<b>Bases de datos</b>	
21. Utilización de base de datos para la información del usuario.....	E
<b>Proceso de llenado de la información del usuario</b>	
22. Extensión de formatos.....	E
<b>Compra</b>	
23. Presentación de logotipos o conocimiento de los bancos o tarjetas disponibles.....	B
24. Elección de otras opciones de pago.....	P
<b>Títulos de la ventana</b>	
25. Títulos de las páginas que se encuentra el usuario.....	E
<b>Pesos/descarga de la página</b>	
26. Tiempo de descarga.....	B
<b>Estilos</b>	
27. Utilización de íconos familiares.....	E



Figura 50. Pantallas de la sección de comercio electrónico del sitio de Timex (www.timex.com)

TABLA COMPARATIVA

