

DAW_Diseño de Interfaces Web

UF2.4.1 – Design Thinking: Prototipar I



Contenido

- Introducción a la fase de Prototipado
- User Story Mapping: definir el MVP
- Arquitectura de la Información: Card Sorting, Sitemap
- Patrones de diseño: navegación y paginación.

Fase de Prototipado

- El objetivo final es la **construcción de un prototipo** para dar forma a la idea que hemos seleccionado en la fase anterior.
- Implica **producir una versión temprana, económica y reducida del producto** (fácilmente ampliable y modificable) **para revelar cualquier problema con el diseño actual**.
- Los prototipos **se usan en la fase final de prueba** en un proceso de Design Thinking para determinar cómo interactúan los usuarios con el prototipo, para saber si realmente el producto cubre sus necesidades y revelar nuevas soluciones a los problemas o para averiguar si las soluciones implementadas han tenido éxito o no.
- Sería insensato e inútil producir un producto terminado para que los usuarios lo prueben. En cambio, los diseñadores pueden proporcionar versiones simples y reducidas de sus productos, que luego se pueden utilizar para observar, juzgar y medir el comportamiento, las interacciones y las reacciones generales de los usuarios al diseño general.

FAIL FAST

Don't wait for everything to be perfect. try now!

FAIL OFTEN

Don't let failures stop you from trying again.

FAIL FORWARD

Learn from your failures and adjust.

— John C. Maxwell —

Fase de Prototipado

- Compuesta por varios pasos y **entregables**:
 1. Arquitectura de información
 2. Wireframes
 3. Mockups
 4. Prototipos navegables
- Generar un prototipo navegable nos **permite testar** con los usuarios nuestra solución antes de lanzar el producto al mercado para poder corregir posibles errores.
- Lo primero que debemos hacer es decidir lo **que se va a incluir en el prototipo**. Lo más probable es que al principio se quiera sacar una versión reducida del producto para medir su acogida entre el público y evaluar posibles desarrollos futuros.
- A esta versión reducida se le conoce como **MVP** (Producto Mínimo Viable).

MVP

— Como **no crear** un Producto Mínimo Viable —



— Como **crear** un Producto Mínimo Viable —



El MVP debe ser un producto utilizable por el usuario que responda a dos objetivos:

1. Resolver el problema del usuario.
2. Proporcionar a la empresa feedbacks para futuros desarrollos del producto.

El MVP es una versión reducida aunque funcional de nuestro producto, por lo que lo primero que debemos decidir son las funcionalidades a incluir en el MVP y cuales serán dejadas para etapas futuras.

MVP

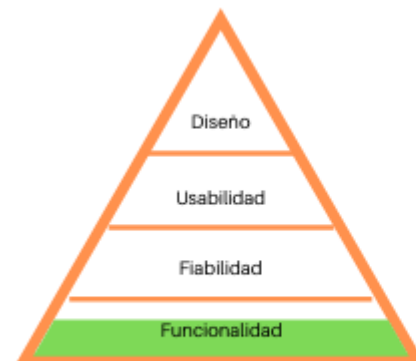
Conocer las características del producto mínimo viable ayuda a los equipos de desarrollo a no desperdiciar recursos en un producto que nadie quiere o necesita.

Diseño / Belleza: el MVP cuenta con un diseño adecuado y así consigue una buena UX. Logra satisfacer el aspecto visual y de interacción.

Usabilidad: tiene suficiente valor para que la gente esté dispuesta a usarlo o comprarlo. Útil para el público objetivo.

Fiabilidad: se puede confiar en la solución plenamente.

Funcionalidad: el MVP cuenta con las funciones necesarias para solucionar un problema específico de los consumidores. Satisface las demandas y permite evaluar las funciones a implementar en fases avanzadas.



Cómo NO hacer un MVP



Cómo SÍ hacer un MVP

User Story Mapping

User Story Mapping

- Técnica que consiste en listar todas las funcionalidades y ordenarlas por prioridad a la hora de incluirlas en el producto final.
- Necesitamos post-its de 3 colores diferentes y seguir estos pasos:



1. Elegir **un User Persona y sus objetivos**.
2. Escribimos esos objetivos en post-its de un color y ponerlos en una fila.
3. Por cada post-it, **identificar las actividades**. Cada una de ellas se escriben en un post-it de otro color. Se posicionan en una segunda fila.
4. **Por cada una de estas actividades identificamos historias de usuario más pequeñas** (funcionalidades específicas del producto). Las escribimos en post-its del tercer color y las colocamos debajo de las actividades. Las más prioritarias arriba.
5. Dividir de forma horizontal **qué funcionalidades entran en cada entrega o release**. Cada entrega es un **MVP**.

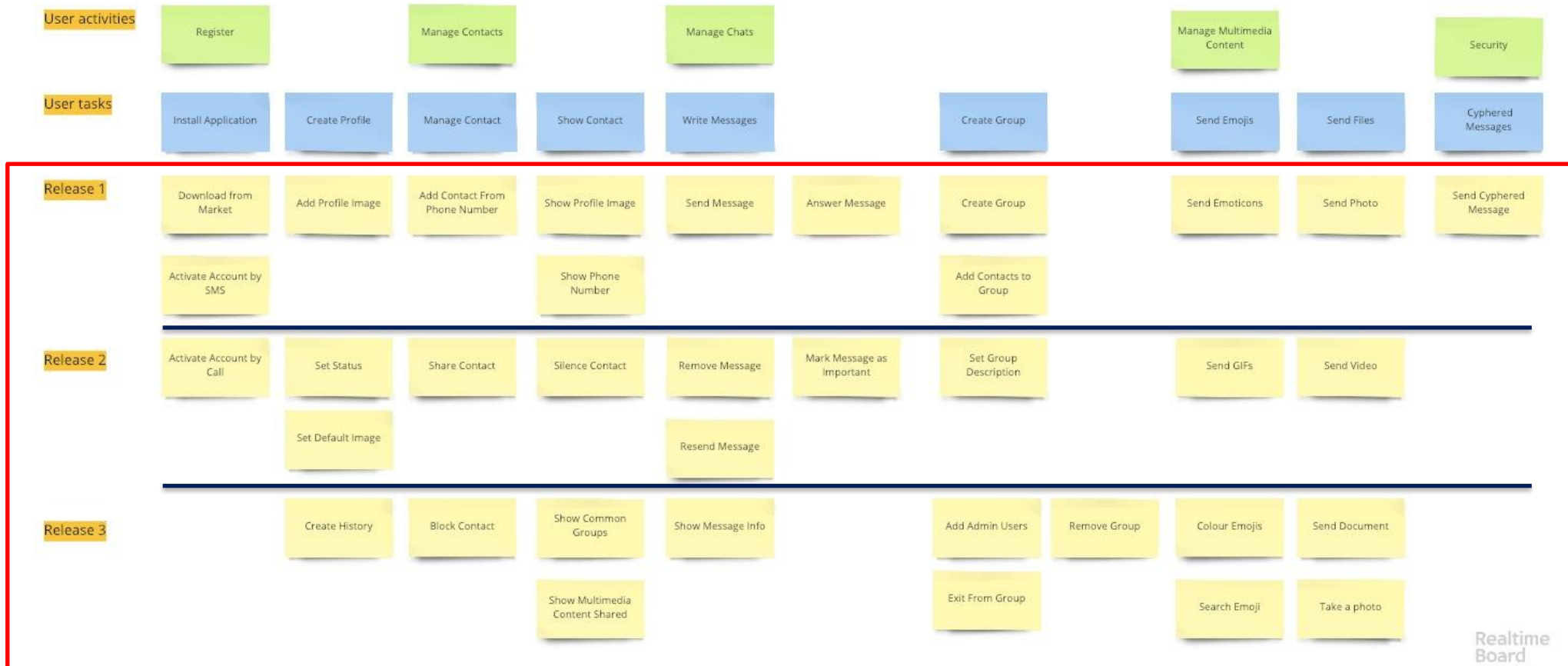
User Story Mapping



User Story Mapping



PRODUCT
BACKLOG

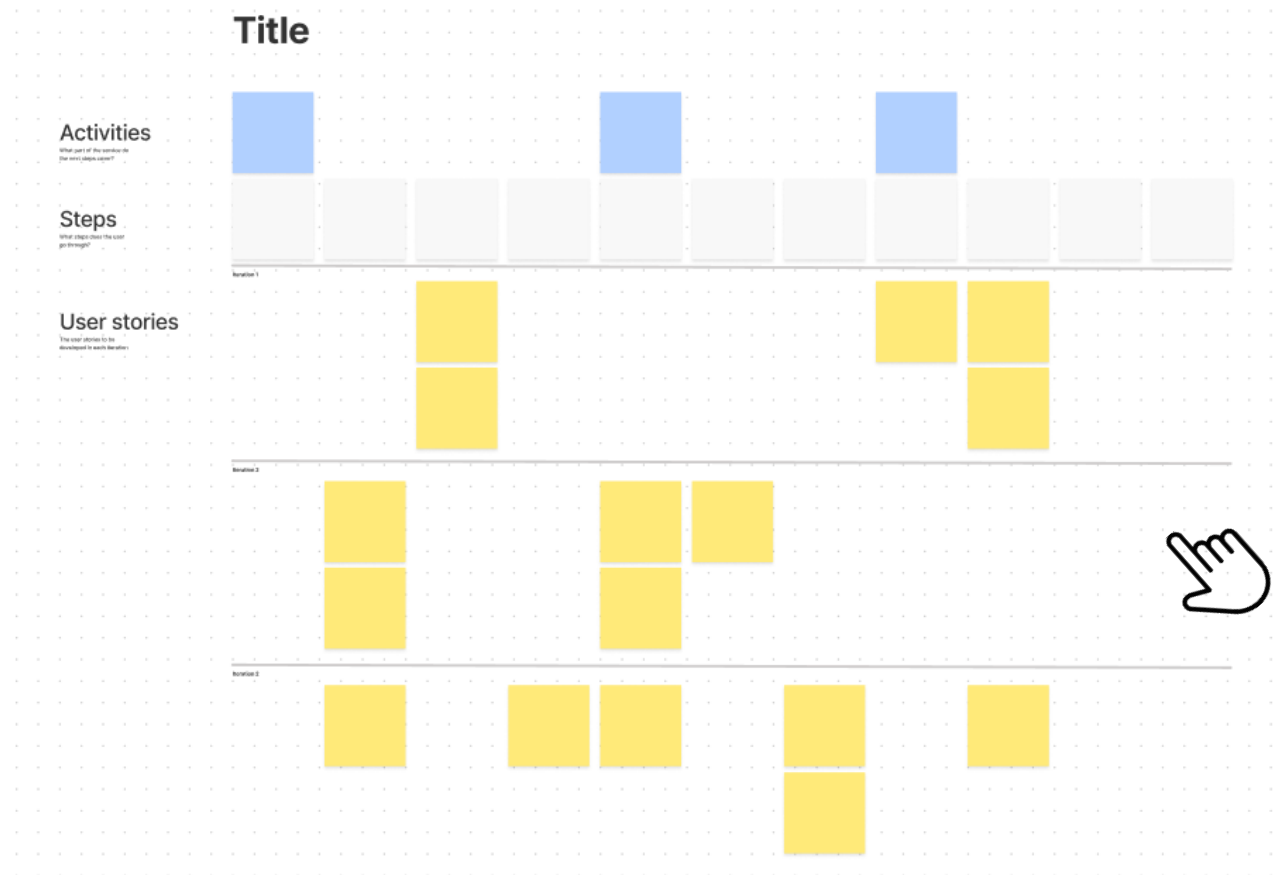


User Story Mapping

User Story Map Template



By Herman Slyngstadli



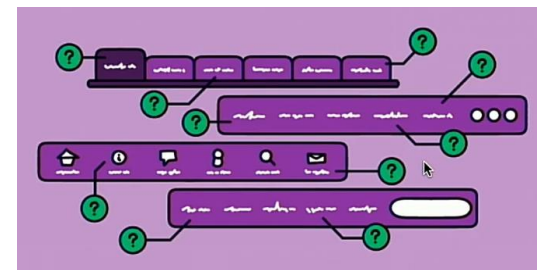
Arquitectura de la información

- Consiste en **organizar el contenido** creando una estructura ordenada dentro de un proyecto **para que el usuario pueda entender en todo momento donde se encuentra (navegación) y donde está la información que busca**. En la arquitectura de la información intervienen no solo los diseñadores UX sino también desarrolladores y **creadores de contenido o arquitecto de la información**.
- La arquitectura de la información es la disciplina con **mayor impacto en la usabilidad** de una interfaz.
- **Arquitecto de la Información**: es el encargado de **crear la estructura** en un sitio web o aplicación.
 - Su tarea principal es analizar la arquitectura digital ya existente del sitio o app e implementar mejoras o crearla desde cero.
 - Debe **ponerse en lugar del usuario** para establecer qué buscará cuando llegue al sistema, website o app. Para ello se realizan varios estudios sobre las necesidades, los comportamientos y las motivaciones del usuario.
 - Algunas de sus **funciones** son: agrupar contenidos que estén relacionados y cómo se van a llamar dichos grupos, establecer la jerarquía de qué contenidos tienen mayor importancia para el usuario.
- El arquitecto de la información va a decidir **cómo se organizan los contenidos siempre en base a los usuarios y sus modelos mentales**. Esta información se puede obtener con una herramienta llamada **card sorting**.

Arquitectura de la información

- Componentes de la a AI:

1. **Sistemas de organización** del conocimiento a través de técnicas como la catalogación, que crean etiquetas y se asignan al contenido para poder **encontrarlo de forma fácil y rápida**.
2. **Sistemas de etiquetado**. Es recomendable utilizar texto acompañado de icono.
3. **Sistemas de navegación**: estructuras que ordenan y agrupan los contenidos de una página web.
4. **Sistemas de búsqueda**. Para localizar información a partir de una necesidad concreta.



Arquitectura de la información

- El **etiquetado** es el nombre de las páginas y enlaces de un web site. Asegura que la navegación y jerarquía tengan el **título apropiado**. Esto determina en gran medida que el usuario pueda encontrar la información.



Login



Acceder

- La **navegación y creación de jerarquías** es la parte más evidente de la AI. Incluye:
 - menús de navegación: determinan cómo se accede a la información,
 - mapas del sitio: ilustra la jerarquía del contenido en un sitio web
- La forma de navegar y buscar información depende del modelo mental del usuario:** como el usuario espera que funcione nuestro producto.
- Para diseñar una buena AI **es fundamental conocer el producto y el usuario final**, por lo que necesitaremos acceso a todo el material de investigación posible, como pruebas de usabilidad o entrevistas con usuarios.
- En la fase de investigación **debemos incluir un benchmarking que nos permita conocer los patrones de arquitectura de la información utilizados por la competencia y estudiar los modelos mentales de los usuarios** (lo que el usuario espera al usar nuestra aplicación o nuestro sitio web).

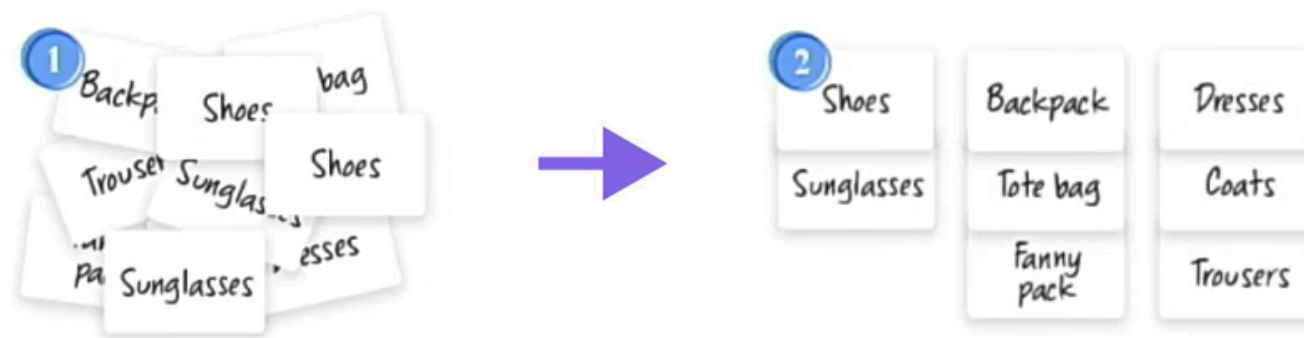
Arquitectura de la información

- Los **wireframes** se usan para representar el contenido de las pantallas y las conexiones entre ellas (navegación). Se crean con la información recopilada en las fases anteriores.
- Premisas de **una buena AI**:
 1. **Intuitiva**, aprendida a manejar en un corto periodo de tiempo.
 2. **Flexible**, que sirva para los diferentes perfiles de usuario.
 3. **Consistente**, el mismo tipo de navegación de una página a otra.
 4. **Escalable**, orientando el crecimiento de los contenidos según un modelo establecido, en lugar de hacerlo por apilamiento o cajón desastre de ítems en los menús.



Card Sorting

- En este punto necesitamos saber el **contenido de nuestro sitio web** (texto, imágenes, vídeos, descargables, tablas, etc.).
- Una vez que tenemos todo el contenido, habrá que dividirlo y **organizarlo en grupos**.
- Para ello se utiliza la técnica del **Card Sorting** (clasificación de tarjetas). Determina cómo los usuarios agrupan diferentes elementos en diferentes categorías. **Dependerá del modelo mental del usuario.**
 - Emplearemos participantes que correspondan con el usuario final.
 - Entregarles unas tarjetas (30-60) con los contenidos que debemos agrupar.
 - Cada tarjeta tiene un contenido diferente.
 - El usuario debe clasificarlas en grupos que para él tenga sentido.

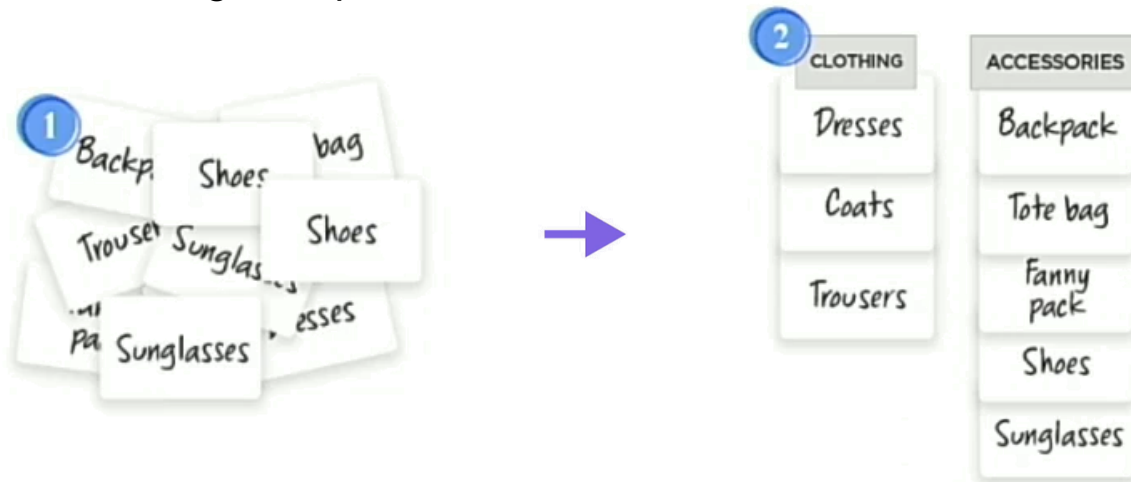


Card Sorting

1. **Card Sorting abierto (10-15 usuarios):** el usuario pone nombre a los diferentes grupos que ha creado:



2. **Card Sorting cerrado (30-50 usuarios):** el usuario debe clasificar las tarjetas dividiéndolas en grupos que ya tienen un nombre asignado por nosotros.



Card Sorting

OW OPTIMAL WORKSHOP

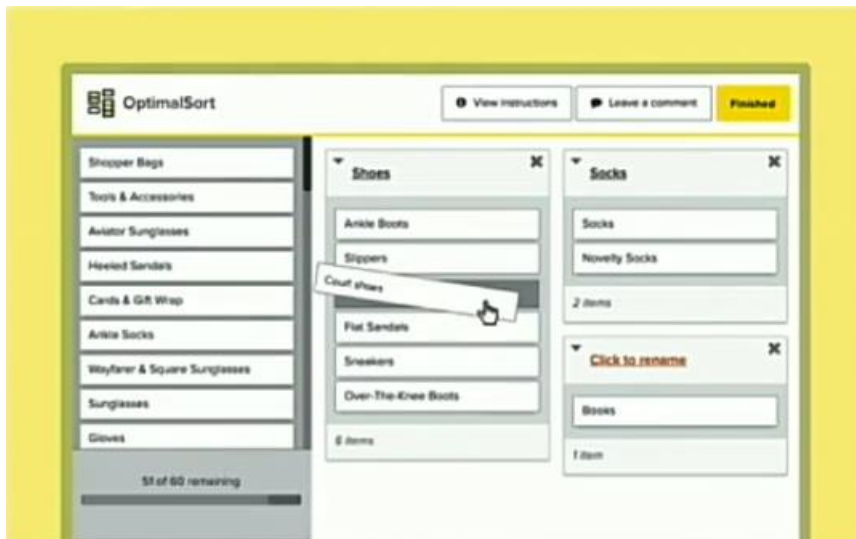
Product ▾ Solutions ▾ Pricing Team plans Resources ▾ Log in Sign up

OptimalSort Card sorting

Discover how people categorize information

Get started free Try a demo

Find out how people think your content should be organized and categorized with our card sorting tool. Card sorting gives you insight into how people conceptualize, group and label ideas, enabling you to make confident, informed information architecture decisions.



- La clasificación de las tarjetas depende del modelo mental de cada usuario. Usuarios con modelos mentales diferentes crearán grupos y clasificaciones diferentes.
- Una vez terminado el card sorting de todos los usuarios tendremos que **analizar los resultados para encontrar los nombres de grupos que más se han repetido** y los elementos que con más frecuencia se han agrupado juntos.
- A partir de este análisis deberemos elegir la clasificación más apropiada para nuestro contenido y asignar un nombre a cada grupo.
- Después, definiremos las relaciones entre los grupos en un diagrama llamado **Sitemap**.

Sitemap

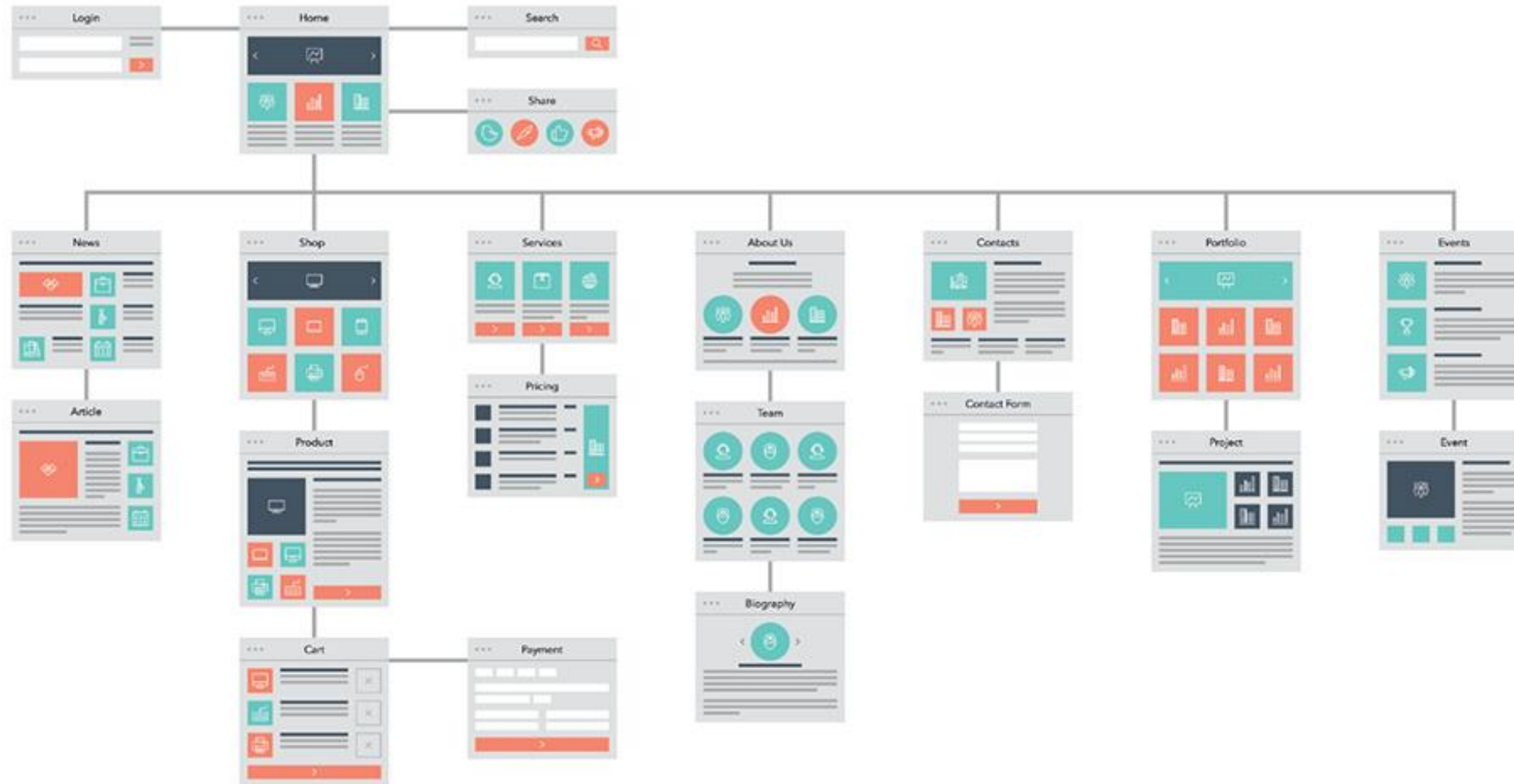
El mapa del sitio (www.site.com/sitemap.xml) debe ayudar a los usuarios a comprender y encontrar aquello que buscan. Normalmente, hay un enlace en el pie del site donde se dirige directamente al mapa en formato XML, o como web normal.

La obligación de crear un mapa del sitio es directamente proporcional a la **complejidad** y extensión de nuestro sitio.

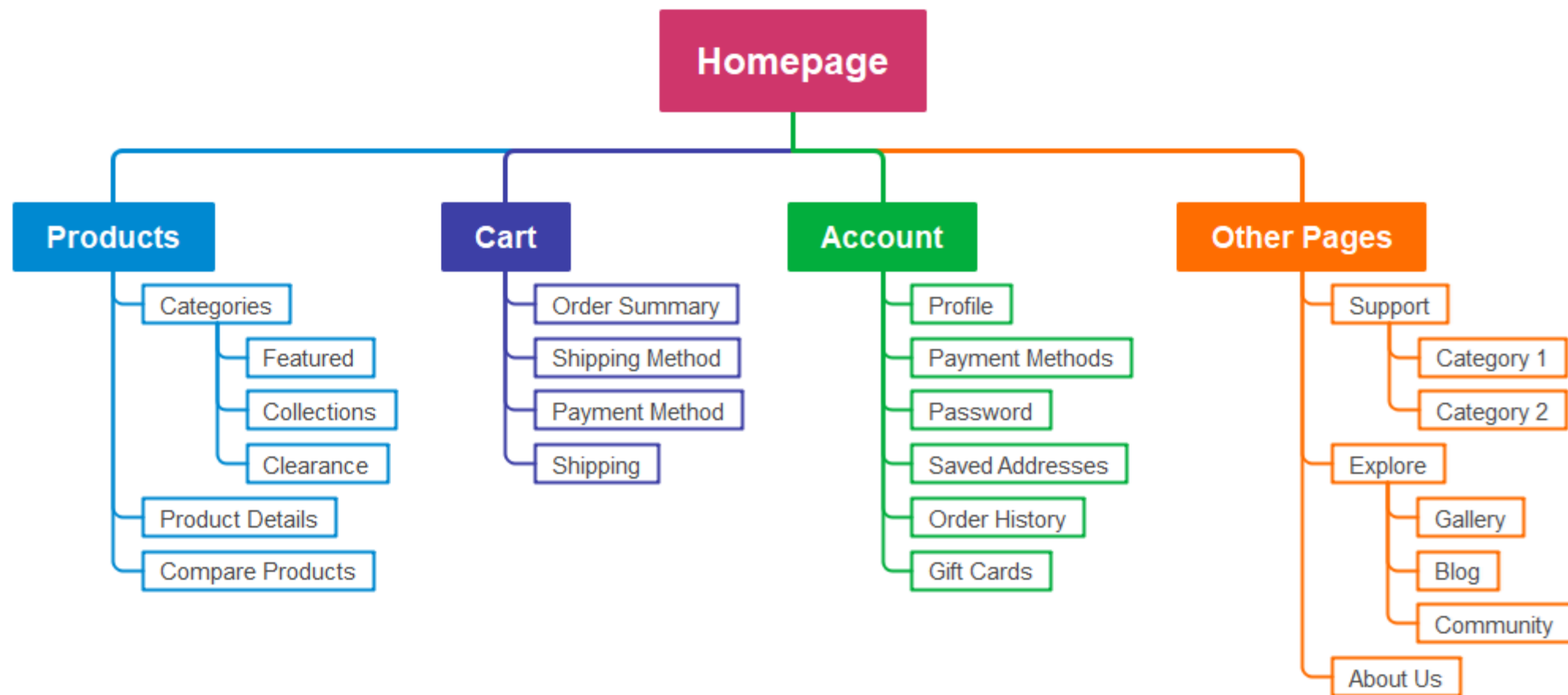
Requisitos del sitemap

- Enlazado desde todas las páginas.
- Acceso a todo el sitio, directa o indirectamente.
- Sus elementos deben ser enlaces.
- Debe reflejar la organización del sitio.
- Maquetar mediante encabezados y listas.
- Correcto orden de lectura y de tabulación.
- Actualizado.

Sitemap



Sitemap



Sitemap

Online XML Sitemap Generator



[Contact us](#) | Follow us on 

Features:

- Generates **sitemap.xml** files online for **free**
- Can process unlimited number of web-pages*
- Provides Google Sitemap Validator

* free version has a **floating** limit starting at **3500+** pages & **going up** based on the server load. See our [current limit here](#).

Create XML Sitemap

Enter your URL below (e.g. [www.example.com](#))

By entering your URL you agree to these [Terms & Conditions](#)

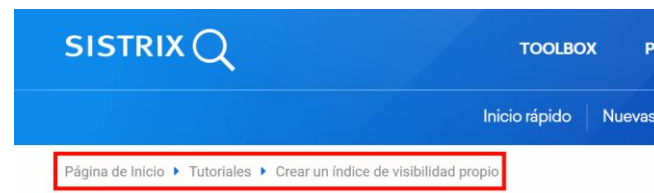
Generate free Sitemap

Patrones de diseño

- ¿Es mi problema de diseño el primero y único en la historia? Los patrones de diseño nos permiten ahorrar tiempo porque **ofrecen soluciones ya creadas y probadas a problemas recurrentes** como ubicación del buscador, como hacer un menú, tamaño de la tipografía, menú hamburguesa, como debe verse un botón en sus diferentes estados, etc.
- Todas las webs deberían usar los mismos patrones para que los usuarios no tengan que estar aprendiendo como se navega o qué hacen los diferentes elementos de la UI.
 - Patrones de **navegación**
 - Patrones de **paginación**
 - Estados de **botones**
 - **Hero**: pantalla principal de la web.
 - **Onboarding**: pantallas de bienvenida (3), normalmente para apps, a modo de tutorial.
 - **Blank States**: pantallas de [estados vacío](#) y [error 404](#)
 - **Sign Up** y **Sign In**: registro y login.

Navegación

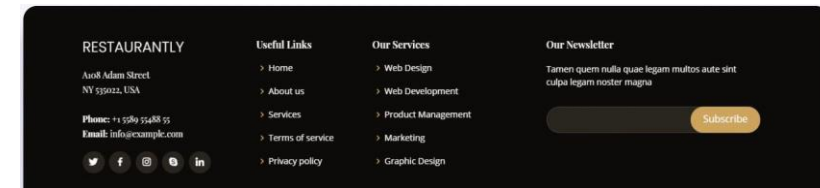
- Una vez definido el sitemap podremos diseñar la navegación. Es el proceso de **navegar por las páginas que conforman un sitio web**.
- Marcará **cómo de fácil le supondrá al usuario acceder a la información que busca**. Una navegación poco intuitiva llevará a la frustración y el usuario se irá a la competencia.
- **Regla de los 3 clics**: los usuarios deben poder acceder a cualquier contenido en un máximo de 3 clics, sino el usuario podría abandonar la búsqueda. Podemos inspirarnos en esta regla para hacer recorridos rápidos y accesibles.
- La navegación **no solo es el menú de navegación**, incluye todos los componentes que permiten al usuario ir navegando entre las páginas del site, como por ejemplo:
 - Todos los **enlaces** presentes en una página (footer, RRSS, etc.).
 - Menú de migas de pan (**breadcrumb**) que permite saber al usuario donde se encuentra.
 - Buscador y filtros.
 - Paginación.



Navegación

Menús de Navegación

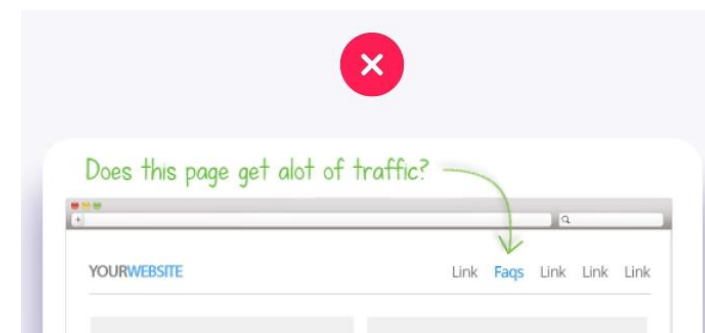
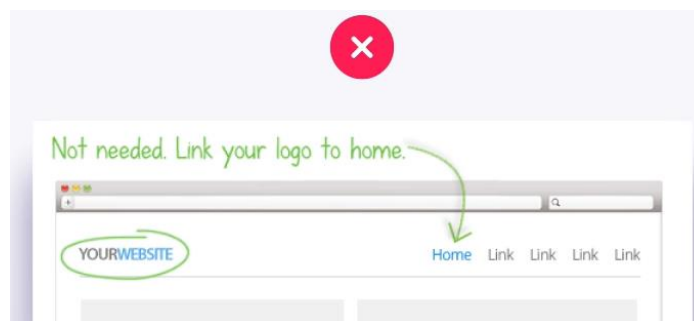
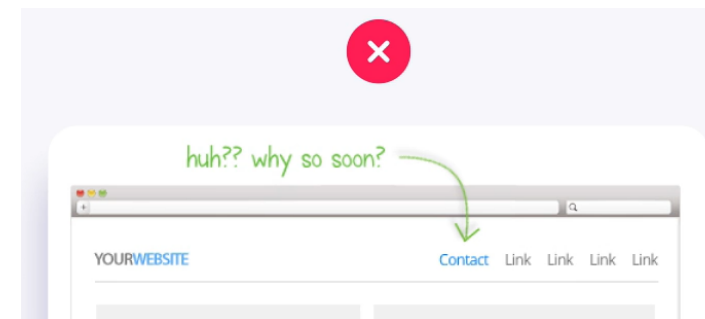
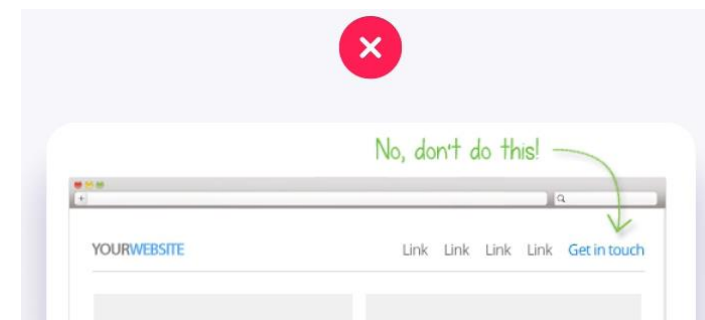
- Menú de navegación **principal**, con enlaces a las secciones más importantes:
- Menú de **servicios**, enlaces al registro o login, búsqueda o idioma.
- Menú de **pie de página**, enlaces legales.



Navegación

Menús de Navegación. Consejos para su diseño

- Coherencia, **seguir los estándares**:
 - Mantener el mismo menú principal en todas las páginas.
 - Mantener los mismos colores.
 - Mantener los mismos nombres a los enlaces que la competencia, así lo espera el usuario. También el orden es importante.
- **Priorizar y ordenar los enlaces en el menú principal**, ley de Hick (minimizar las opciones disponibles), ley de Miller (máximo 7 elementos).
- **Nombres cortos**, no más de 3 palabras.
- Incluir el menú **breadcrumb**.



Navegación

Patrones de navegación. Escritorio

- **Dos formas de situar el menú principal:** barra superior horizontal o barra lateral izquierda. Se pueden combinar hasta 3 niveles de navegación.



Navegación

Patrones de navegación. Escritorio

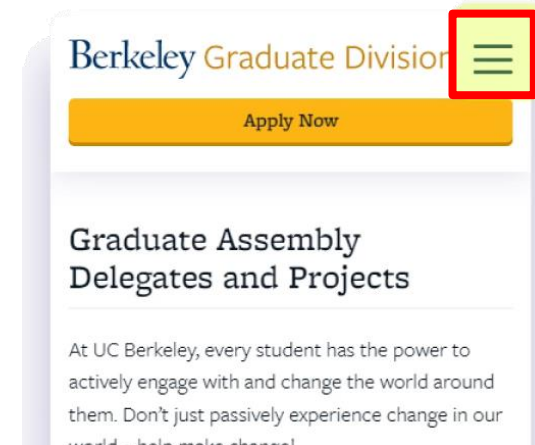
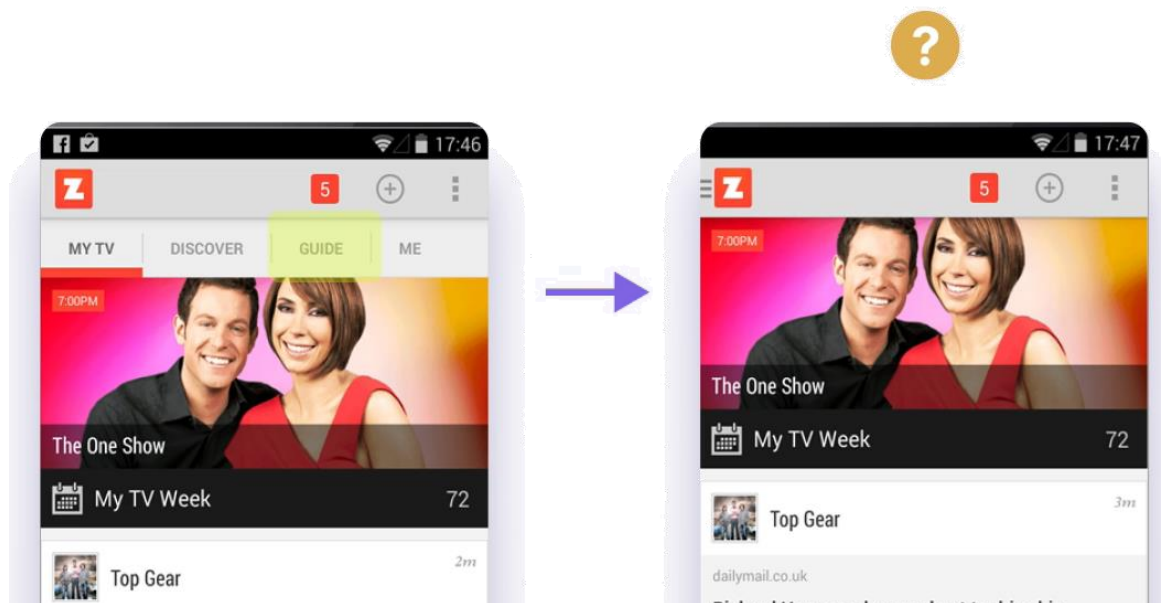
- Hay que favorecer un diseño que optimice la **velocidad de navegación**.
- Los menús de la barra izquierda (en vertical) son más fáciles de escanear que los de la barra superior (en horizontal).
- Ayudamos al usuario a reconocer claramente la jerarquía cuando separamos el menú principal de los menús secundario y terciario colocándolos en planos diferentes.
- Los menús de segundo y tercer nivel, al ser secundarios con respecto al nivel principal, deben compartir el mismo plano para que la navegación sea más fácil e intuitiva.



Navegación

Patrones de navegación. App

- La navegación principal se suele esconder en un menú que se despliega al clicar en el botón “hamburguesa”, pero la Comunidad de Diseño UX lo cuestiona, porque **los elementos que no están a la vista son más difíciles de descubrir**.

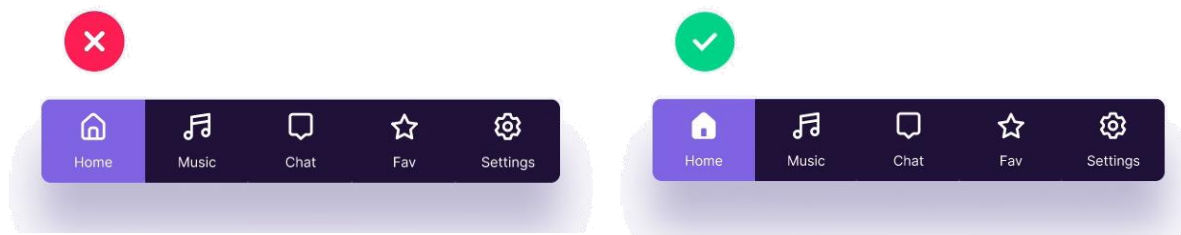


Si el usuario no ve una opción de Guía, ¿cómo sabrá que éste existe y que debe ir al menú para buscarla? Además, tendrá que hacer dos clics en vez de uno.

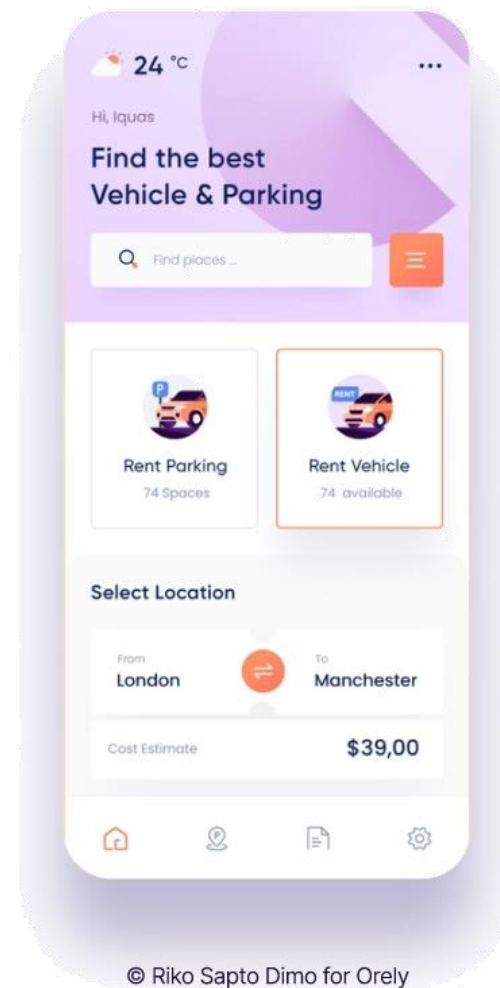
Navegación

Patrones de navegación. App

- Posible solución: hay una tendencia a pasar del menú hamburguesa al **navbar de pestañas**, normalmente ubicado en la parte inferior de la pantalla, dando acceso directo al usuario con un solo clic.
- Hay que diferenciar la pestaña que esté activa, pero no solo con color para evitar problemas de accesibilidad.



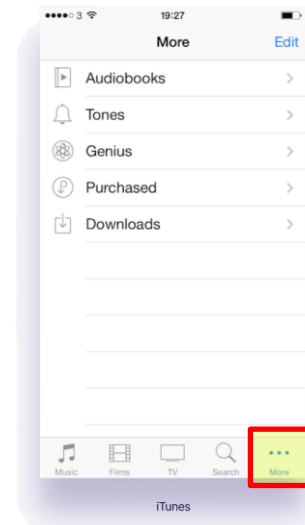
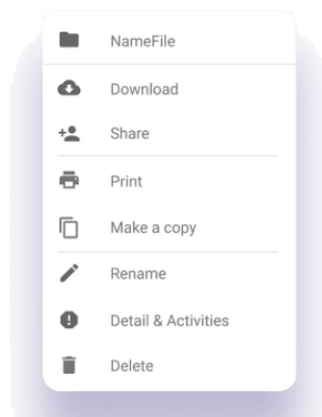
- Según [Material Design](#) (la guía de Google que marca los estándares de diseño para Android) este patrón se adapta bien si tenemos entre **3 y 5 ítems**. Área clicable mínimo de **48x48 px**.
- Deben presentar una **etiqueta** o texto descriptivo junto con el icono, tamaño de fuente mínimo de 12px.



Navegación

Patrones de navegación. App

- Para más de 5 ítems se puede implementar dos alternativas:
 - El último ítem es a su vez un menú hamburguesa.
 - Navbar con scroll lateral.
- Si es necesario el menú hamburguesa tendrá que estar muy bien estructurado, agrupando los ítems por categorías y acompañar el texto con iconos:



Paginación

- Forma de estructurar el contenido dividiéndolo y enseñando una cantidad limitada de elementos.

- Tenemos 3 alternativas para implementar la paginación:

1. Paginación numerada:

- Centra la atención del usuario en los resultados.
- Se considera una forma de navegación lenta, el usuario no cambiará de página de forma impulsiva por lo que evita la inacción por saturación.
- Se considera positivo que se muestre el número de resultados.
- Se considera negativo que al cambiar de página se pierdan los elementos de la página anterior.
- Hay que adaptarlo para móvil, por ejemplo cambiando de técnica de paginación.
- Durante mucho tiempo la forma más utilizada ha sido la paginación numerada pero está siendo sustituida por el scroll infinito porque ofrece una mejor UX.



Paginación

2. Scroll infinito

- Carga automática que se produce al llegar al final de la página
- **Ideal para descubrir contenido**, incrementando el tiempo de permanencia en la página.
- Se pierde la ubicación en la lista de un contenido interesante.
- Quita sentido a la barra de scroll del navegador. Cuando se llega al final de la página se vuelve a cargar más contenido cambiando el tamaño de la barra de scroll, perdiendo su utilidad.
- Un problema que surge es que el pie de página se vuelve inalcanzable por lo que se tendrán que volver a ubicar los elementos del footer.
- Hay que tener cuidado porque ralentiza los tiempos de carga de la página, afectando al SEO y a la posición de la página en Google.

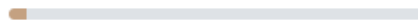


Paginación

3. Botón de "cargar más".

- Al llegar al final de la página, el usuario debe clicar el botón para ver más resultados.
- Une ventajas de las dos técnicas anteriores: centra la atención de los usuarios en primeros resultados y los resultados anteriores no desaparecen al cargar los nuevos.
- Es una buena práctica incluir el total de los elementos.
- El pie de página será visible.
- El tiempo de carga de la página es menor.
- Es más fácil adaptarlo a móvil.
- Requiere una acción activa del usuario si quiere ver más elementos
- **Ideal para tienda online.**

Has visto 40 productos de 939



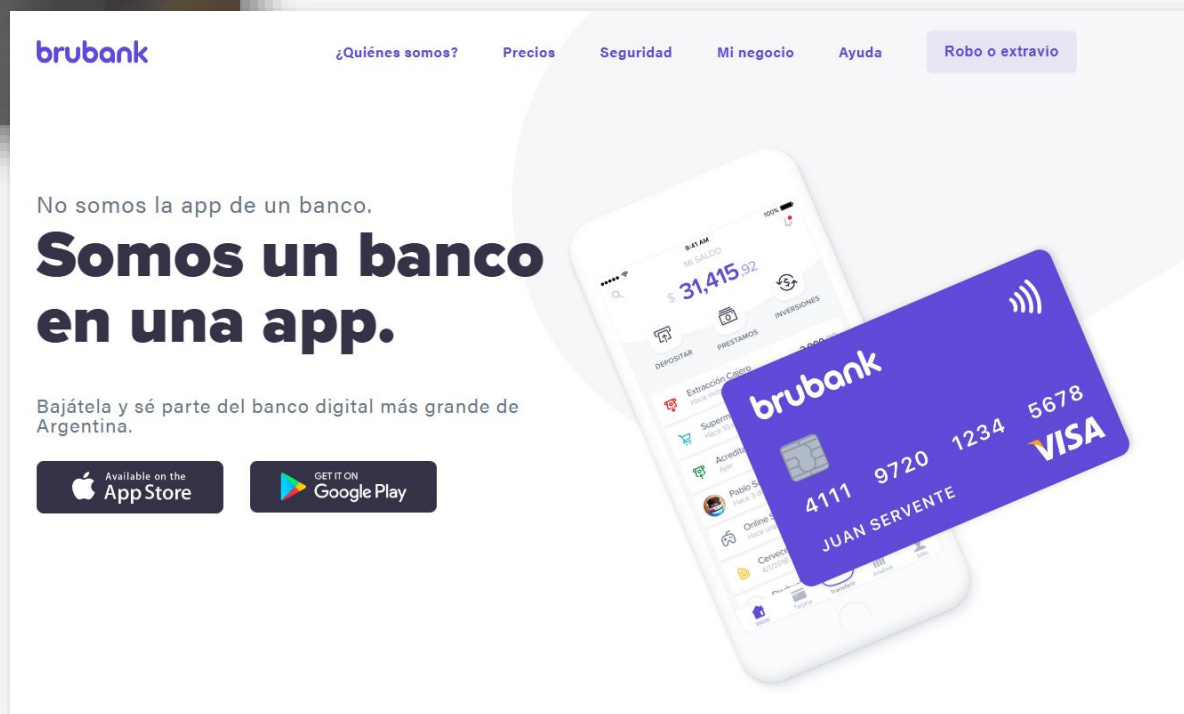
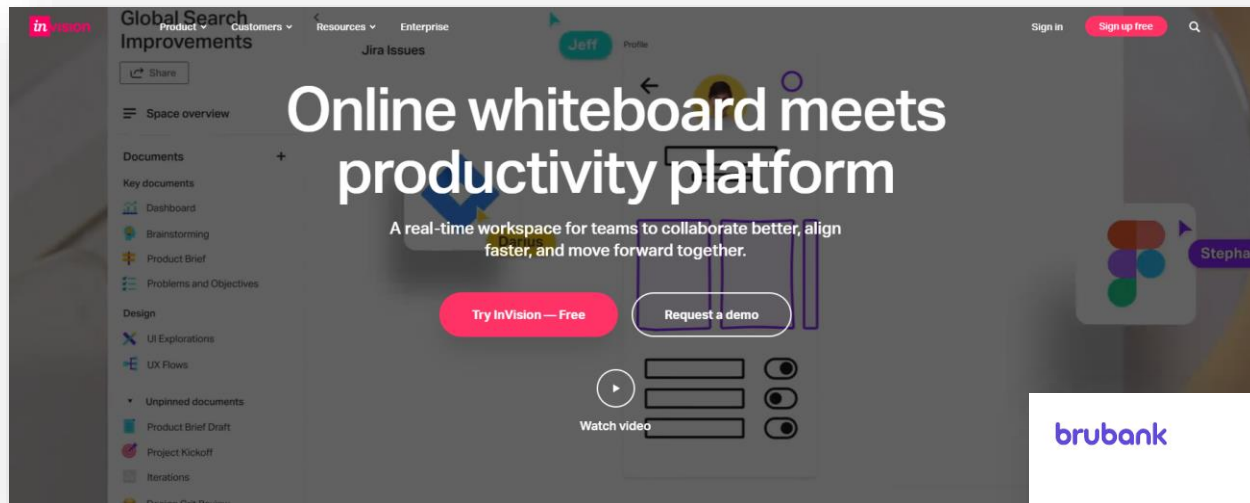
Más productos

Hero

- **Pantalla principal** de una web. Es una de las formas más rápidas de captar la atención del usuario.
- Involucran al usuario a interactuar con el sitio web.
- **Presentación**, leve descripción, opciones de navegación, etc.
- **Header** con logo a la izquierda, menú a la derecha.
- **Call to action (CTA)**: es un botón o enlace situado en nuestro site que busca atraer clientes potenciales y convertirlos en clientes finales, normalmente a través de un formulario en una página de destino o landing page. Los textos de un cta no pueden ser ambiguos.
- **Colores que contrasten.**
- Las **imágenes** deben ser de alta calidad y resolución.
- Las **ilustraciones** se están convirtiendo en una alternativa muy popular a las fotos porque dan calidez y dan un toque humano. Todas las ilustraciones deben ser coherentes con el diseño y la guía de estilo y pertenecer a la misma familia.

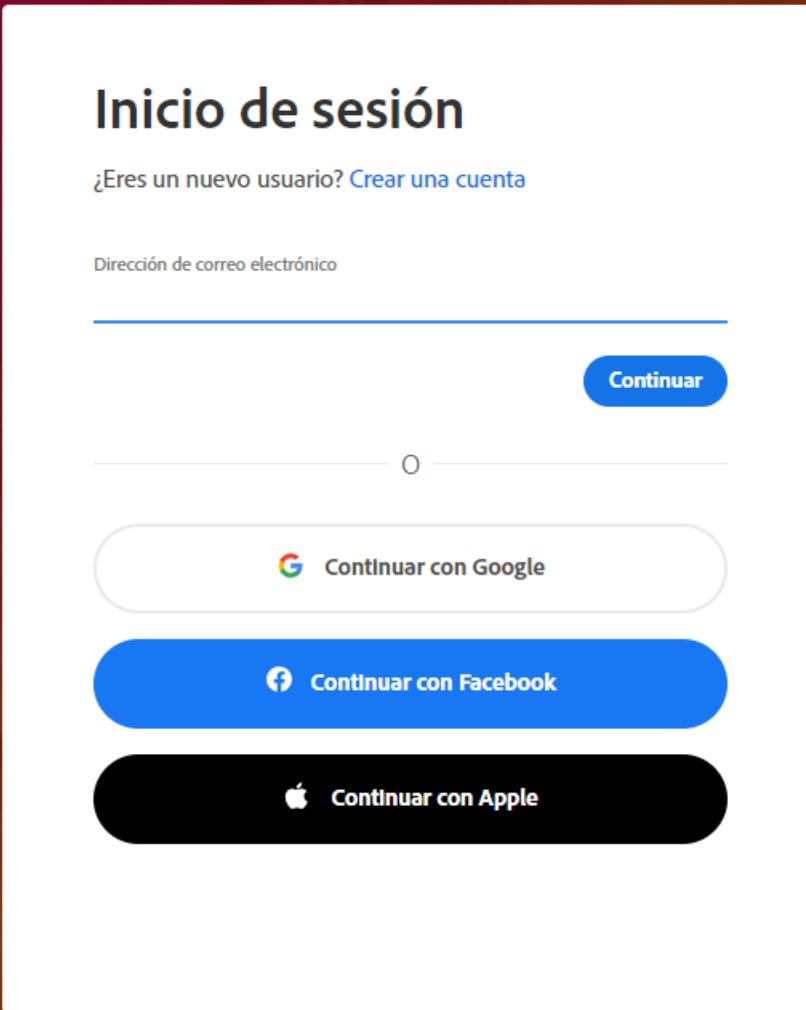
[Humaaans](#) [unDraw](#)

Hero



Sign Up, Sign In

- Siempre pedir los **menos datos posibles** y necesarios.
- Dar **más de una opción** para registrarse.
- Verificar que el **estilo visual es coherente** con el sitio web para no generar desconfianza.



Inicio de sesión

¿Eres un nuevo usuario? [Crear una cuenta](#)

Dirección de correo electrónico

Continuar

Continuar con Google

Continuar con Facebook

Continuar con Apple

Diseño UI

Una **interfaz de usuario** es el medio con que el usuario puede comunicarse con una máquina, equipo o computadora, y comprende todos los puntos de contacto entre el usuario y el equipo en sí.

El **diseño de la interfaz de usuario** es la categoría que establece un medio de comunicación entre el **hombre** y la **máquina**, es decir, una mediación entre ambos que facilita la comunicación y la interacción entre dos sistemas de diferente naturaleza.

Una interfaz de usuario es básicamente un conjunto de componentes empleados por los usuarios para comunicarse con las computadoras.

El diseño se realiza centrándose en la **experiencia del usuario** como estrategia.

Necesitaremos **buscar el equilibrio entre la armonía estética y la funcionalidad**.



Diseño

Algo visualmente atractivo enfocado únicamente en el resultado visual



Diseño

Crear algo funcional y útil

Diseño UX: el plan para organizar los elementos de la mejor manera para lograr un propósito en particular.

Charles Eames

Diseño UI



Cuando creamos una web debemos tener en cuenta los siguientes factores:

- **Simplicidad:** lo primordial es ponerle las cosas sencillas al usuario, debemos hacer que la visita a la web sea sencilla, clara y concisa.
- **Experiencia:** una vez que los usuarios entren en el site, siempre esperan obtener un plus, por lo que es recomendable crear una interfaz sencilla y útil, pero, a la vez, ofrecer una experiencia sensorial amena.
- **Claridad:** el usuario debe ser capaz de reconocer lo que es, prediciendo lo que sucederá cuando lo utiliza para luego interactuar con éxito con esa interfaz.
- **La apariencia sigue a la función de un elemento.** Los usuarios estamos más cómodos con las cosas que se comportan de la manera que esperamos. Por ello, los elementos diseñados deben parecerse a cómo se comportan. Esto nos lleva a hablar de la consistencia y coherencia de los elementos.
- **Construir en otras disciplinas de diseño.** Diseño visual y gráfico, tipografía, copywriting, arquitectura de información y visualización... Todas estas disciplinas forman parte del diseño de interfaces.
- **Mantener a los usuarios bajo control.** El software cuyo diseño no está bien definido resta comodidad, forzando a los usuarios a interacciones no planeadas, rutas confusas y resultados sorprendentes.

Diseño UI

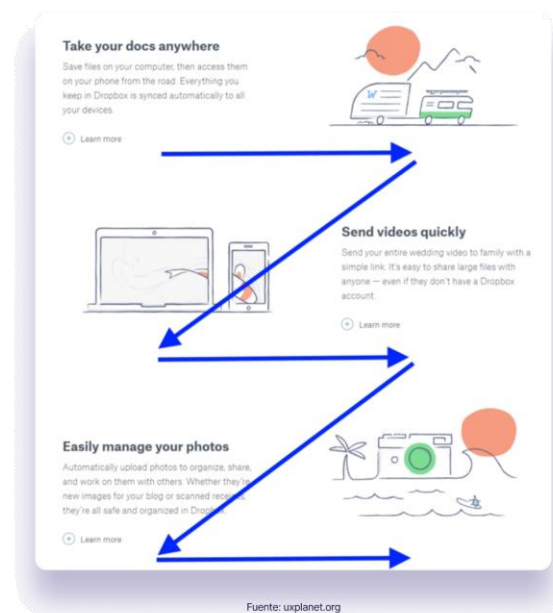
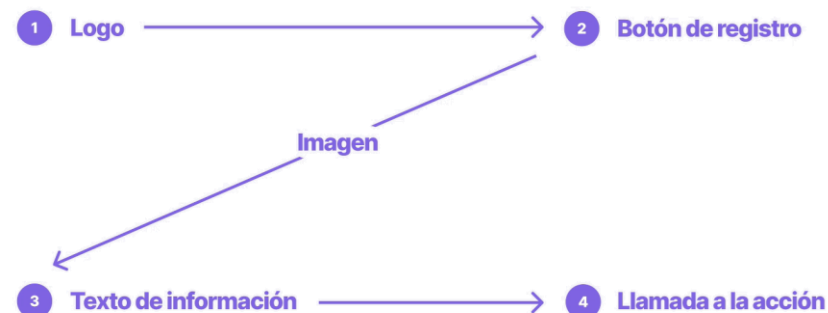
- En una página web hay un promedio de 593 palabras, des las cuales, el usuario sólo lee el 20%. Este porcentaje aumenta cuantas menos palabras haya.
- Los **usuarios no leen** sino que **escanean** la página buscando la información relevante. **La atención del usuario es muy escasa y por lo tanto un recurso muy valioso para la empresa.**
- Ese escaneo se realiza **según unos patrones**. Los más conocidos son:
 - El patrón en forma de **Z**: sentido de lectura occidental. Se aplica a **diseños simples y con poco texto**.
 - El patrón den forma de **F**: páginas con **más texto que no está bien formateado**. Sus líneas son difíciles de escanear por el usuario. El diseño no le ayudará encontrar lo que está buscando por lo que aplicará este patrón. Solo aplica cuando el usuario está evaluando el contenido y no cuando entran en una nueva página e inspeccionan su estructura. **La atención del usuario se enfoca en las palabras que están arriba y a la izquierda de la página, el resto se vuelve invisible**. Para evitar este patrón, tendremos que **estructurar mejor nuestros textos** usando títulos y subtítulos, listas y numeración, resaltar palabras claves en negrita, eliminar información no necesaria, colocar el contenido más importante en los dos primeros párrafos de la página, dividir el contenido en partes mas pequeñas, etc., así se consigue un **patrón de pastel de capas** (forma más efectiva de escanear páginas)

Diseño UI

Patrón en forma de Z



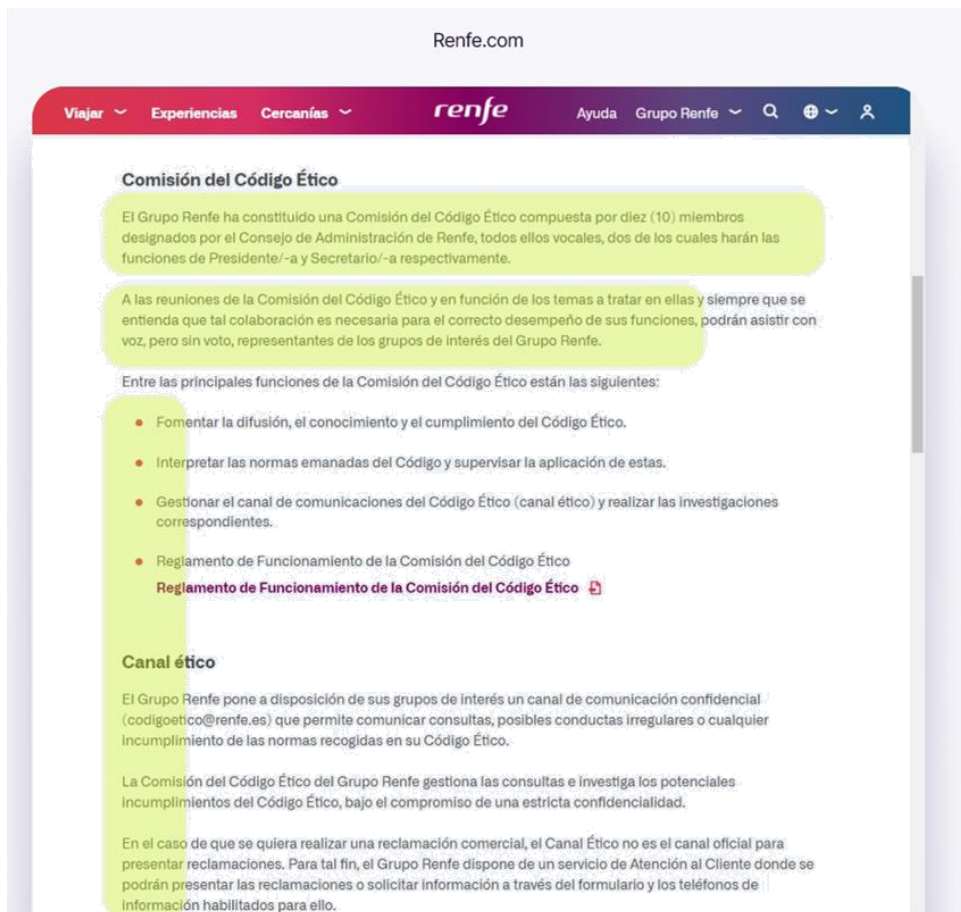
Fuente: Envato Tuts+



Fuente: uxplanet.org

Diseño UI

Patrón en forma de F



Diseño UI

Cómo solucionar el patrón en F: patrón de pastel de capas



El poder del trabajo en equipo

Detrás de cada gran logro del ser humano hay un equipo. Desde la medicina y los viajes espaciales, hasta la respuesta ante desastres y los repartos de pizzas, gracias a nuestros productos, los equipos de todo el planeta utilizan el poder del software para contribuir con el progreso de la humanidad. Nuestra misión consiste en ayudar a desatar el potencial de cada equipo.

Una breve historia

Provistos de una tarjeta de crédito y un sueño, dos amigos universitarios, Mike Cannon-Brookes y Scott Farquhar se propusieron crear Atlassian. En 2002, no sabían qué tipo de empresa sería Atlassian, pero sí sabían exactamente que no sería un entorno donde tuvieran que conformarse en lugar de ser quienes son realmente.

Ahora, 20 años después, nos hemos convertido en una empresa global con empleados en todo el mundo, pero esas ambiciones iniciales siguen estando vigentes

Valores que tener en cuenta

Nuestros exclusivos valores describen, al nivel más elemental, lo que representamos. Estos cinco valores dan forma a nuestra cultura, influyen en lo que somos, en lo que hacemos e incluso en a quién contratamos. Están conectados a nuestro ADN y así permanecerán mientras sigamos creciendo.

El poder del trabajo en equipo

Detrás de cada gran logro del ser humano hay un equipo. Desde la medicina y los viajes espaciales, hasta la respuesta ante desastres y los repartos de pizzas, gracias a nuestros productos, los equipos de todo el planeta utilizan el poder del software para contribuir con el progreso de la humanidad. Nuestra misión consiste en ayudar a desatar el potencial de cada equipo.

Una breve historia

Provistos de una tarjeta de crédito y un sueño, dos amigos universitarios, Mike Cannon-Brookes y Scott Farquhar se propusieron crear Atlassian. En 2002, no sabían qué tipo de empresa sería Atlassian, pero sí sabían exactamente que no sería un entorno donde tuvieran que conformarse en lugar de ser quienes son realmente.

Ahora, 20 años después, nos hemos convertido en una empresa global con empleados en todo el mundo, pero esas ambiciones iniciales siguen estando vigentes

Valores que tener en cuenta

Nuestros exclusivos valores describen, al nivel más elemental, lo que representamos. Estos cinco valores dan forma a nuestra cultura, influyen en lo que somos, en lo que hacemos e incluso en a quién contratamos. Están conectados a nuestro ADN y así permanecerán mientras sigamos creciendo.

Consejos a tener en cuenta

- Mantén las **interfaces simples**, muestra solo lo necesario.
- Respeta el ojo y la atención del usuario con el diseño. Céntrate en la **jerarquía y la legibilidad**: **organizar el contenido**, acercando elementos que pertenezcan al mismo grupo y alejar los que no están relacionados, por eso es importante **incluir espacios en blanco**, para ayudar a la legibilidad y al usuario a escanear el contenido.

NOMBRE

Pablo Sebastián Bravo



la etiqueta y la caja están relacionados: deben situarse cerca

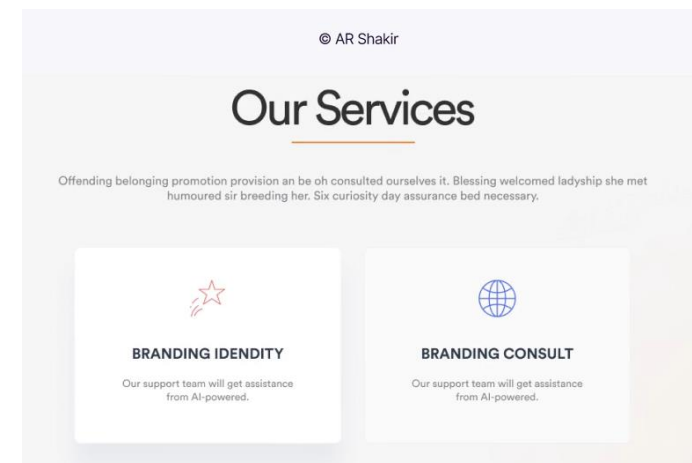
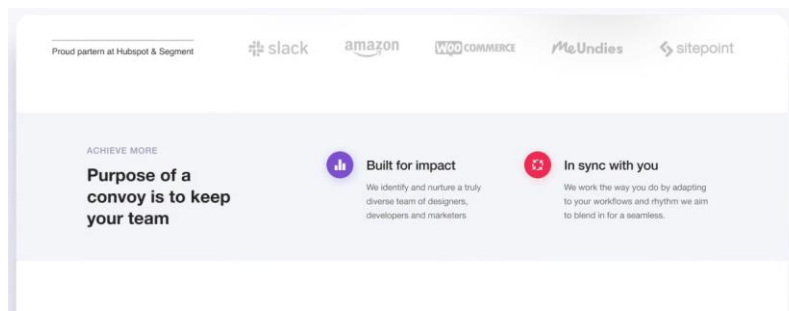
E-MAIL

pablo-1992@gmail.com



La siguiente etiqueta y caja es otro elemento por lo que habrá que separarlos del anterior con un espacio en blanco

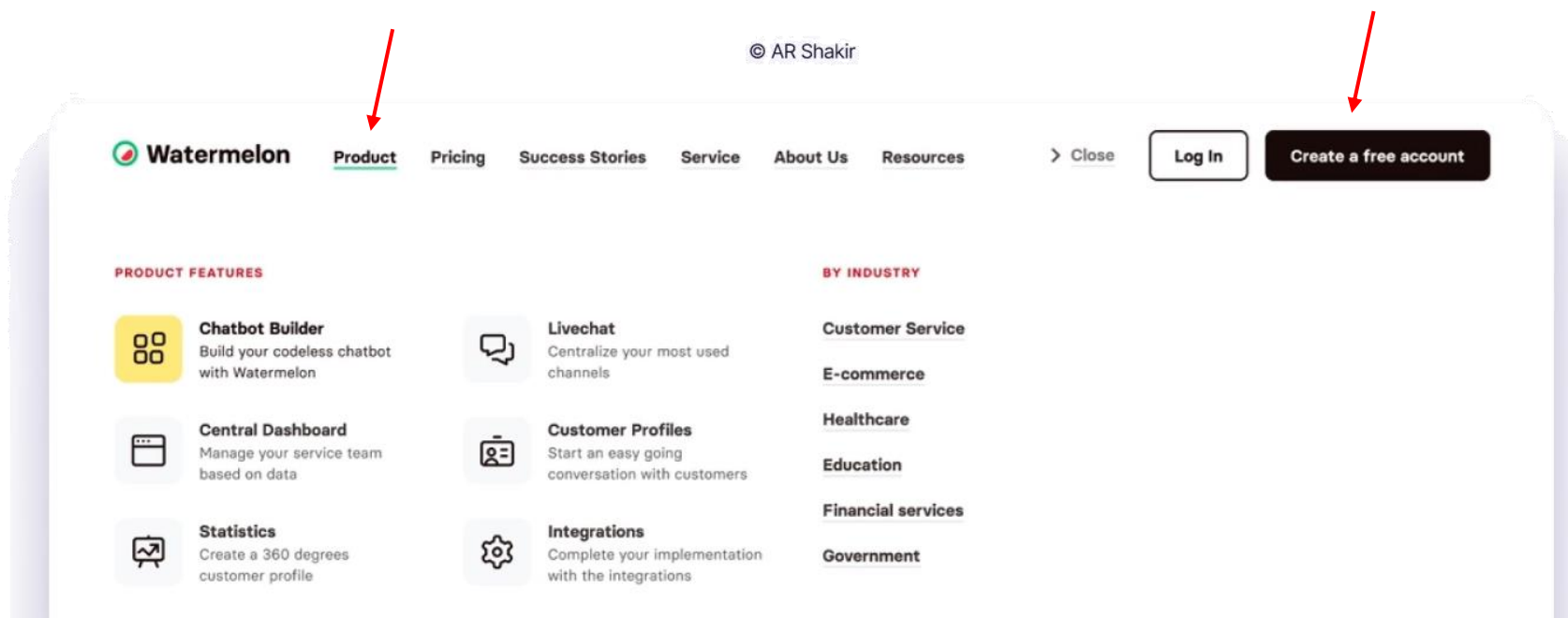
- Los **límites de las diferentes regiones** habrá que hacerlas notar, por ejemplo cambiando el color de fondo, líneas, sombras, etc.



Consejos a tener en cuenta

- Cuando hay una serie de elementos similares, ya sea en color, tamaño, forma, dimensión o forma, un elemento diferente que destaque visualmente de los demás capturar  más fácilmente la atención del usuario: **punto focal**.

En nuestra UI, podremos llamar la atención del usuario con botones más importantes, o en un menú de navegación para marcar la sección en la que nos encontramos.



Consejos a tener en cuenta

- Empezar **primero** diseñando **una UI funcional** y, después, que sea estéticamente bonita.
- Hacer un estudio o **benchmarking sobre las UI de la competencia** para no alejarnos demasiado de ellas pero tampoco hacer una copia. Que sirva como **inspiración** y para entender cómo solucionar determinados problemas.
- Nuestro trabajo podrá basarse en un mezcla de todas las referencias encontradas pero **nunca** deberá ser **un plagio**.

1. Imitar el trabajo de otros

2. Desarrollar nuestras habilidades

3. Personalizar nuestro diseño

4. Crear nuestro propio estilo

Consejos a tener en cuenta

- Empezar **primero** diseñando **una UI funcional** y, después, que sea estéticamente bonita.
- Hacer un estudio o **benchmarking sobre las UI de la competencia** para no alejarnos demasiado de ellas pero tampoco hacer una copia. Que sirva como **inspiración** y para entender cómo solucionar determinados problemas.
- Nuestro trabajo podrá basarse en un mezcla de todas las referencias encontradas pero **nunca** deberá ser **un plagio**.
- Mantén informados a los usuarios sobre las respuestas / acciones del sistema.
- Utiliza **patrones de diseño** adecuados para guiar a los usuarios y reducir la carga cognitiva





Instituto Tecnológico Edix_