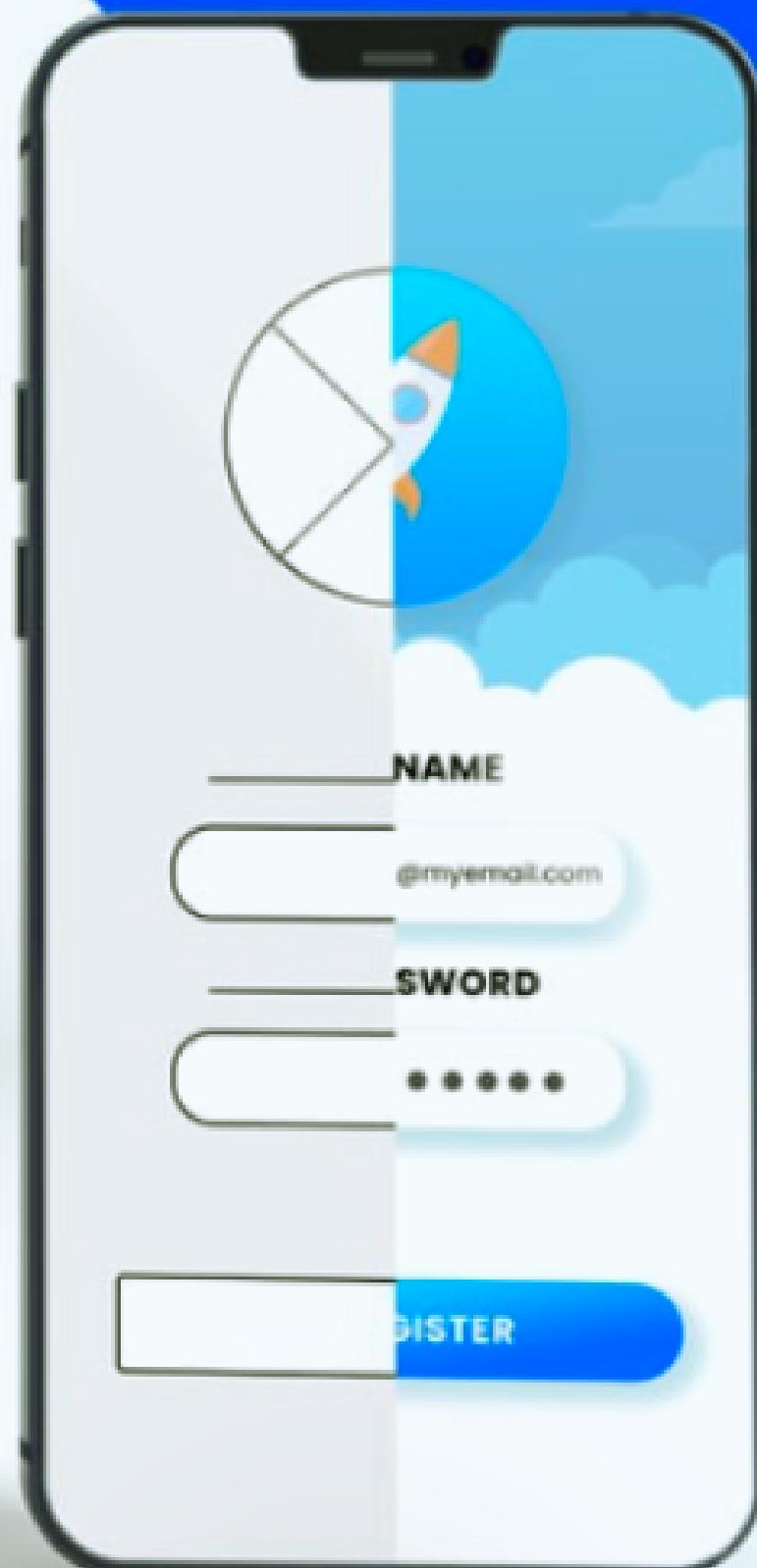


MIND
HUB.

UX / UI



UX



UI

A close-up photograph of a person's hands holding a black smartphone. The screen displays a social media profile for 'Artem Vasilev' with 0 posts, 108366h hours, and 1598h minutes. It shows 3 Collections and 1 Uploads. A large blue button at the bottom says 'Upload Photo or Video'. Below the phone, a white plate with food is partially visible on a wooden table.

DISEÑADORES UX/UI

Los diseñadores de UX trabajan en cómo mejorar la satisfacción de los usuarios mejorando la usabilidad de la interfaz.

Los diseñadores de UI trabajan en el lenguaje y la entrada visual para traducir la identidad de la marca en una página web sofisticada y fluida.

DESARROLLADORES UX/UI



Un desarrollador de back-end se asegura de que la función del sitio siga funcionando al actualizar y mejorar el código del lado del servidor. Finalmente, tienes un desarrollador full-stack que se encarga de todo.



Desarrolladores front-end. Su función es hacer que el trabajo sea el elemento visual de una aplicación o sitio web, trabajando con diseñadores de UI y UX.



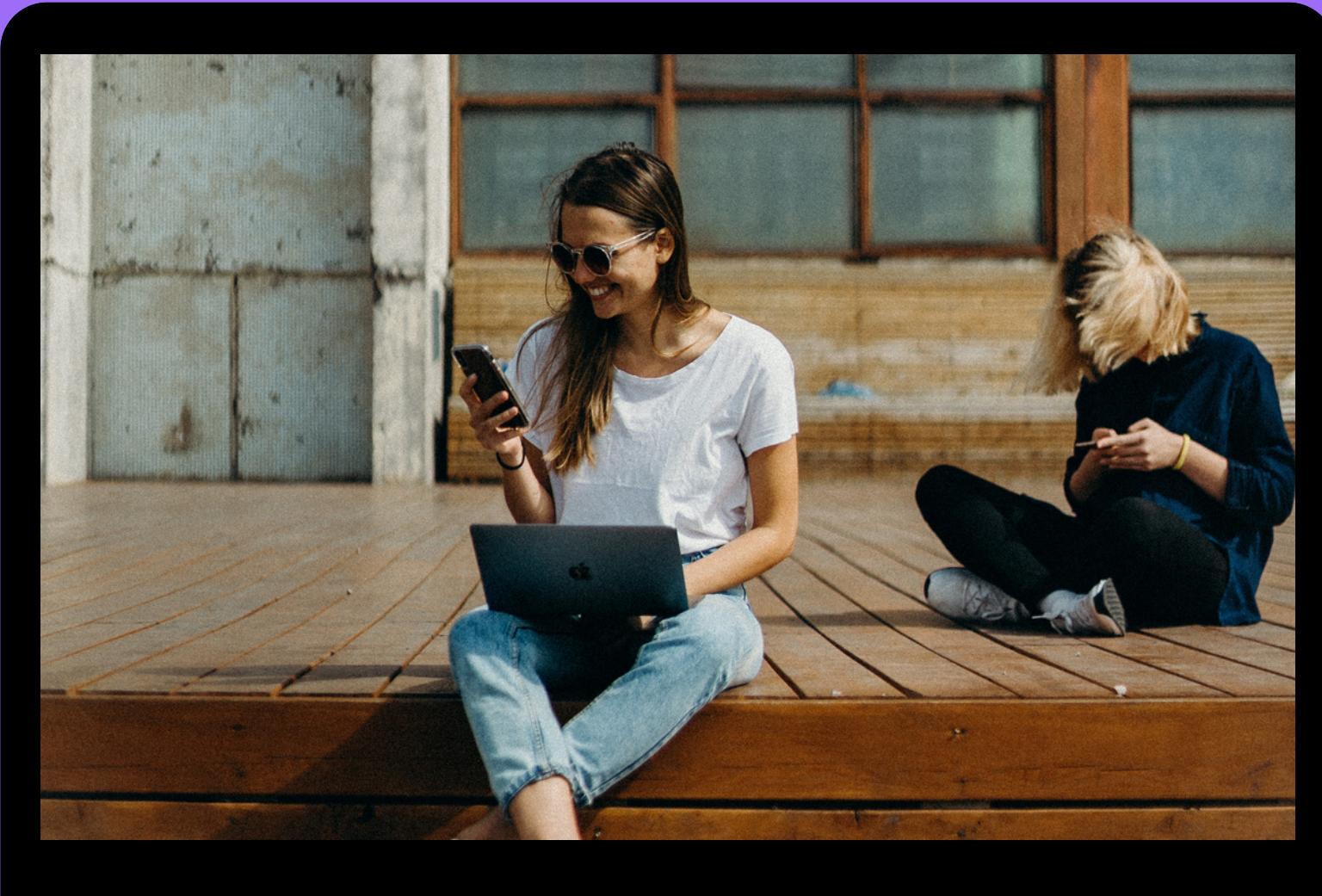
Tareas Diseñador UX/UI



- Investiga los hábitos y problemas de los usuarios.
- Crea un modelo interactivo y accesible.
- Implementa actividades con un diseño llamativo.
- Desarrolla maquetas del sitio web y las interfaces.
- Crea elementos de interfaz como menús, llamadas a la acción, pestañas.
- Prueba y soluciona problemas de experiencia del usuario (UX)
- Investiga con un equipo de marketing para implementar la objetividad comercial en el diseño.

SOFT SKILLS

DISEÑADOR UX/UI



- InVision, Adobe Photoshop, Adobe Illustrator, Sketch y otros.
- Conocimiento profundo de lenguajes de codificación comunes como HTML, XML, JavaScript y otros.
- Experiencia en tareas y herramientas de wireframe
- Consciente de las tendencias y herramientas de diseño.



TAREAS DESARROLLADORES UX/UI



- Realiza investigaciones de usuarios y productos.
- Configura la arquitectura de la información para identificar a tu buyer persona.
- Crea wireframes y flujos de usuario.
- Crea prototipos y los mejora con nuevos datos.

SOFT SKILLS DESARROLLADOR UX/UI

HTML

- Conocimiento profundo de lenguajes de codificación como JavaScript, HTML, CSS y otros.
- Manejo de lenguajes de aplicación avanzados como Ruby, PHP, Java, XHTML, Dot Net, Ajax y otros.
- Conocimientos de Flash, Photoshop, Adobe Illustrator y otros
- Comprensión de las API Restful de los sitios web de redes sociales.
- Experiencia con sistemas de gestión de contenido como WordPress, Magento, Joomla, WooCommerce y otros.

CSS

- Comprensión de SEO.

PHP

JAVA

<SCRIPT>

Diferencias entre

UX

Experiencia de usuario

Arquitectura
de la información

Características
del producto

Definición
usuario y
necesidades

Analytics

Wireframes
Prototipos

Diseño interactivo

Accesibilidad



UI

Interfaz de usuario

Identidad
Guía de estilo

Diseño visual

Color

Boceto

Tipografía



Parte verbal, lógica y analítica

Parte emocional y creativa

Experiencia de usuario (UX)

- Se puede definir como la experiencia que tiene una persona al interactuar con todos los aspectos del producto digital o servicios de una empresa.
- La experiencia de usuario debe garantizar que los productos y servicios de la empresa satisfagan las necesidades de los clientes y usuarios.
- Un diseñador UX realiza entre otras las siguientes actividades:
 - Investigaciones (Test con usuarios, Card Sorting, Tree Test, Five Second Test, Personas, Focus Group, etc).
 - Evaluaciones (Análisis Heurísticos).
 - Análisis de datos (Test A/B).
 - Arquitectura de información.
 - Wireframes.

Interfaz de usuario (UI)

- Son el conjunto de pantallas, páginas y elementos visuales como botones, formularios, etc., que permiten a las personas interactuar con el producto o servicio digital.
- La UI es parte extremadamente importante del diseño. La interfaz de usuario se centra en el producto, mientras que la UX se centra en el usuario y su viaje a través de dicho producto.
- Un diseñador UI realiza entre otras las siguientes actividades:
 - Diseño de interacción (Prototipado).
 - Guías de interacción.
 - Diseño de los elementos y componentes (Sistema de diseño).
 - Diseño visual.
 - Guías de estilo.

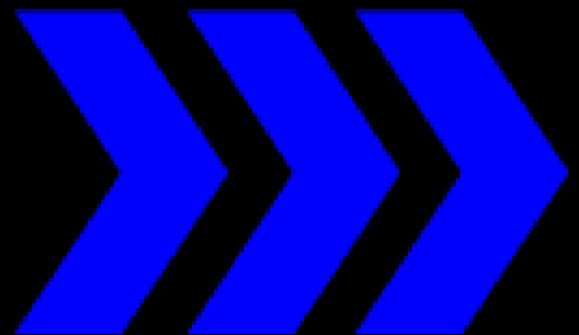
REFERENCIAS

- <https://goldpigtech.com>
- <https://distantjob.com/blog/ux-ui-developer-vs-ui-ux-designer/>
- <https://www.masterd.es/blog/estudiar-ux-ui-design>
- <http://www.uxables.com/diseno-ux-ui/ux-y-ui-no-se-enfrentan-se-complementan/>



MIND
HUB.

12 LEYES DE
UX/UI



12 Leyes

En rasgos generales, vamos a describir aquí, de modo muy visual y práctico, las 12 leyes más importantes sobre experiencia de usuario. Las reglas que te servirán de guía para generar percepciones positivas y juzgar una página web.



Ley de Prägnanz

Las personas interpretan las imágenes complejas como la forma más simple posible, porque es la interpretación que menos esfuerzo cognitivo requiere.

A continuación se muestran dos dibujos que intentan representar un auditorio

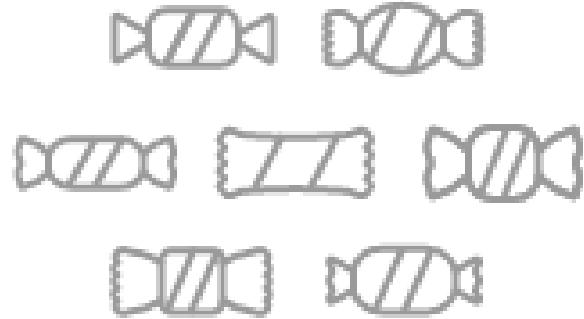


- Este incluye demasiado detalles:
- El estrado.
- La mesa del presídium.
- El pódium.
- Las filas de butacas.
- El techo.
- Las paredes.
- El piso.

La segunda alternativa...



- Por el contrario, incluye menos elementos organizados en una totalidad caracterizado por la sencillez, facilita así su reconocimiento y recuerdo.



Ley Hick

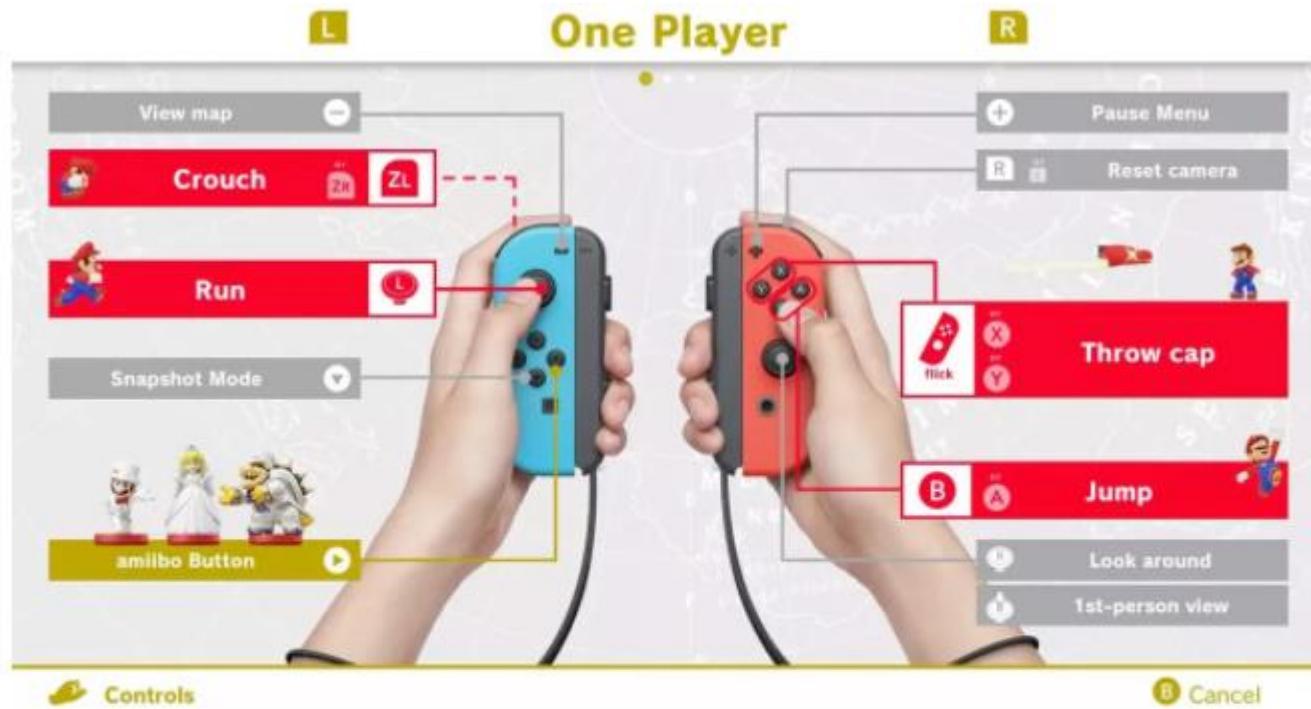
El tiempo que lleva tomar una decisión aumenta con el número de alternativas y su complejidad.

Ley de Hick

La forma más sencilla de explicar y entender la ley de Hick es utilizando los videojuegos.

Los juegos de los 80 y los 90 tenían una interfaz sencilla, con controles y funcionalidades fáciles de recordar y utilizar. Por ejemplo, el primer Super Mario solo te permitía saltar, agacharte y poca cosa más:





En Super Mario Odyssey hay, además, varias combinaciones de controles y gestos.

Lo que nos dice la Ley de Hick es que el tiempo que hay que invertir para tomar una decisión incrementa con el número de opciones y la complejidad disponibles.

¿Cómo y cuándo usar la Ley de Hick?

Partiendo del punto en el que **los usuarios no leemos las páginas sino que las escaneamos** (lee más sobre esto en el [resumen de “No me hagas pensar”](#)), no podemos saturarlos con toda la información de golpe.

Por este motivo es recomendable dividir procesos largos en distintas etapas, como por ejemplo una compra *online*. Amazon utiliza esta misma Ley:

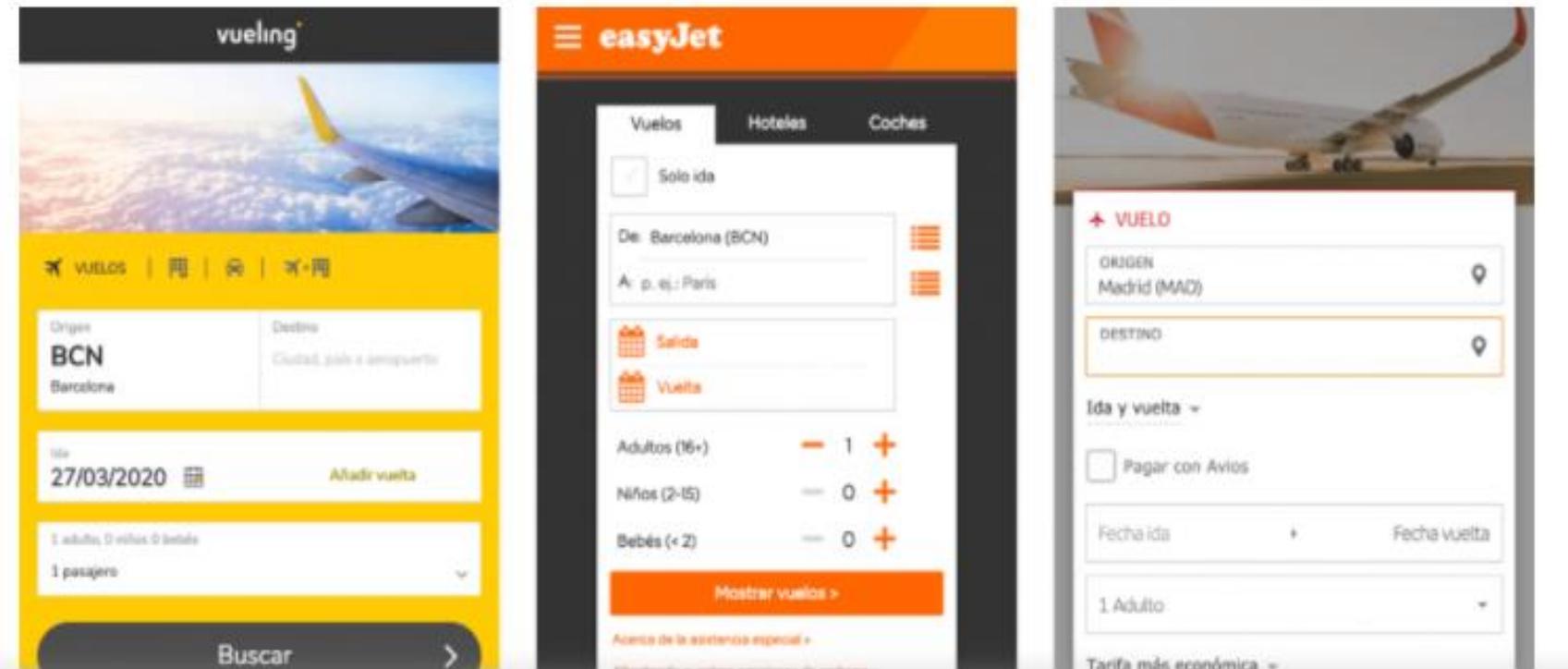




Ley de Tesler

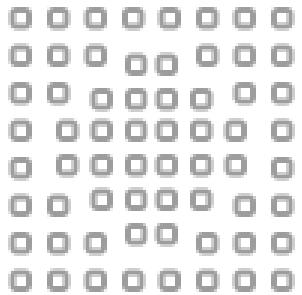
La Ley de Tesler, también conocida como Ley de Conservación de la Complejidad, establece que para cualquier sistema existe una cierta cantidad de complejidad que no se puede reducir.

Pongamos un ejemplo para entender mejor la **Ley Tesler**. Las **aerolíneas** siempre tienen un pequeño **formulario para iniciar el proceso de compra** de un billete. Habría muchas maneras de hacer complejo el sistema o de intentar simplificarlo, pero siempre habrá **cuatro datos indispensables**: origen, destino, cuándo y cuántos.



En resumen, **a nivel de UX** siempre debemos intentar **simplificar** todos los elementos y **funcionalidades**.

Pero también debemos ser conscientes que **hay ciertas funcionalidades que son indispensables e inmutables**. No debemos intentar modificar esos mínimos que nos garantizan la funcionalidad mínima de nuestro producto.



Ley de proximidad

Los objetos que están cerca o próximos entre sí tienden a agruparse.

El principio de la proximidad en el diseño web es necesario para ordenar los contenidos en unidades o grupos temáticos que sirvan para que los usuarios se orienten con mayor facilidad.

LEY DE PROXIMIDAD

- Como se ha mencionado en otros artículos, el tiempo que emplea un usuario de la web en determinar si el contenido de la página en la que se encuentra es lo que busca es **muy corto**, no pasando más allá de unos pocos segundos. Esto hace imprescindible que todo buen diseño haga que el usuario encuentre con facilidad y con solo unos pocos golpes de vista aquello que ofrecemos.
- Este principio de diseño web, si bien puede ser empleado para lograr efectos sobre la estética de la página, tiene como principal cometido facilitar el acceso a los contenidos por parte de los usuarios.
- Para ello es necesario que los diferentes **contenidos** se encuentren ordenados y que aquellos elementos relacionados entre sí se encuentren **próximos**, de forma tal que el usuario tenga no más de tres o cuatro grupos de objetos.
- Estos grupos deben estar relacionados por **similitud**, concepto que desarrollaremos a continuación.

PROXIMIDAD POR CONTACTO

- Una forma de agrupar objetos es evitar que exista separación entre ellos. Esto solo es posible en los casos en que los objetos pueden estar juntos y distinguirse claramente unos de otros y sean compatibles visualmente.



PROXIMIDAD POR SUPERPOSICIÓN

- En algunos casos, puede emplearse un leve solapamiento (superposición) de los elementos para aumentar la sensación de proximidad entre ellos, lo que agrega un bonito efecto visual

creativetourist.com

Manchester's guide for the creative tourist

[Home](#) / [News](#) / [Blog](#) / [Features](#) / [Art Speak](#) / [Photo Story](#) / [City Guides](#) / [Book Story](#) / [About](#) / [Network](#)



Latest news

Gardening tip: it's the art! [Procession](#)
Gardens, vinyl records and days off: [Artist Julianne](#) is a one-woman office at [Cathedral](#)... [More](#)

Be a glutton to benefit [Cathedral](#).
What art journal features work by 1000s of British [Author](#) and [photographer](#)... [More](#)

Do you blog? Here's [posting](#) for you.
The [Gerrits](#) are [the ultimate urban artists!](#) A [new exhibition](#) and [GERRITS](#) book by [Ananda](#) is available now [right](#)... [More](#)

Art Speak

A conversation with [Barbara Rosemont](#) and [Mark Grotjahn](#)

Search

Subscribe for regular updates

Your address:
Your name: **Subscribe**

Flickr Photostream



Efecto Posición Serial

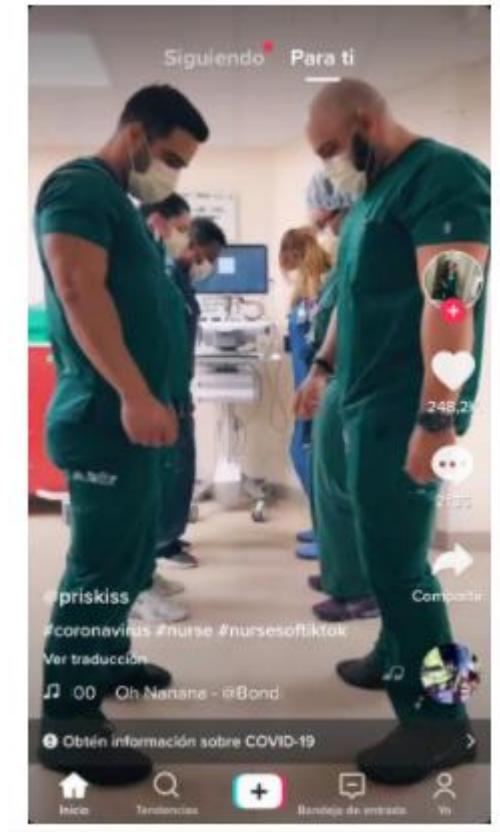
Los usuarios tienen la tendencia de recordar mejor el primer y último elemento de una serie.



Instagram



Tik tok

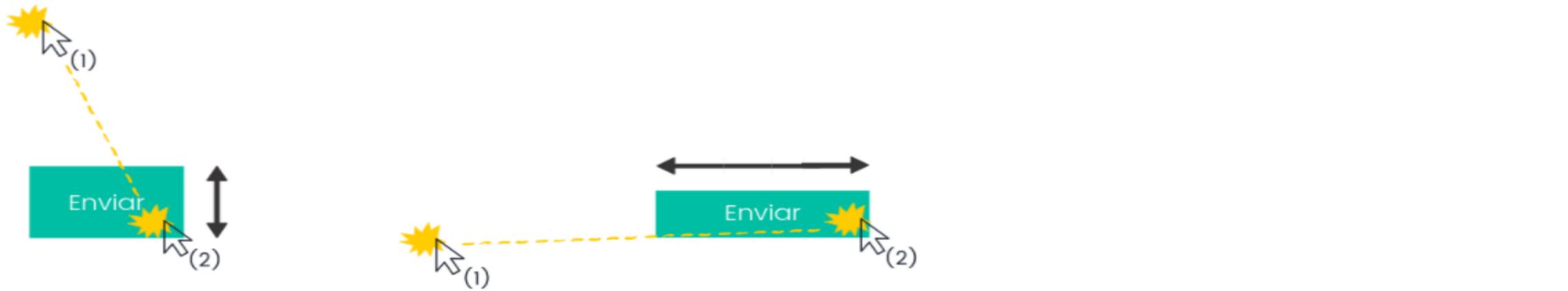




Ley de Fitts

El tiempo que se necesita para llegar a un objeto es proporcional a la distancia a la que se encuentra y su tamaño.

El tiempo necesario para alcanzar un objetivo con un movimiento rápido es una función del tamaño de dicho objetivo y de la distancia que hay que recorrer hasta él.



$$MT = A + B \log_2(2A/W)$$

- En esta MT es el tiempo que necesitas para completar un movimiento,
- a y b son constantes empíricas relacionadas con las condiciones concretas de la prueba.
- W es el ancho del objetivo
- A la distancia.



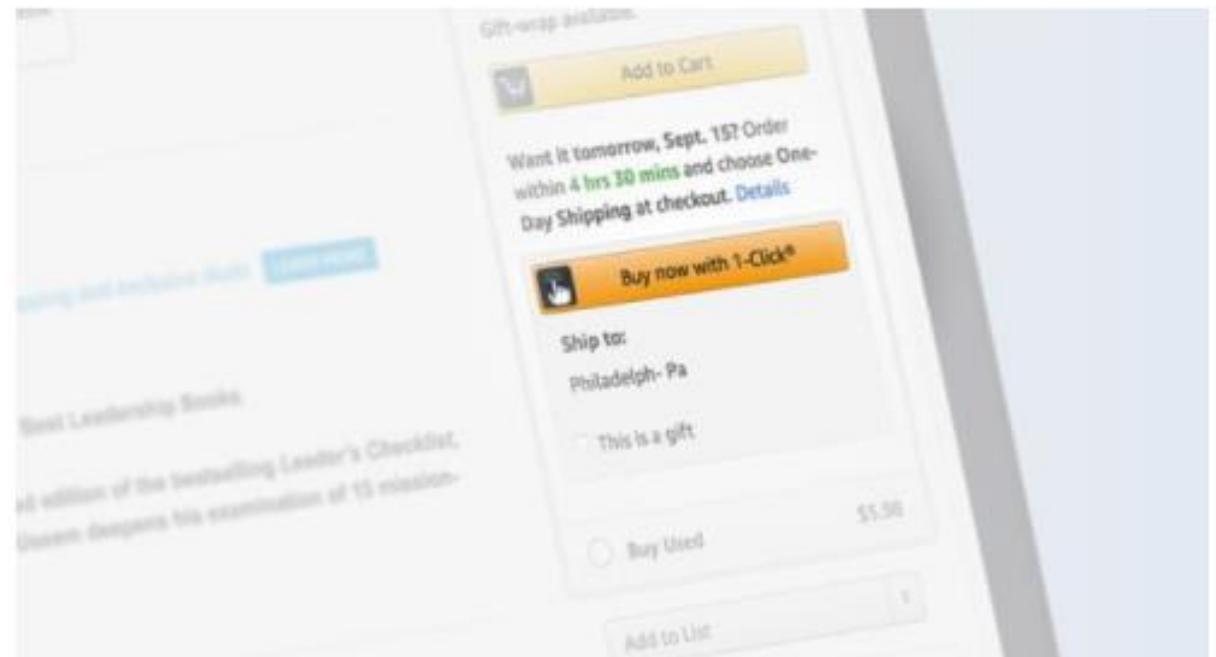
Ley de Parkinson

Cualquier tarea se inflará hasta que se gaste todo el tiempo disponible.

En 1955, Cyril Northcote Parkinson utilizó en un ensayo cómico en The Economist esta ley. Básicamente dicta que **cuanto más tiempo tiene un usuario para realizar una tarea, más tiempo tarda en completarla**.

Es importante **intentar reducir el tiempo para las tareas de los usuarios**. Para que tengan una mayor satisfacción y mejore el tiempo en tarea

Un ejemplo claro del uso de la **Ley de Parkinson** lo podemos encontrar en los ecommerce. La opción de **compra rápida o en un clic**, ayudan a optimizar el tiempo de la tarea.



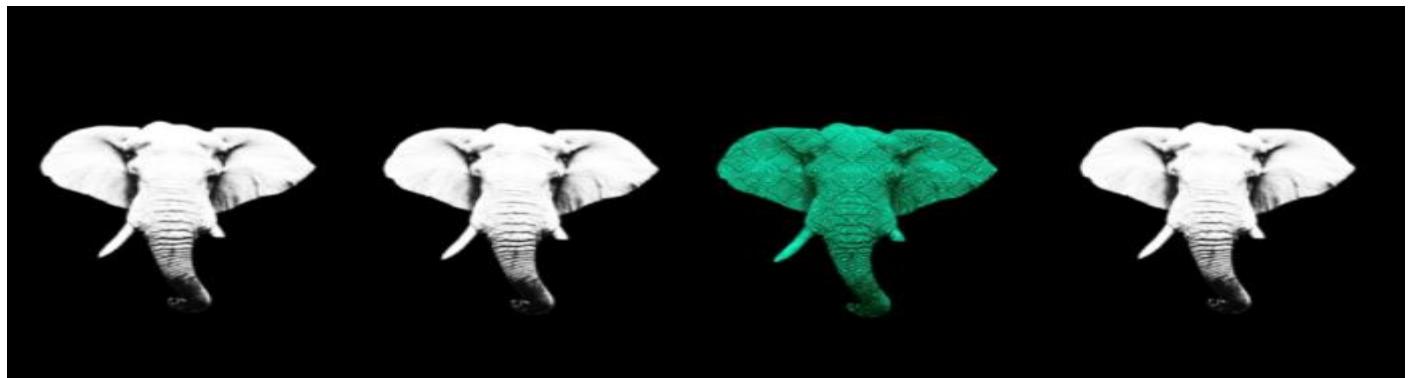
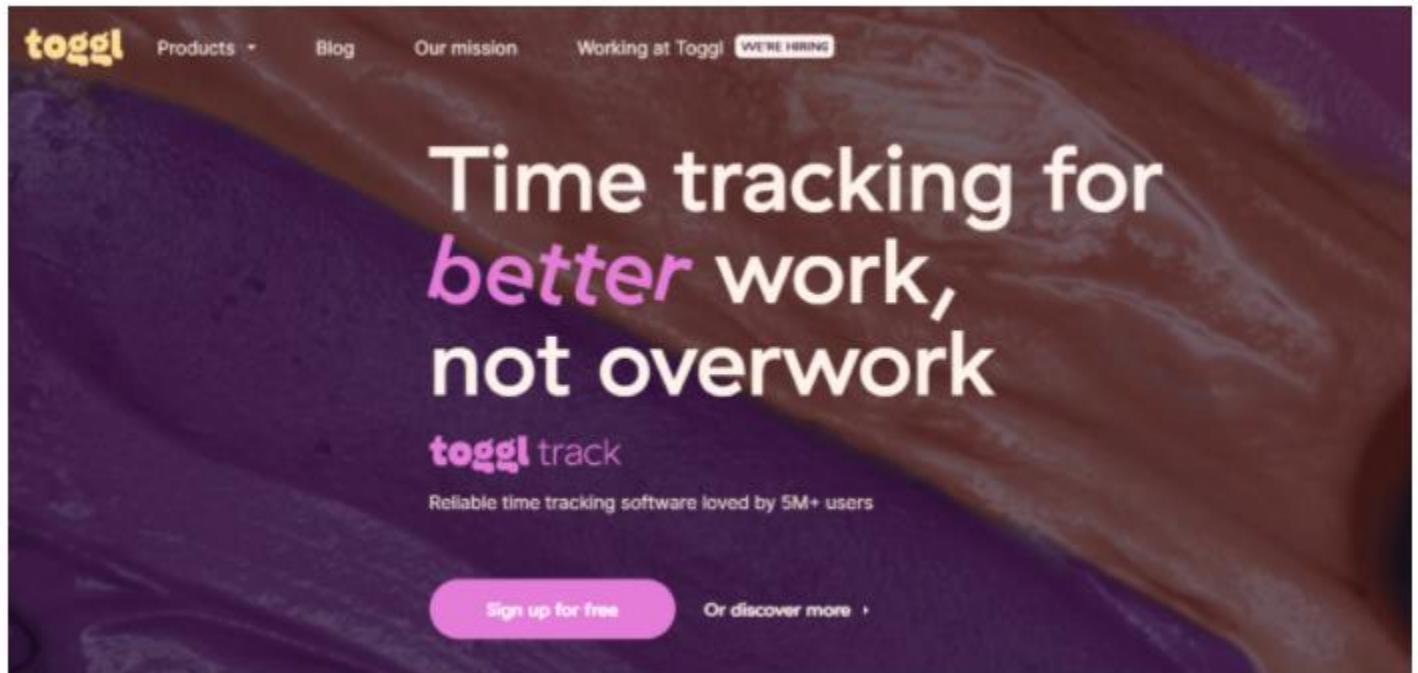
Compra en un clic de Amazon



Efecto Von Restorff

El efecto Von Restorff, también conocido como Efecto de Aislamiento, predice que cuando hay varios objetos similares presentes, es más probable que se recuerde el que difiere del resto.

El efecto Von Restorff describe nuestra tendencia a recordar cosas que destacan, que nos sorprenden.





Principio de Pareto

El principio de Pareto establece que, aproximadamente el 80% de los efectos provienen del 20% de las causas.



Analicemos un caso práctico. Supongamos que, de 500 llamadas a un call center, 400 están relacionadas con una información que no se entiende, 80 con una duda en el horario y 20 con que el botón del formulario para registrarse no funciona. ¿Qué deberíamos optimizar primero? Siguiendo el Principio de Pareto, lo más importante son las 20 llamadas que no pueden registrarse, ya que tienen más valor para nuestro negocio.



LEY DE PARETO

- **80% de los efectos provienen de solo el 20% de las causas.** En la rama de UX es muy importante tener en cuenta este principio. Esta proporción nos da una referencia clara al realizar un **análisis de CRO para decidir qué cambios y con qué priorización** los vamos a hacer.

Efecto Zeigarnik

Las personas recuerdan las tareas incompletas o interrumpidas mejor que las tareas completadas.

Si usamos esta ley nuestros usuarios serán más recurrentes e interactuarán en mayor medida



Si hablamos de este efecto en términos de UX es cuando entendemos términos como la **gamificación**. ¿Por qué siempre tenemos ese **ansia de terminar pantallas en el Candy Crush**? ¿Por qué tenemos la necesidad de **completar al 100% nuestro perfil en Linkedin**? ¿Por qué existen los **TO-DO en el trabajo**? Por el efecto Zeigarnik.





Ley de Miller

La persona promedio solo puede mantener alrededor de 7 elementos en su memoria de trabajo.

Facebook

La red social de Mark Zuckerberg, que tiene un volumen de contenido abismal, lo clasifica en su menú superior con 8 elementos (7+1): Acceso al perfil, al inicio, a crear una página o grupo, a las solicitudes de amistad, al Facebook Messenger, a las notificaciones, a la ayuda y una flecha que da acceso a otras opciones.

The screenshot shows the top navigation bar of a Facebook profile page. From left to right, the items are:

- A user icon with the name "Eloy Urarte".
- A search bar with the placeholder "Busca".
- A magnifying glass icon.
- A "Inicio" button.
- A "Crear" button.
- A "Notificaciones" button.
- A "Ayuda" button.
- A "Otras opciones" button (represented by a triangle).

Below the navigation bar, there's a sidebar with links like "Últimas noticias", "Messenger", "Watch", "Marketplace", "Accesos directos", "Apalabraditos", "Explorar", "Centro de informa...", "Páginas", "Grupos", "Eventos", and "Recaudaciones de ...".

The main content area features a video thumbnail titled "Tus recuerdos de Facebook" with the caption "Eloy, tú y todos los recuerdos que compartes son importantes para nosotros, por eso hemos pensado que te gustaría recordar este video de hace 6 años." The video thumbnail shows a dark scene with orange and red lights.

On the right side, there are language and privacy settings: "Español (España) - Español - English (US) - Català - Português (Brasil)" and links for "Privacidad - Condiciones - Publicidad - Gestión de anuncios - Cookies - Más - Facebook © 2020".

Twitter

La red de los hashtags y trending topics cuenta con un menú de 9 (7+2): Acceso a Inicio, a Explorar, a las Notificaciones, a los Mensajes directos, a los elementos Guardados, a las Listas, al Perfil del usuario, a Más opciones y un CTA a la acción principal de Twittear.

The screenshot displays the Twitter mobile application interface. On the left, a vertical navigation menu includes: Inicio, Explorar, Notificaciones, Mensajes, Guardados, Listas, Perfil, and Más opciones, with a prominent blue 'Twittear' button at the bottom. The main content area shows the profile of 'Eloy Urarte Bach' (@eloyurarte), featuring a profile picture, a bio mentioning UX Lead & #UCRIO, #Planista y #gamer, and interests in series, cinema, and padel. It also lists 302 followers and 519 following. Below the profile are tabs for Tweets, Tweets y respuestas, Multimedia, and Me gusta. A recent tweet from 'Marina Lobo' (@marinalobo) is visible. To the right, there's a search bar, a section titled 'Tal vez te guste' with profiles like 'Culturizando' and 'futbolretro.es', and a 'Tendencias para ti' section with trends like 'Sabonis' and 'Seat'.

Linkedin

La red laboral por excelencia opta por 8 ítems (7+1): Acceso al **Inicio**, a **Mi red**, a **Empleos**, a **Mensajes**, a **Notificaciones**, al **Perfil** del usuario, a **Productos** de Linkedin y un CTA a activar la cuenta **Premium**.

The screenshot shows the LinkedIn homepage with the following elements:

- Header:** LinkedIn logo, search bar, and navigation menu with links to Inicio, Mi red, Empleos, Mensajes, Notificaciones, Yo, Productos, and Reactivar Premium.
- User Profile:** Profile picture of Eloy Urarte Bach, Lead UX & CMO en Grupo Planeta | MA Degree Lecturer en [IM] Internacional de Marketing.
- Profile Metrics:** Who has viewed your profile (707), Visualizations of your publication (506), Access to information and exclusive tools, and a Reactivar Premium button.
- Elements Guardados:** A section for saved items.
- UX Welcome:** Welcome to UX, Notifications of the page (0), and Visitors of the page (40).
- Feed:** A post from IAB Spain (21,829 seguidores) about their continued support for members through reports, webinars, and aid applications.
- Popular Posts:** A sidebar titled "Asuntos más comentados" showing popular topics like Coronavirus, the ABC of innovative people, and Hyperproductivity.
- Advertisement:** An ad for SurveyMonkey with the headline "Usability by SurveyMonkey - Your fast track to creating better customer experiences. Request a demo." It features a photo of Eloy Urarte Bach and the text "Watch a demo now".



Ley de Jakob

Los usuarios prefieren aquellos sitios que funcionen igual que los que ya conocen.

**“Los usuarios
prefieren los
productos que
funcionan igual que
los que ya
conocen”**

Asos

Asos apuesta por unas fotos en miniatura en la columna izquierda, una foto de gran tamaño en la central y en la columna derecha, la información básica para la compra.

The screenshot shows the Asos website layout. At the top, there is a dark header bar with the Asos logo, navigation links for 'Mujer' and 'Hombre', a search bar, and user account icons. Below the header is a secondary navigation bar with categories like 'Rebajas', 'Novedades', 'Ropa', 'Zapatos', 'Accesorios', 'Activewear', 'Cuerpo + Cabeza', 'Hombre', 'Outlet', 'Materiovino', and 'Impresión'. A prominent orange banner in the center promotes a 10% discount for new users with the code ASOSNEW20. The main content area displays a large image of a male model wearing a white crew-neck t-shirt. To the left of the main image are four smaller thumbnail images showing different views of the t-shirt. To the right of the main image, the product details are listed: 'Camiseta orgánica con cuello redondo en blanco de ASOS DESIGN', the price '5,99 €' (with free delivery), the color 'Blanco', and a 'TALLA' dropdown menu set to 'mediana'. Below these details is a green button labeled 'AGREGAR A MI BOLSA' and a small note about the fabric being 100% organic cotton. The URL in the browser's address bar indicates the page is for men's crew-neck t-shirts.

Ficha de producto de Asos

Zara

La marca referencia de Inditex apuesta por una gran foto que ocupa más de la mitad de la pantalla y en la columna derecha, la información básica para la compra.



BUSCAR INICIAR SESIÓN AYUDA [User icon]

CAMISETA BÁSICA REGULAR FIT
5,95 EUR
BLANCO - 1867401
Camiseta básica Regular fit de cuello redondo y manga corta.
[Ver más](#)

S
M
L
XL
XXL

ENCUENTRA TU TALLA [Size chart icon]

AGREGAR [CHAT icon]



H&M muestra dos fotos grandes a dos columnas, y la tercera columna la deja para la información de compra.

The screenshot shows a product page for a men's regular-fit t-shirt. On the left, there are two large images of a male model wearing the white t-shirt. The first image has his arms crossed, and the second image shows him from the waist up with one arm crossed over his chest. To the right of the images, the product details are displayed: "Comiseta Regular Fit" at 4,99 €, color "Blanco", and a size selection dropdown showing "S". Below the size dropdown is a "AÑADIR" button. At the bottom of the page, there are links for "DETALLES", "OPINIONES (494)", "ENTREGA Y PAGO", and "PROCEDENCIA DEL PRODUCTO".

Iniciar sesión | FAVORITOS | Bolsa de la compra(0)

Mujer Hombre Dividé Niños H&M HOME Promociones Sostenibilidad

Buscar productos

Comiseta Regular Fit

4,99 €

Blanco

AÑADIR

DETALLES OPINIONES (494) ENTREGA Y PAGO PROCEDENCIA DEL PRODUCTO

MIND
HUB.

¿PREGUNTAS?

