

# Práctica 2

*Interacción Persona Computador*

Edgar Andrés

Erika Bracamonte

Paula de Jaime

# Índice

|                       |           |
|-----------------------|-----------|
| <b>Inspiraciones</b>  | <b>2</b>  |
| Stradivarius          | 2         |
| Desigual              | 2         |
| Amazon                | 2         |
| Zara                  | 3         |
| Mango                 | 3         |
| Hm                    | 4         |
| Aliexpress            | 4         |
| Alibaba               | 5         |
| <b>Punto de vista</b> | <b>6</b>  |
| Descripción           | 6         |
| <b>Storyboards</b>    | <b>7</b>  |
| <b>Bibliografía</b>   | <b>11</b> |

# Inspiraciones

## Stradivarius

<https://www.stradivarius.com/>

Son varias las web que tienen menús superiores que se despliegan sin tener que clicar encima, pero ésta es la primera en la que si haces click encima no te redirige a algún otro sitio.

Esta funcionalidad está infravalorada, ya que los usuarios que poseen menos (o ninguna) experiencia tienden a “clickar” sobre los elementos. De esta manera siempre son redirigidos sin entender muy bien lo que ha pasado o la forma de utilizar este tipo de menús.

## Desigual

<https://www.desigual.com/>

Esta web transmite que no hay que ser aburrido para ser serios. El color fucsia usado en los títulos y la tipografía sans-serif estilo cómic le aporta un toque de diversión, sin dejar de ser elegante y serio.

*“Desde entonces, no hemos parado de difundir positivismo, creatividad y, sobre todo, diversión.” [1]*

El diseño es bastante sencillo y moderno, usándose el blanco para darle un aire sofisticado. El fondo de las fotos de los productos es blanco junto con el fondo del sitio, haciendo un efecto visual de que los elementos están más espaciados de lo que están. Este diseño permite que los elementos siempre estén “respirando” incluso cuando dos estén adyacentes.

## Amazon

<https://www.amazon.com/>

La web oficial de esta organización está estructurada separando las distintas secciones como bien son los menús superiores, los laterales y el contenido de cada página. No hay lugar a dudas sobre qué elemento pertenece a qué sección.

Por otra parte, el proceso de compra es bastante cómodo, ya que cuando seleccionas “Comprar” en la página de un producto individual se te redirige a otra página donde se muestra claramente el producto añadido, el precio y la forma de acceder a la cesta.

En la página principal consigue hacer sentir al usuario que cuenta con productos de todo tipo sin llegar a excederse y volver loco al usuario con todas las opciones con las que cuenta.

Por último, esta web da una imagen seria, sofisticada y de confianza; Tres calificativos bastante importantes en los comercios en línea.

## Zara

<https://www.zara.com/es/>

La web oficial de esta organización gestiona la navegación mediante un menú desplegable bastante discreto en la parte izquierda, asimismo cuenta con una barra de búsqueda para localizar rápidamente productos.

En cuanto a la compra, al seleccionar un producto se pasa directamente a una vista individual del mismo, en el que se permite la selección de talla y se da la posibilidad de añadir productos al carrito sin necesidad de registro. Al añadir un producto se retroalimenta al usuario y se ofrece la posibilidad de ver el carrito. En el carrito se visionan claramente todos los productos comprados, y se ofrece la posibilidad de tramitar el pedido, esto hace al proceso: rápido, claro y dirigido.

Consigue atraer a los clientes gracias a su alto componente de diseño y a la muestra de varias piezas de distintas colecciones de ropa. La imagen que ofrece la página es seria y de confianza enfocada a maximizar la experiencia de usuario.

## Mango

<https://shop.mango.com/es>

La web gestiona la navegación mediante un menú superior desplegable que contiene todas las diferentes opciones de manera concisa. Cuenta con un sistema de búsqueda, los productos se individualizan mostrándolos casi individualmente, permite añadir los productos desde el propio menú e iniciar los trámites de compra lo que agiliza enormemente la compra.

Es posible visualizar los productos del carrito desde el menú, y para la gestión del trámite de compra optan por una página de proceso por partes en la que obligan a identificarse para acceder.

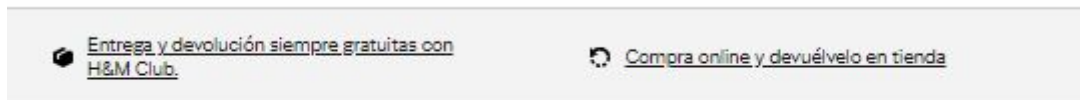
La página principal tiene una gran componente de diseño mostrando distintas colecciones de ropa manteniendo la armonía de colores y ofreciendo un estilo serio y minimalista, enfocada a facilidad de compra para usuarios habituales.

Hm

[https://www2.hm.com/es\\_es/index.html](https://www2.hm.com/es_es/index.html)

Esta web tiene un diseño minimalista, y en todas sus páginas se prioriza el orden de las imágenes. También, posee un menú principal desplegable en el que ofrece múltiples opciones.

En la página principal posee dos enlaces que facilitan información muy relevante para el usuario en cuanto al shopping online en la tienda.



Además, muestra información muy bien detallada en cuanto a las opciones de compra y devolución.

Hm tiene una sección de enlace con las redes sociales utilizando hashtags, así el usuario puede encontrar los looks que más le agradan y comprar en la página.



Aliexpress

<https://best.aliexpress.com/>

Esta página web ofrece todo tipo de productos y los categoriza en varios submenús para facilitar una rápida búsqueda, asimismo cuenta con búsquedas directas de productos, la navegación genera nuevas pestañas manteniendo diferenciadas las vistas de producto y las búsquedas para un proceso más rápido.

La vista individual de cada producto es muy detallada lo que genera confianza en el sistema. Desde esta vista se permite tramitar pedidos registrándose y a modo de invitado, lo que agiliza enormemente el proceso.

El estilo de la página es bastante recargado, puesto que su objetivo es vender sin importar el producto que se compre, por ello, de principio a fin de la búsqueda se oferta una amplia variedad de productos y referencias cruzadas.

## Alibaba

<https://www.alibaba.com/>

Esta página web es similar a Aliexpress con la diferencia de que en este caso se ofrece una mayor componente de diseño primando la apariencia del producto en contraposición a la información del mismo, esto logra una composición aparentemente más ordenada y sin saturación de información.

En cuanto a la compra de productos, la página redirige los trámites de compra a los respectivos proveedores de cada producto agilizando la búsqueda de productos y permitiendo al usuario una gran variedad de posibilidades de compra.

# Punto de vista

Las compras deben de ser igual de rápidas que la navegación por la web, y el coste de aprendizaje debe de ser cero para todo el mundo

## Descripción

Debe contemplarse la navegación por la web tratando de minimizar el tiempo empleado en encontrar los productos y se minimizará los pasos necesarios para el trámite de la compra.

Se buscará facilitar el uso de la aplicación para todos los tipos de usuarios, ya sean novatos o experimentados en el arte de las tecnologías. Se utilizarán de manera complementaria las búsquedas directas y los menús de navegación, los menús buscarán categorizar los distintos productos para lograr una mejor experiencia.

En cuanto a gestión, el software debe estar completamente enfocado a su fin último que son las ventas. El usuario será guiado durante el proceso de compra en todo momento.

Para fomentar la confianza debe existir información comercial referente a la empresa, y una manera de contacto donde depositar cualquier duda/consulta/duda.

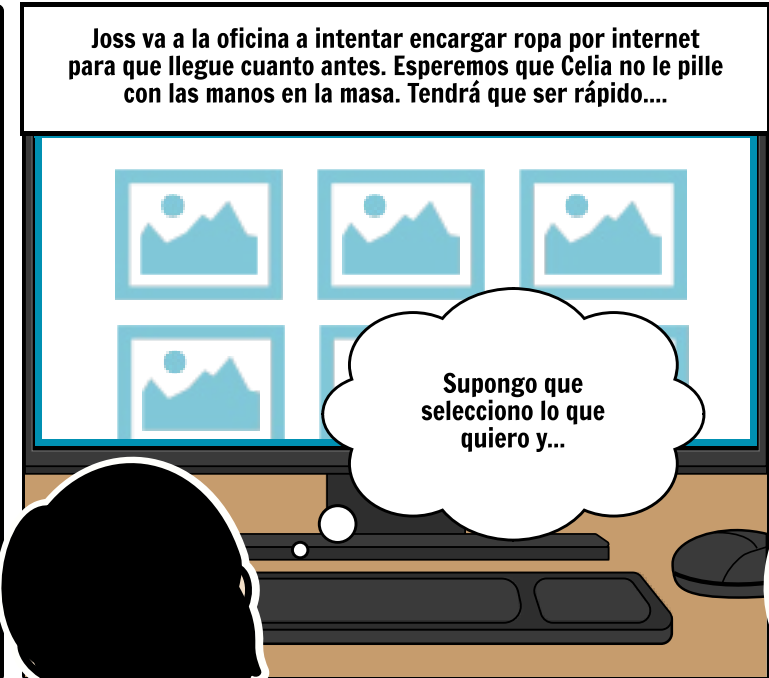
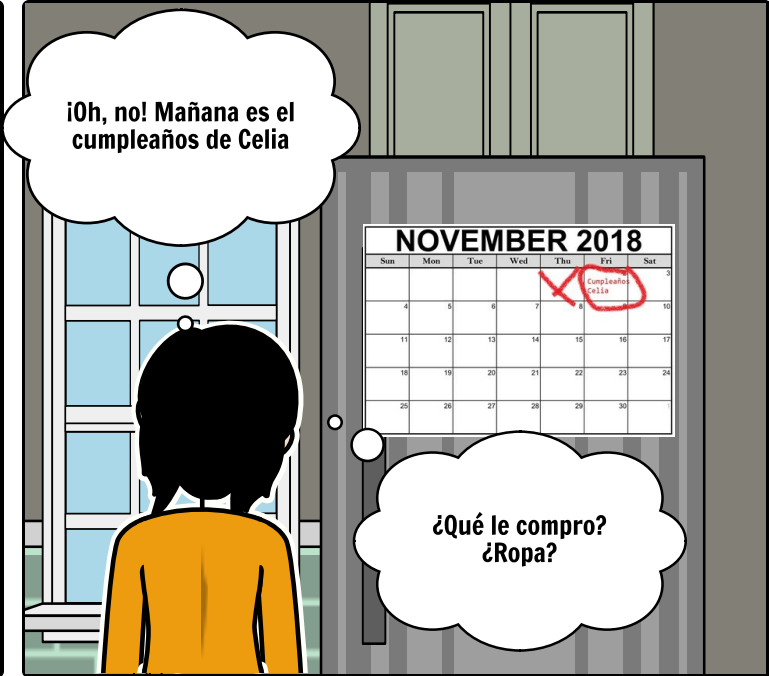
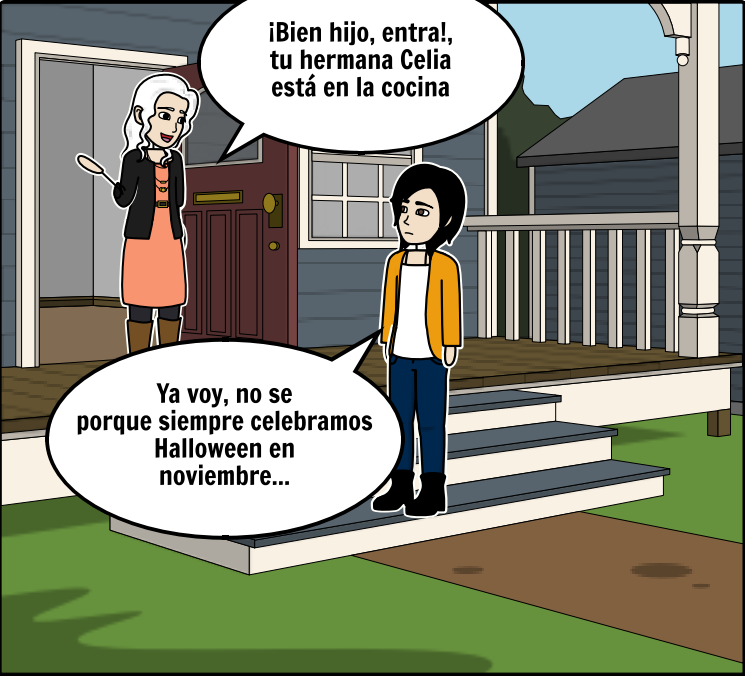
# Storyboards

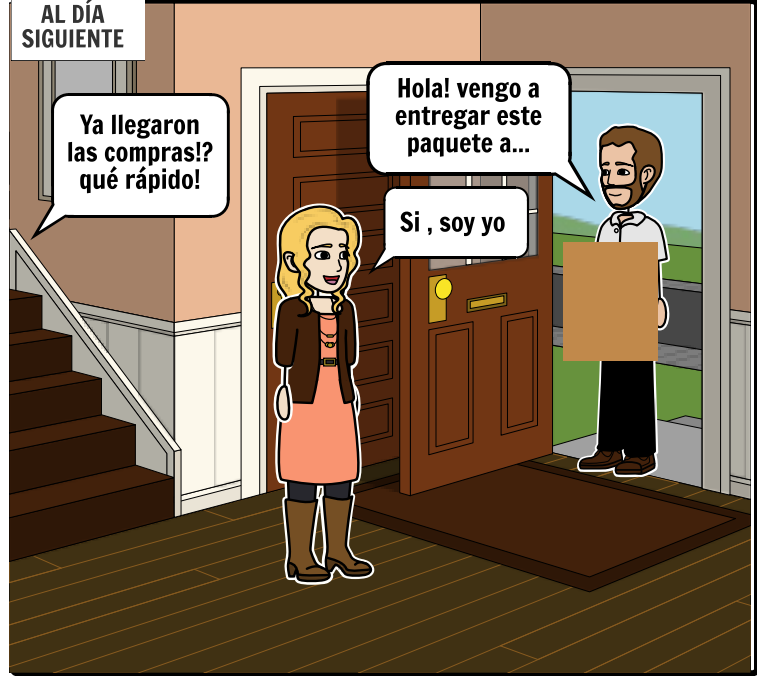
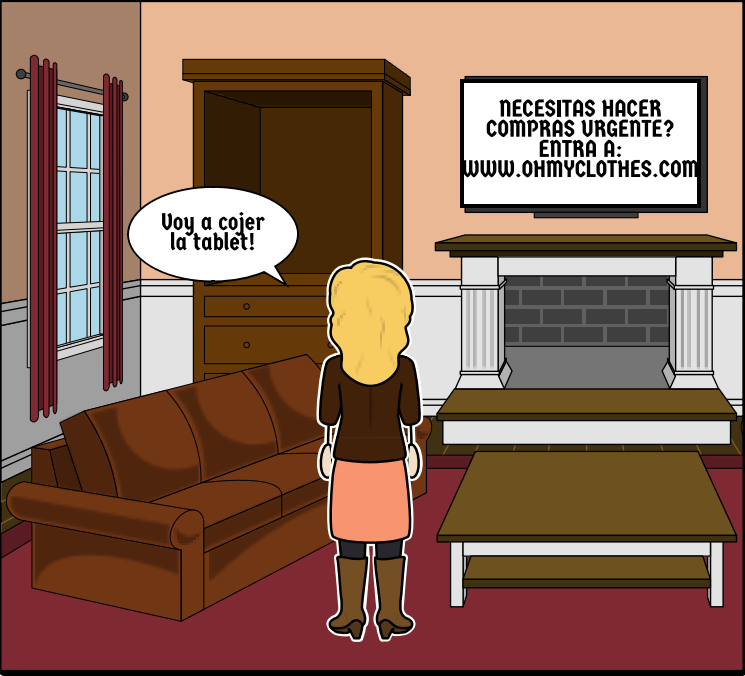
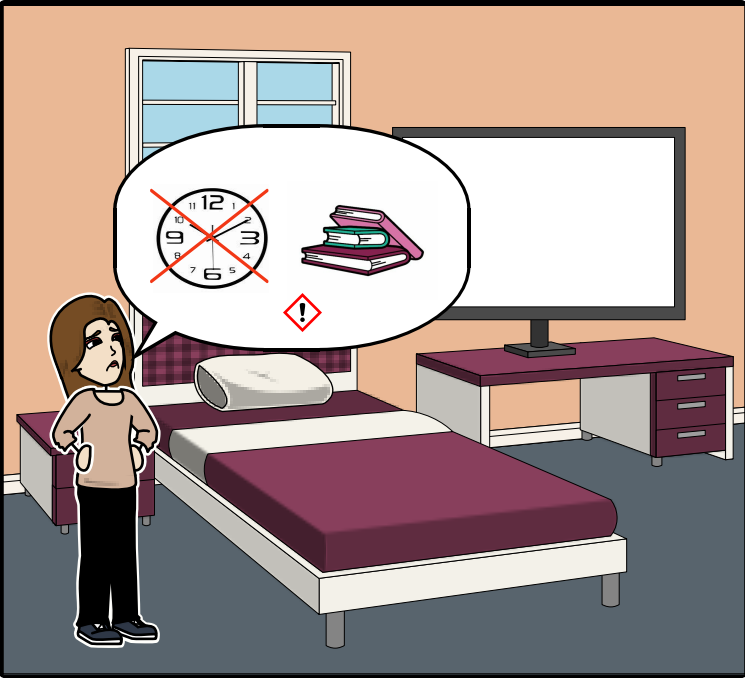
Storyboard 1: Dos hermanos adultos, Jorge y Celia. Es el cumpleaños de Celia y Jorge quiere regalarle ropa pero le da vergüenza entrar en el departamento de las chicas. Lo compra online de forma rápida para que no le pille Celia. *Compras rápidas.* [\[Fig. 1\]](#)

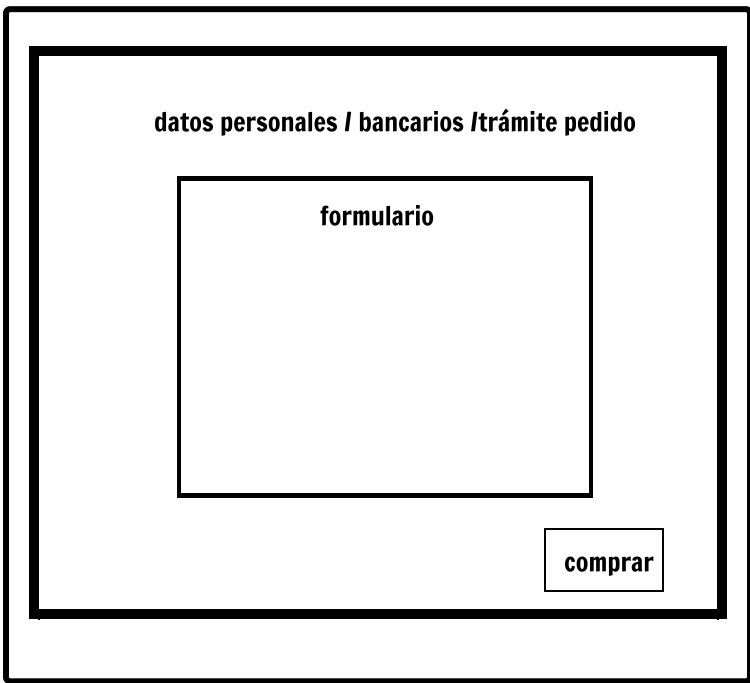
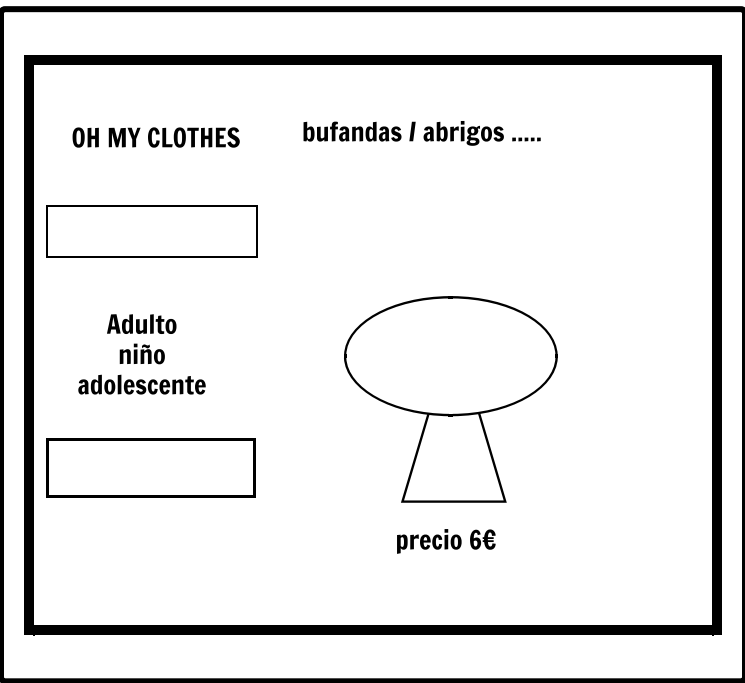
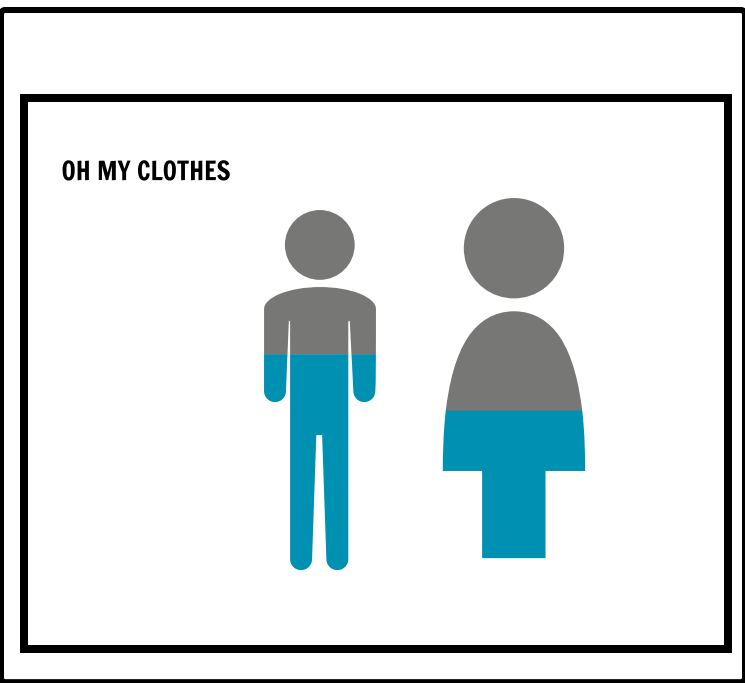
Storyboard 2: usuario adolescente sin tiempo en época de exámenes que le pide a su madre que le compre ropa variada. Se compra desde la página web. *Variedad de producto y fácil de buscar.* [\[Fig. 2\]](#)

Storyboard 3: Un señor mayor intenta hacerle a su mujer una bufanda de regalo de aniversario y su hija le recomienda usar la página. *Facilidad de uso.* [\[Fig. 3\]](#)









# Bibliografía

[1] Desigual. Sobre Nosotros.

[https://www.desigual.com/es\\_ES/sobre-nosotros/](https://www.desigual.com/es_ES/sobre-nosotros/)  
(visitado el 31/10/2018)