



UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DE TEHUACÁN

INGENIERÍA EN DESARROLLO Y GESTIÓN DE SOFTWARE

Alumna:
Concepción Guadalupe Paniagua González

Asignatura:
Desarrollo Web Profesional

Docente:
José Miguel Carrera Pacheco

Octavo Cuatrimestre Grupo “A”

**Actividad: S - 3. UX/UI profesional y
accesibilidad**

Landing “FOR STORES”

1. Introducción

El diseño de la landing “FOR STORES” y del formulario de registro se realizó siguiendo la guía de estilos **Digital Mint** proporcionada por Dana, asegurando consistencia visual, accesibilidad y prevención de errores. El objetivo principal fue garantizar una experiencia de usuario intuitiva y segura para los comerciantes que deseen registrarse, facilitando la interacción con la plataforma y minimizando posibles fricciones.

Las decisiones de diseño adoptadas están justificadas mediante **heurísticas de Nielsen, principios de Steve Krug, y criterios de accesibilidad WCAG**, así como los errores que se previenen mediante estas medidas}

2. Heurísticas de Nielsen aplicadas

- **Prevención de errores (Nielsen #5):**

Los botones de acción del formulario ocupan el ancho completo del contenedor, aumentando la zona de clic y reduciendo la posibilidad de errores al seleccionar.

Los campos obligatorios están claramente marcados con etiquetas y se valida cada input antes de permitir el envío, evitando envíos incompletos o con datos incorrectos.

- **Consistencia y estándares (Nielsen #4):**

La jerarquía tipográfica respeta los estilos de Dana: **Archivo Black** para títulos y precios, **Sora** para cuerpo de texto.

Todos los botones y campos siguen un mismo patrón visual (bordes, colores, alturas), garantizando que los usuarios comprendan la función de cada elemento sin tener que “aprender de nuevo” en cada sección.

- **Visibilidad del estado del sistema (Nielsen #1):**

Cada campo del formulario muestra claramente su estado: normal, enfocado, correcto o incorrecto.

Los mensajes de error se muestran de manera inmediata y en un color con suficiente contraste (#2EFFA2 sobre negro de fondo) para que el usuario comprenda el problema sin ambigüedad.

3. Principios de Steve Krug aplicados

- **No me hagas pensar:**
 - ✓ La estructura de la landing y el formulario es clara, con un flujo de lectura lógico de arriba hacia abajo.
 - ✓ Los campos se ordenan de manera intuitiva: nombre → correo → teléfono → contraseña → aceptar términos, evitando confusión en el usuario.
- **Menos es más / Eliminación de carga cognitiva:**
 - ✓ Se redujeron elementos decorativos y sombras pesadas, priorizando un diseño plano que permita al usuario enfocarse en el contenido principal.
 - ✓ La distancia de los comercios (“0.8 km”) se muestra de manera concisa para que el usuario pueda tomar decisiones rápidas sin análisis innecesario.

4. Criterios WCAG aplicados

Para asegurar accesibilidad según **WCAG 2.1**, se implementaron:

- **Labels asociados:** Cada input del formulario tiene su etiqueta vinculada correctamente para lectores de pantalla.
- **ARIA live regions:** Los mensajes de error se comunican dinámicamente, informando al usuario sobre validaciones sin necesidad de recargar la página.
- **Orden de foco lógico:** La navegación por teclado sigue un flujo natural, permitiendo completar el formulario sin depender del mouse.
- **Contraste suficiente:** Se mantiene una ratio de al menos 4.5:1 en textos críticos, asegurando legibilidad incluso para usuarios con visión reducida.
- **Indicadores redundantes:** No se depende únicamente del color para transmitir información; se utilizan iconos y texto en los estados de error.

5. Estados de validación y prevención de errores

Cada campo del formulario incluye los siguientes estados:

Estado	Descripción	Ejemplo / Color
<i>Normal</i>	Campo activo, sin interacción	borde #94A3B8
<i>Focus</i>	Campo seleccionado por el usuario	borde resaltado #2EFFA2
<i>Correcto</i>	Input válido	borde #2EFFA2 + icono check
<i>Incorrecto</i>	Input inválido	borde rojo + mensaje de error específico
<i>Deshabilitado</i>	Campo no editable	fondo gris oscuro

Errores prevenidos:

- Envió de formulario con campos incompletos.
- Ingreso de correo no válido.
- Clics accidentales en botones gracias a área de toque ampliada.

6. Conclusión

El diseño de la landing “FOR STORES” y su formulario de registro cumple con los principios de usabilidad y accesibilidad, asegurando que el usuario pueda interactuar de forma intuitiva y segura. La implementación de **heurísticas Nielsen**, **principios de Krug** y criterios **WCAG** garantiza la prevención de errores comunes, se facilita la lectura. Con todo esto se logra un equilibrio entre modernidad, funcionalidad y accesibilidad, eliminando barreras digitales para los comercios locales.