

# EDI 1 UX / UI

## Experiencia de Usuario / Interfaz de Usuario

Año 2024 - Profesor: Federico Carrizo

ISFT N°93

# Clase 14: Navegabilidad y ubicación de elementos

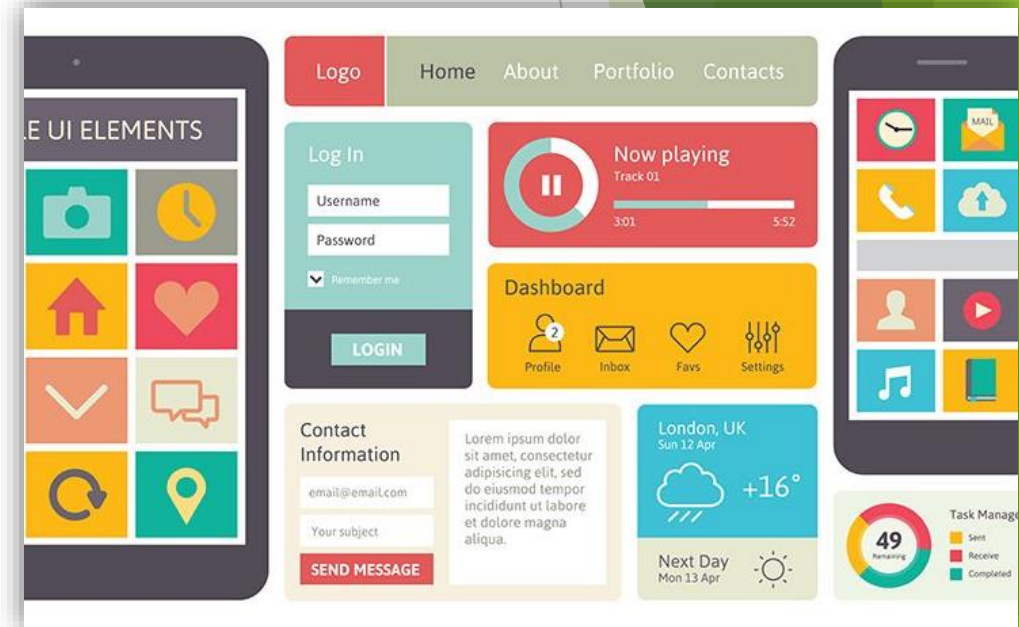
En esta presentación veremos conceptos para comprender cómo organizar la navegación y donde ubicar físicamente los elementos en un layout de diseño, para lograr la mayor eficacia en la navegación y uso de un servicio digital.

# Conceptos necesarios: layout

## ¿QUÉ ES UN LAYOUT?

Los layouts son elementos no visuales destinados a controlar la distribución, posición y dimensiones de los controles que se insertan en su interior (Botones, textos, spinners...), así que podemos decir que los Layouts son los contenedores de estos elementos.

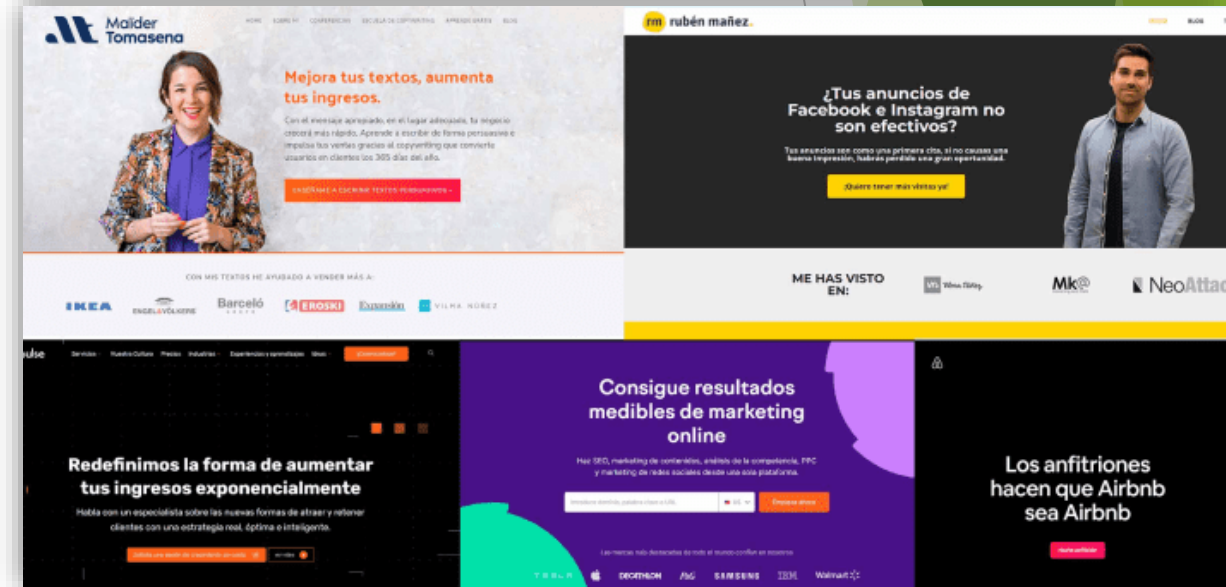
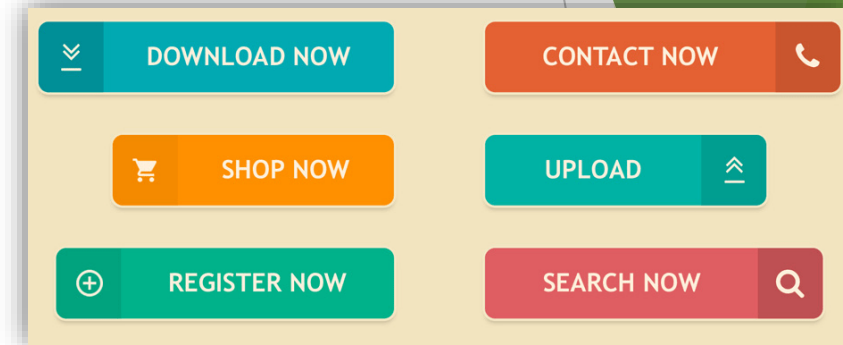
Los diseñadores web utilizan el layout para definir la ubicación y el estilo de los elementos en la página, asegurándose de que el sitio sea atractivo y fácil de navegar para todos los usuarios. Decide cómo presentar el texto, imágenes y videos de manera que resulte fácil de leer y acceder para los visitantes.



# Conceptos necesarios: CTA

Un call to action (llamada a la acción) o CTA es un elemento visual o textual que forma parte de un anuncio, mensaje, sitio web u otro entorno digital con la función de motivar o guiar a usuarios y clientes a realizar una acción específica como hacer clic, suscribirse, comprar un producto o descargar un recurso.

En el desarrollo web y de aplicaciones, usamos los CTA para guiar al usuario a encontrar el paso siguiente en el proceso. Por lo tanto, es necesario comprender la interacción usuario-sistema, los conceptos de colores que vimos y aplicarlos para mejorar la usabilidad



# Conceptos necesarios: navegabilidad

La navegabilidad o navegabilidad web es la facilidad con la que un usuario puede desplazarse por todas las páginas que componen un sitio web. Para lograr este objetivo, un sitio web debe proporcionar un conjunto de recursos y estrategias de navegación diseñados para conseguir un resultado óptimo en la localización de la información y en la orientación para el usuario.

Las interfaces de navegación tienen que ayudar a los usuarios a responder a tres preguntas fundamentales relacionadas con la navegación:

- ¿Dónde estoy?
- ¿Dónde he estado?
- ¿Dónde puedo ir?



# Diseño UI: Principios Layout

Como habíamos definido en clases anteriores, UI es el diseño de Interfaz de Usuario, la cual debe seguir ciertos patrones para lograr una buena UX.

Entonces... ¿Cómo diseñamos interfaces que logren una buena experiencia? O mas cerca de lo real: ¿Cómo ubicamos los elementos en pantalla?

Los principios del diseño de layout son pautas fundamentales que los diseñadores web siguen para crear disposiciones visuales efectivas y atractivas en una página web, por lo que si quieres aplicar este estilo de diseño web a tu repertorio, sería idóneo que te familiarices con todos sus principios.

A continuación, veremos ejemplos generales, cada uno debe ser tomado en cuenta para el medio por el cual se distribuya: PC, Tablet, Celular, etc...

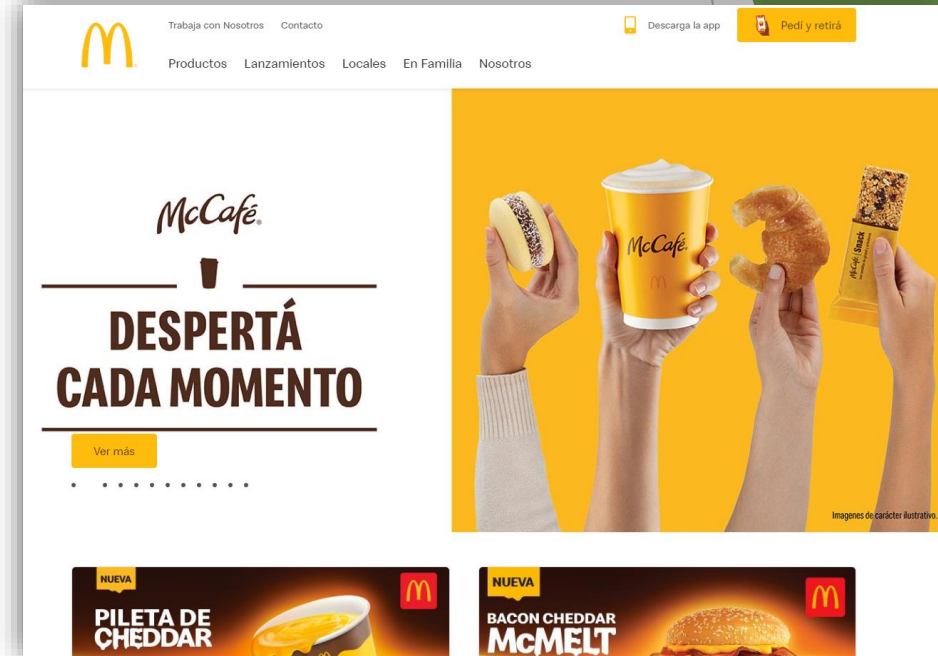




# Layout: Jerarquía Visual

Este principio se basa en la idea de que no todos los elementos en una página web tienen la misma relevancia e importancia, por lo que establecer una jerarquía visual clara, permite guiar a los usuarios hacia los elementos más importantes.

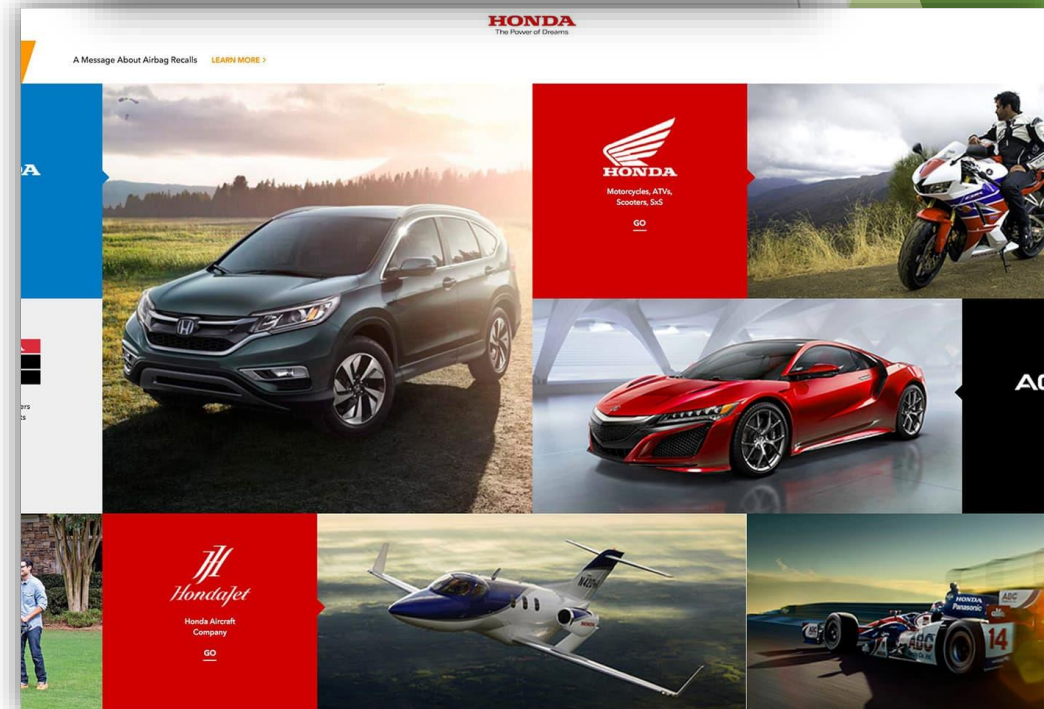
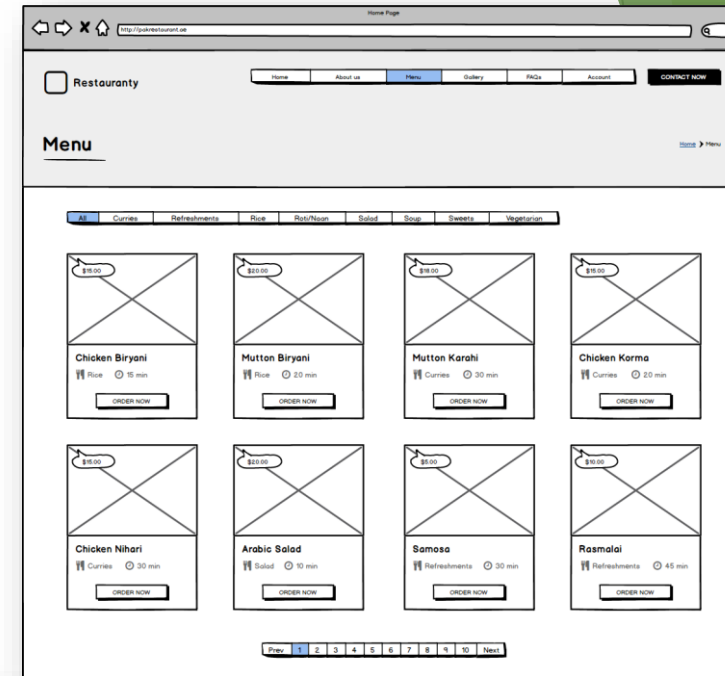
Esto se logra mediante el uso de tamaños de fuente, colores y estilos de manera que los elementos clave, como los títulos y los llamados a la acción, destaquen. Por ejemplo, un título principal suele ser más grande y estar en negrita que el texto del cuerpo para que sea lo primero que los usuarios noten.



# Layout: Equilibrio

El equilibrio en este estilo de diseño se refiere a cómo se distribuyen a nivel visual los elementos en la página, ya que un equilibrio simétrico implica que los elementos se distribuyen de manera uniforme a ambos lados de un eje central para crear una apariencia ordenada y formal.

Por otro lado, un equilibrio asimétrico implica que los elementos se distribuyen de manera más variada, lo que puede crear un efecto más dinámico y moderno. Sin embargo, la ventaja del layout es que te permite apostar por uno u otro según lo necesites.





# Layout: Alineación

La alineación en el diseño de layout es fundamental para crear una apariencia organizada y profesional porque los elementos en la página deben estar alineados tanto vertical como horizontalmente.

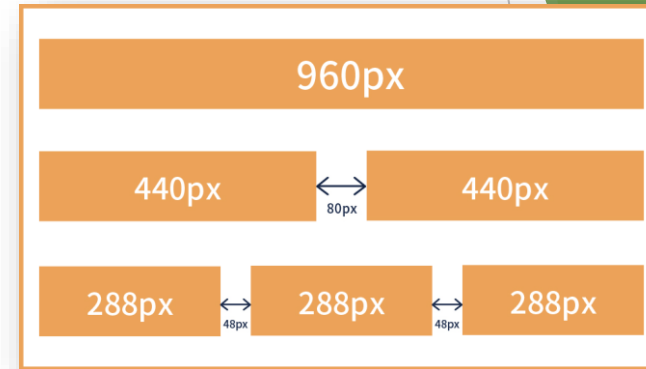
La alineación también se aplica a la disposición de elementos como el texto y las imágenes en relación con otros elementos de la página, como los márgenes y las columnas para crear armonía.



# Layout: Espaciado y Proximidad

El espaciado adecuado entre elementos y grupos de elementos es esencial para la legibilidad y la organización, porque de lo contrario se crea un efecto desagradable a nivel visual para el usuario.

Espaciar elementos relacionados más cerca uno del otro ayuda a los usuarios a identificar su relación y a procesar la información de manera más eficiente. Por otro lado, proporcionar suficiente espacio entre grupos de elementos distintos evita la confusión visual y mejora la comprensión.



## WIX Blog

Suscribete

Crear una página web

Diseño Web   Tips de Negocios   Fotografía   eCommerce   Google y SEO   Redes Sociales   Tendencias   More   Q Buscar...



31 oct • 7 min.

**Web de nicho, qué es, cómo hacerla y monetizarla, por...**



29 oct • 11 min.

**Cómo hacer un blog: paso a paso**



10 oct • 11 min.

**10 consejos de diseño web para tu sitio**



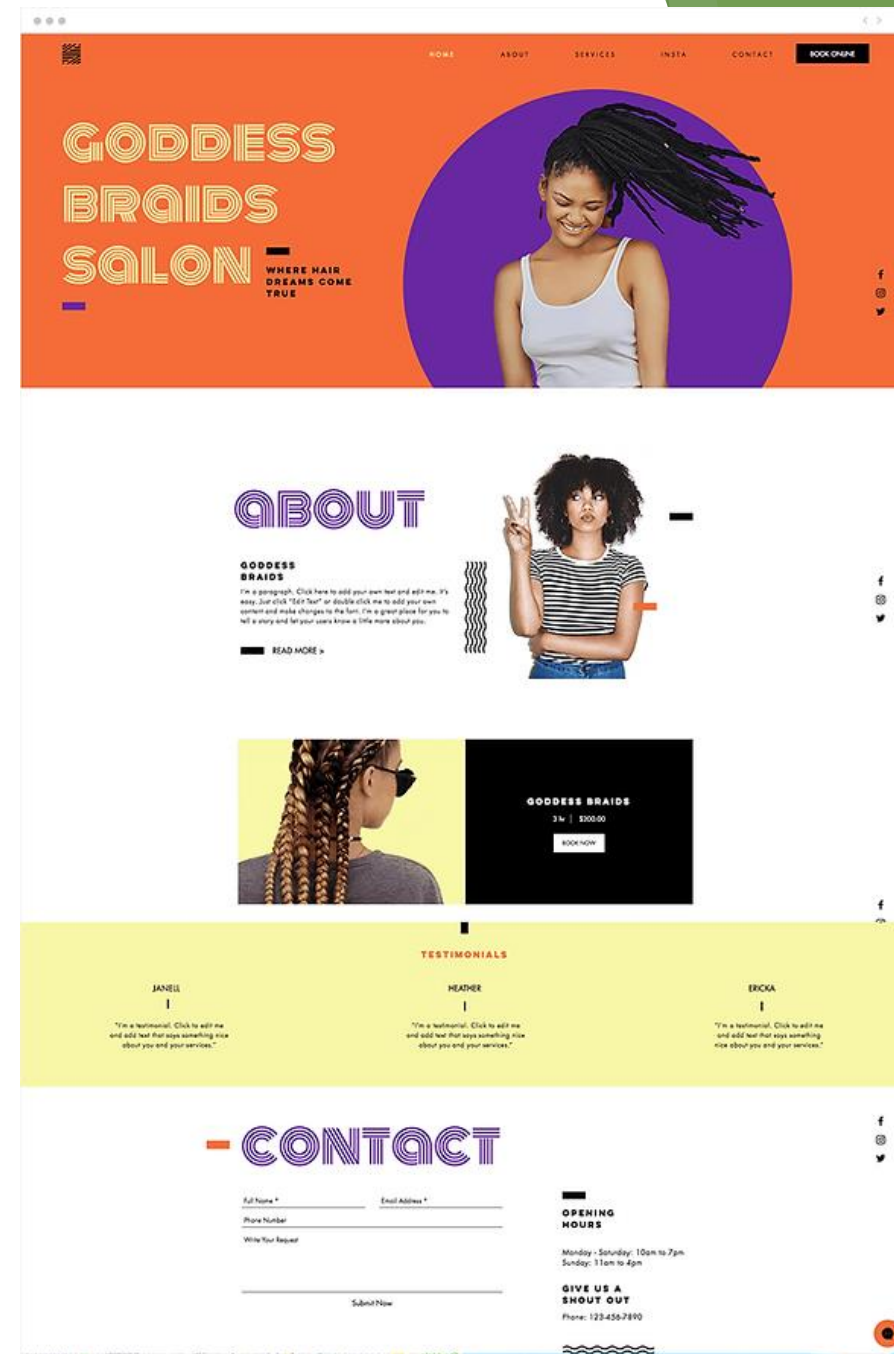
3 oct • 6 min.

**Cómo hacer un portafolio de fotografía en 9...**

# Layout: Repetición

La repetición de elementos de diseño a lo largo de un sitio web crea cohesión y consistencia visual y esto se aplica a elementos como colores, tipografía, estilos de botones y elementos de navegación porque ayuda a los usuarios a reconocer patrones y a sentirse cómodos al navegar por diferentes partes del sitio.

Este ejemplo utiliza el mismo modelo de onda en todo su diseño, desde las pequeñas formas geométricas hasta las fuentes y los encabezados.

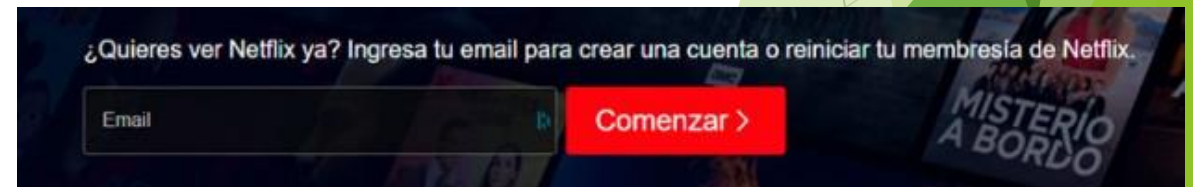


# Layout: Contraste

El contraste se utiliza para destacar elementos importantes y crear interés visual, por lo que puede aplicarse a través del uso de colores llamativos, tamaños de fuente diferentes o estilos de texto destacados.

Por encima de todo, el efecto dominante de contraste en el diseño web es el color. Recordemos por un momento a tu mejor amigo de la escuela primaria: la rueda de color. Ahora digamos que los elementos de tu página web están cubiertos con una mezcla de amarillos y naranjas. El otro lado de la rueda de color, los colores contrastantes, son azules y violetas. Por lo tanto, estos son los matices que debes usar en tus elementos de contraste para que se destaquen.

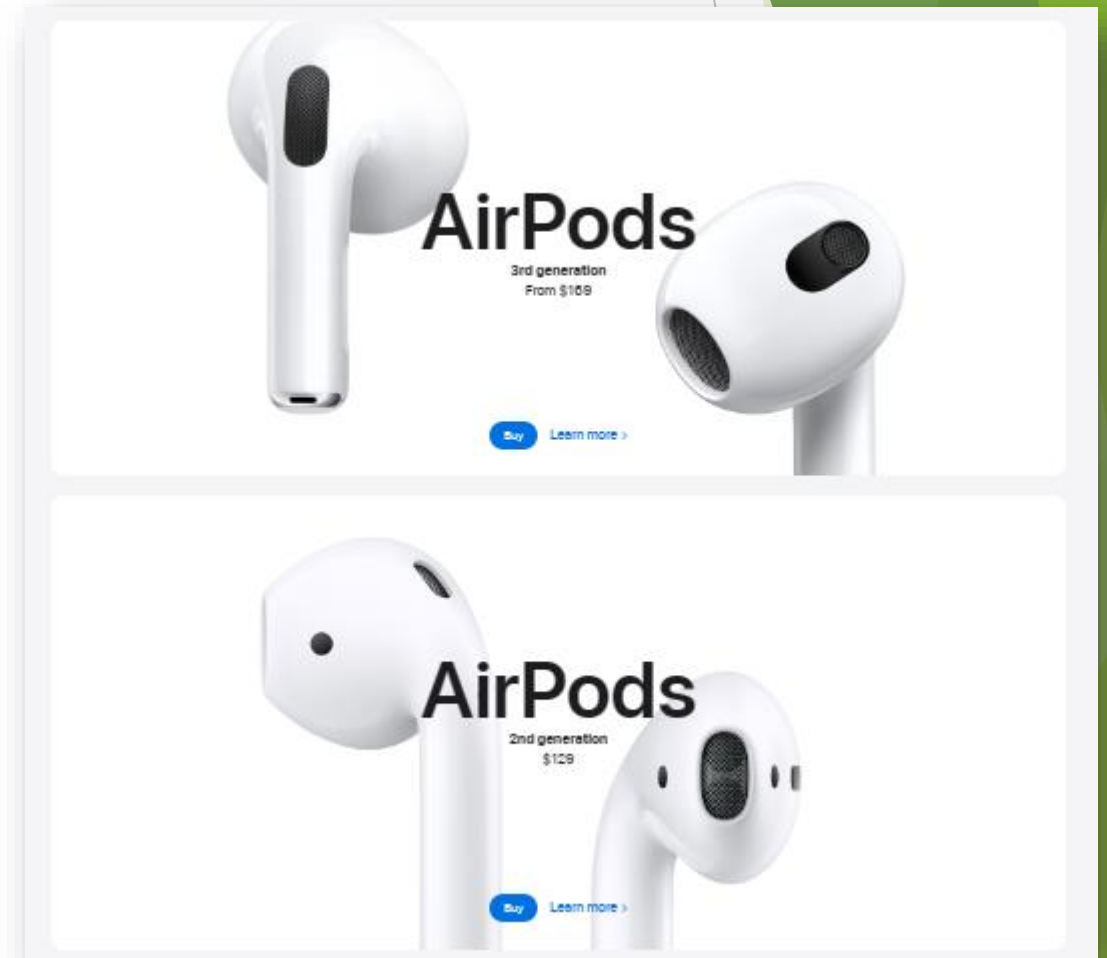
Ejemplo: Boton de “Comenzar” en Netflix que invita a registrarse con un color llamativo y acento en su paleta de colores



# Layout: Sencillez

La simplicidad en el diseño de layout se relaciona con la idea de eliminar elementos innecesarios o distracciones para apostar por un diseño limpio y ordenado que permite a los usuarios centrarse en el contenido principal y facilita la navegación.

Evitar la sobrecarga de información y el desorden visual es esencial para una experiencia de usuario agradable, el cual es la clave principal y objetivo de los diseñadores web que apuestan por el layout.





# Layout: Flujo y Dirección Visual

El diseño de layout debe guiar la mirada del usuario a través de la página y se logra mediante la disposición estratégica de elementos visuales y líneas de dirección.

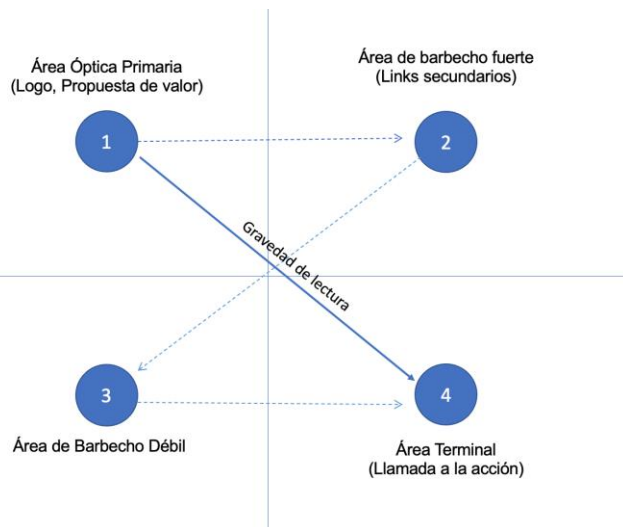
Por ejemplo, las flechas o las imágenes que apuntan hacia el contenido importante pueden dirigir la atención del usuario (flujo)



# Layout: Flujo y Dirección Visual

La mayoría de los diseños tienen patrones que se generan por los elementos que conforman dicho diseño (imágenes, botones, bloques de texto, etc). Esto hace que los usuarios escaneen un diseño siguiendo dichos patrones, los cuales pueden ser estudiados mediante técnicas de eye tracking (registro visual).

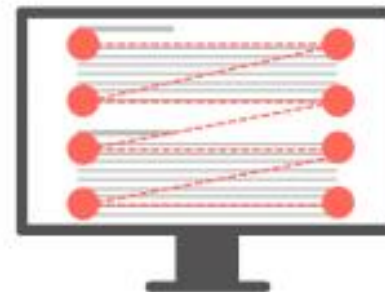
Aunque estos patrones están en constante evolución por los cambios tecnológicos y culturales, podemos identificar los 3 más conocidos: Guttenberg, Patrón Z (z-pattern), y Patrón F (f-pattern).



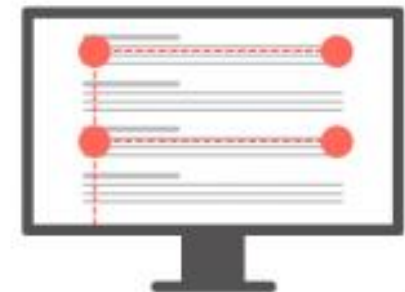
**Patrón en Z**



**Patrón en Zigzag**



**Patrón en F**



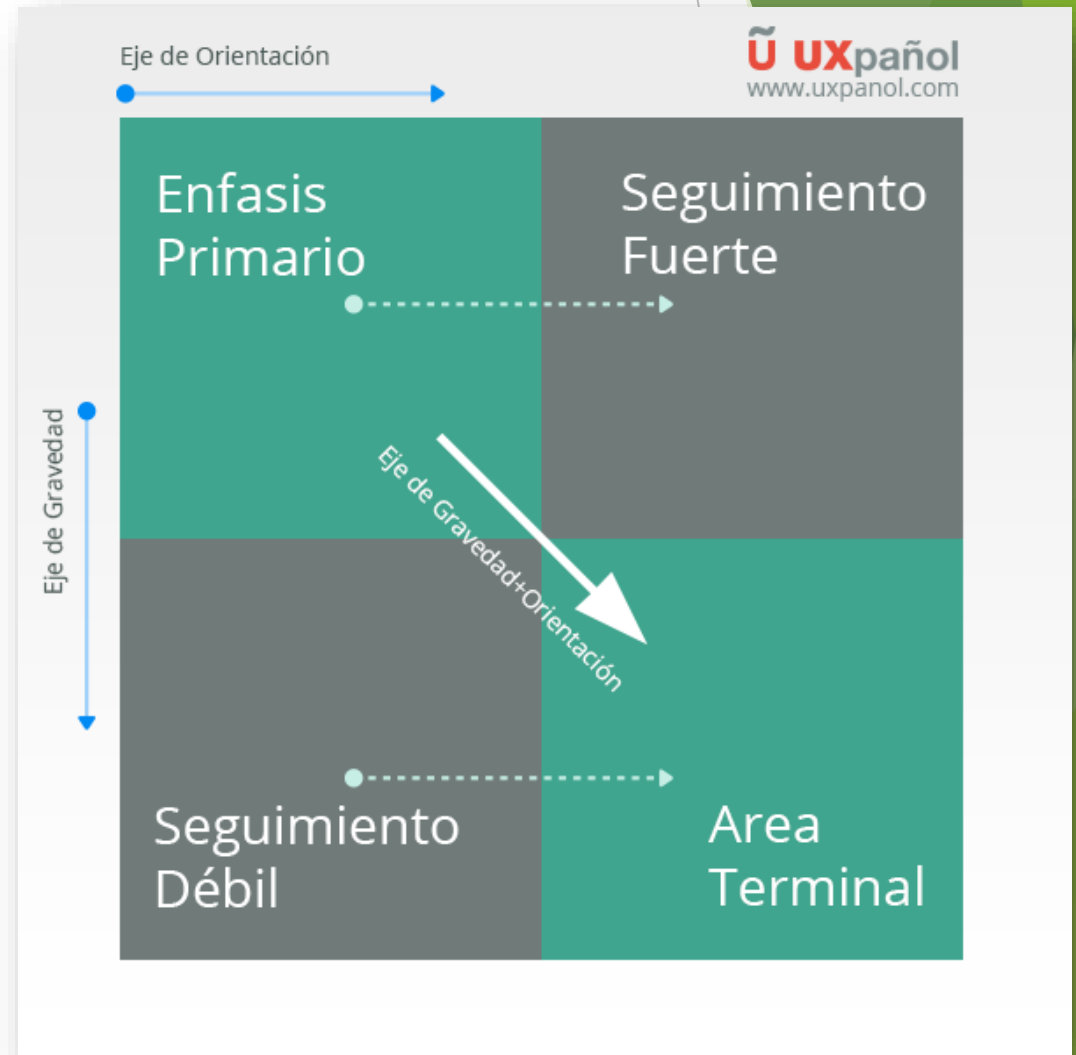
# Dirección Visual: Gutenberg

El patrón Gutenberg básicamente se explica por los ejes de orientación y la gravedad. Dado que en Occidente leemos de izquierda a derecha y de arriba a abajo, nuestra mirada se focaliza en puntos de atención que siguen esta dirección.

El patrón Gutenberg divide el área visual en 4 partes divididas por ejes de coordenadas. Estas partes tienen distintos grados de interés, que se relacionan con el eje de dirección de lectura izquierda-derecha y con el eje de gravedad (arriba a abajo).

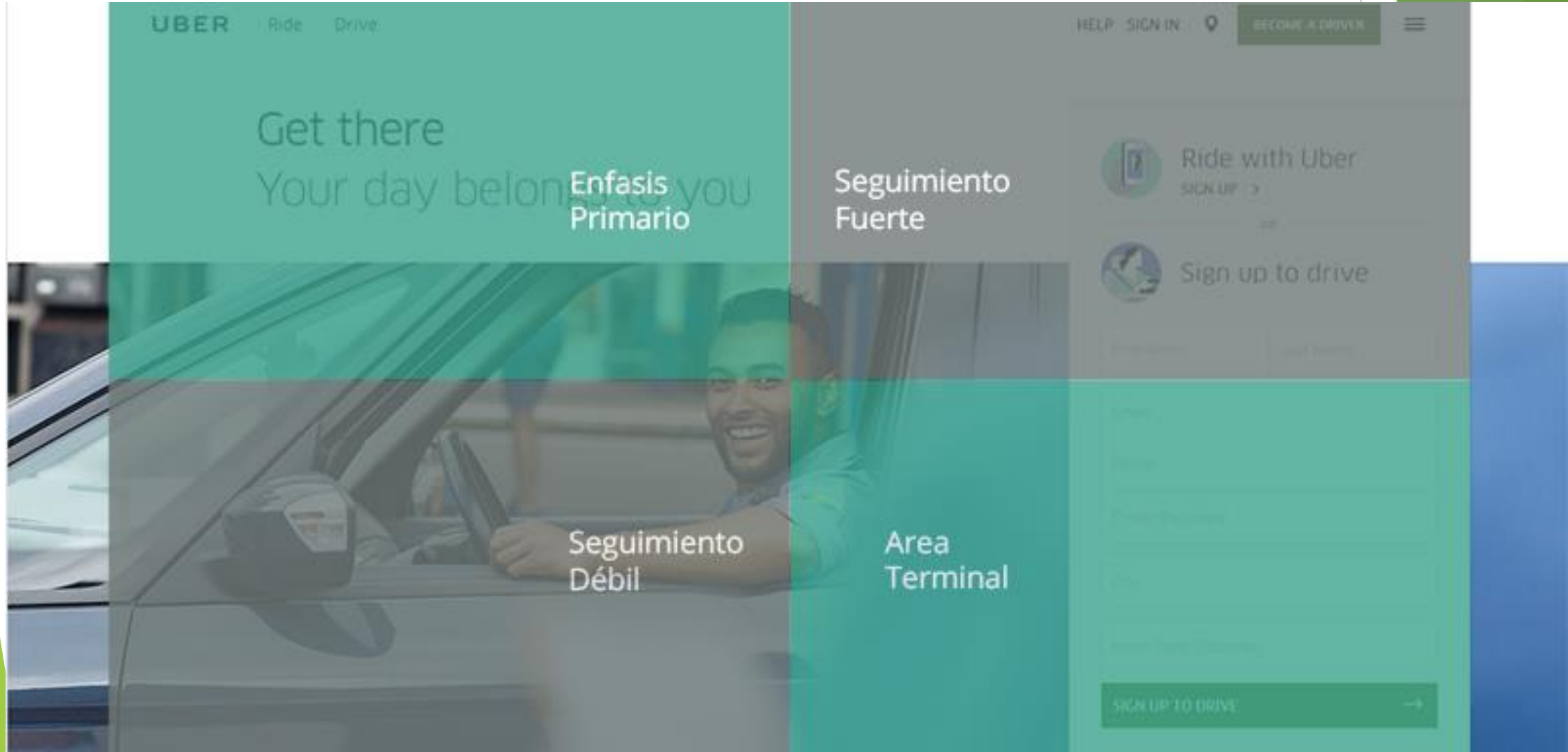
Sin embargo, este eje de gravedad no cae verticalmente como lo haría una piedra, sino que es influenciado por el eje de dirección. Imaginen una hoja que cae de un árbol y es a la vez soplada por el viento, cayendo así en forma oblicua.

Entonces, el patrón Gutenberg luce así:



# Dirección Visual: Gutenberg

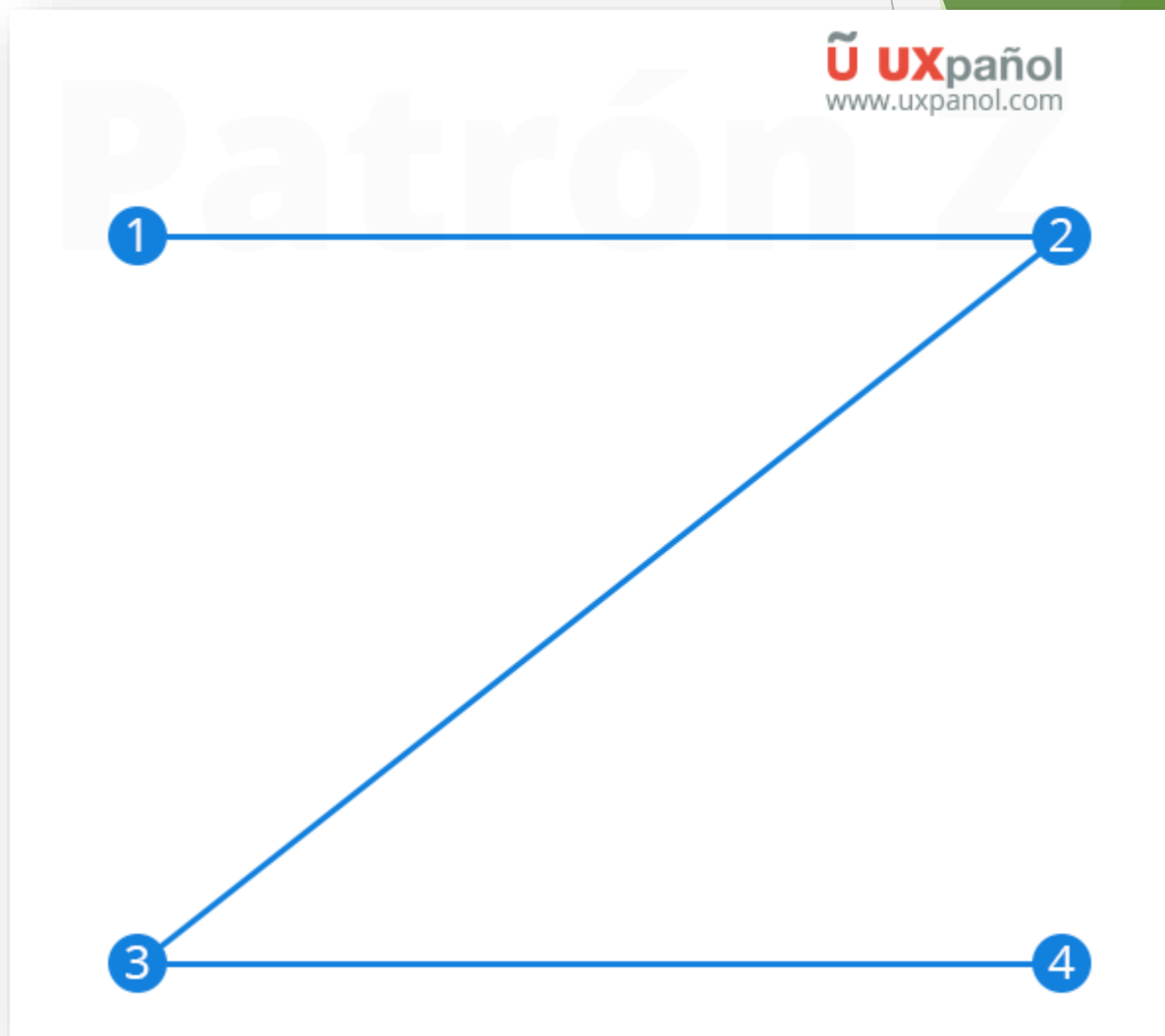
Veamos la página de Uber en ejemplo:



# Dirección Visual: Patrón Z y ZigZag

El patrón-Z es un patrón de lectura que forma una Z. Este patrón fue uno de los más comunes por largo tiempo, y aún se sigue viendo constantemente. Como podrán apreciar, es casi igual al Gutenberg, pero en este patrón los usuarios pasan por las áreas de seguimiento débiles y fuertes.

Este patrón luce de la siguiente manera:





# Dirección Visual: Patrón Z y ZigZag

Y si se preguntan cómo se aplica en diseños reales, veamos la página web de Evernote:



Pero Evernote no se queda aquí, sino que luego utiliza una variación del Patrón-Z que es el Patrón Zig-Zag, que no es otra cosa que el Patrón-Z repetido una y otra vez. Veamos el ejemplo:

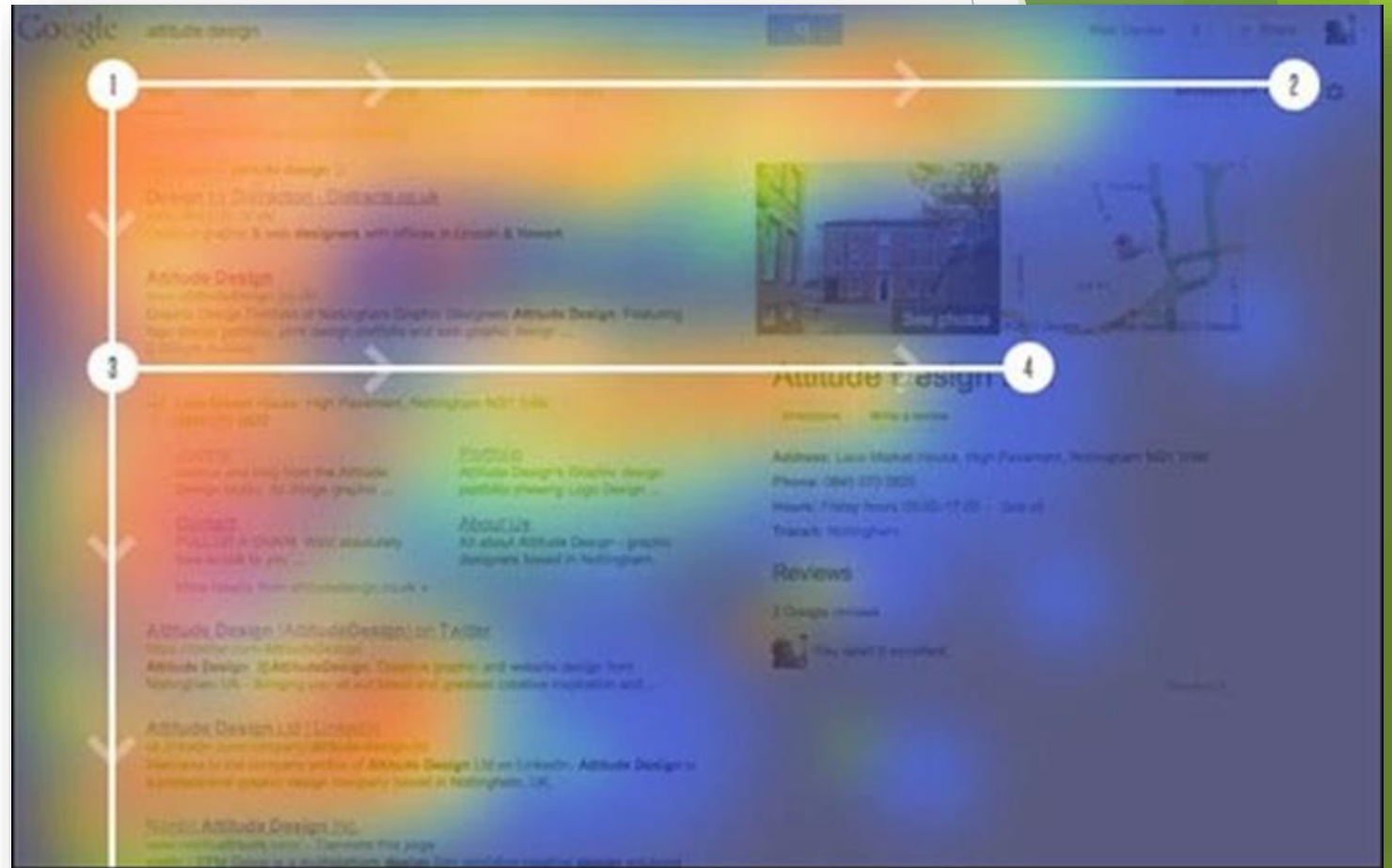


# Dirección Visual: Patrón F

Finalmente el patrón-f es hoy por hoy el más común, y es aquel en que los usuarios pueden percibir un patrón con forma de letra F o E.

Este patrón fue descubierto por Norman Nielsen Group ([ver estudio aquí](#), en inglés) luego de estudiar miles de casos por medio de la técnica de registro visual o eye tracking. Al analizar los resultados, descubrieron que la gran mayoría de los usuarios escanean un sitio formando este patrón de F.

Veamos un ejemplo:

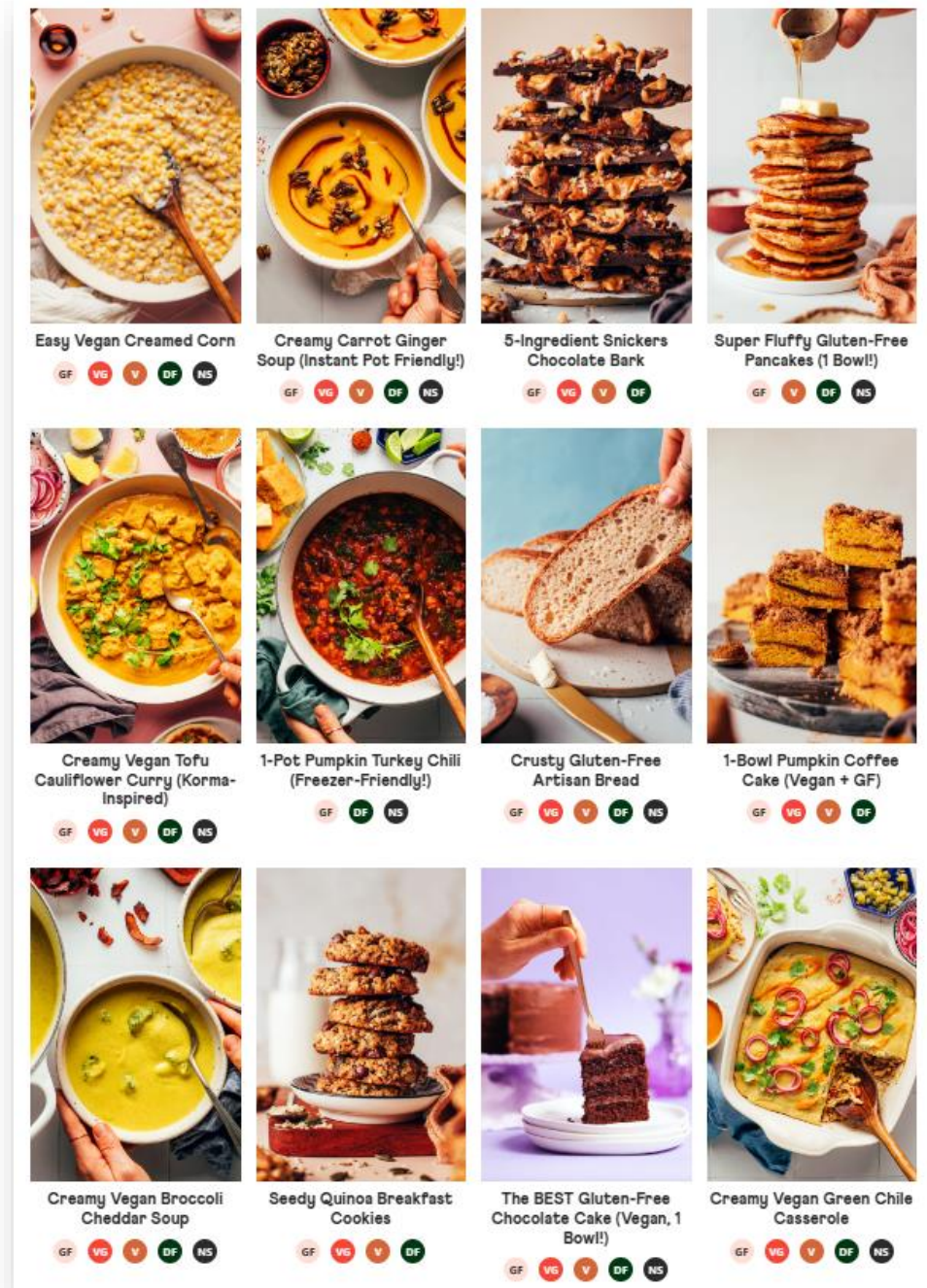




# Layout: Consistencia

La consistencia es clave para crear una experiencia de usuario coherente en todo el sitio web, por lo que elementos como los botones, los menús y la navegación deben mantener un estilo visual uniforme ya que ayuda a los usuarios a sentirse cómodos y orientados, ya que saben qué esperar en términos de diseño y funcionalidad en todas las páginas.

Ejemplo: web de cocina ([All Minimalist Baker Recipes](#)) en la que se ve un listado de recetas con formatos, etiquetas y capturas muy emparejadas para dar la sensación de uniformidad, dando al usuario la posibilidad de elegir cualquiera, sin destacar ningún elemento en particular



# Layout: Adaptabilidad

En un mundo en el que los usuarios acceden a sitios web desde una variedad de dispositivos como pueden ser los smartphones que tienen diversos tamaños de pantalla, el diseño de layout debe ser adaptable y responsive.

Un diseño responsive garantiza que el sitio se vea y funcione de manera óptima en dispositivos móviles, tabletas y de escritorio, lo que mejora la experiencia del usuario y la accesibilidad.



# ¿Cómo aplicar estas técnicas al Layout?

- **Prioriza el contenido clave:** coloca los elementos más importantes y relevantes en lugares destacados, podría incluir encabezados, llamados a la acción, imágenes o cualquier otro contenido que desees que los usuarios vean primero.
- **Diseña con la jerarquía visual en mente:** los elementos más importantes deben ser más grandes, más coloridos o más destacados visualmente que los elementos secundarios para ayudar a guiar la mirada del usuario y a resaltar lo más relevante.
- **Utiliza la cuadrícula:** es una herramienta esencial en el diseño de layout que divide la página en columnas y filas para alinear y distribuir elementos de manera uniforme y crear una apariencia organizada y cohesiva.
- **Alinea y espacia elementos:** asegúrate de que los elementos estén alineados correctamente entre sí y con los márgenes de la página con el espaciado adecuado para mejorar la legibilidad y claridad visual.
- **Agrupar contenido relacionado:** coloca elementos relacionados en grupos visuales. Por ejemplo, agrupa un título con su respectivo párrafo o una imagen con su descripción.
- **Considera la lectura en Z o en F:** la mayoría de las personas tiende a escanear el contenido en un patrón de lectura en forma de «F» o «Z», así que coloca elementos importantes a lo largo de estos patrones para asegurarte de que los usuarios los vean durante su lectura.
- **Mantén la simplicidad:** evita la sobrecarga de información y las distracciones innecesarias.

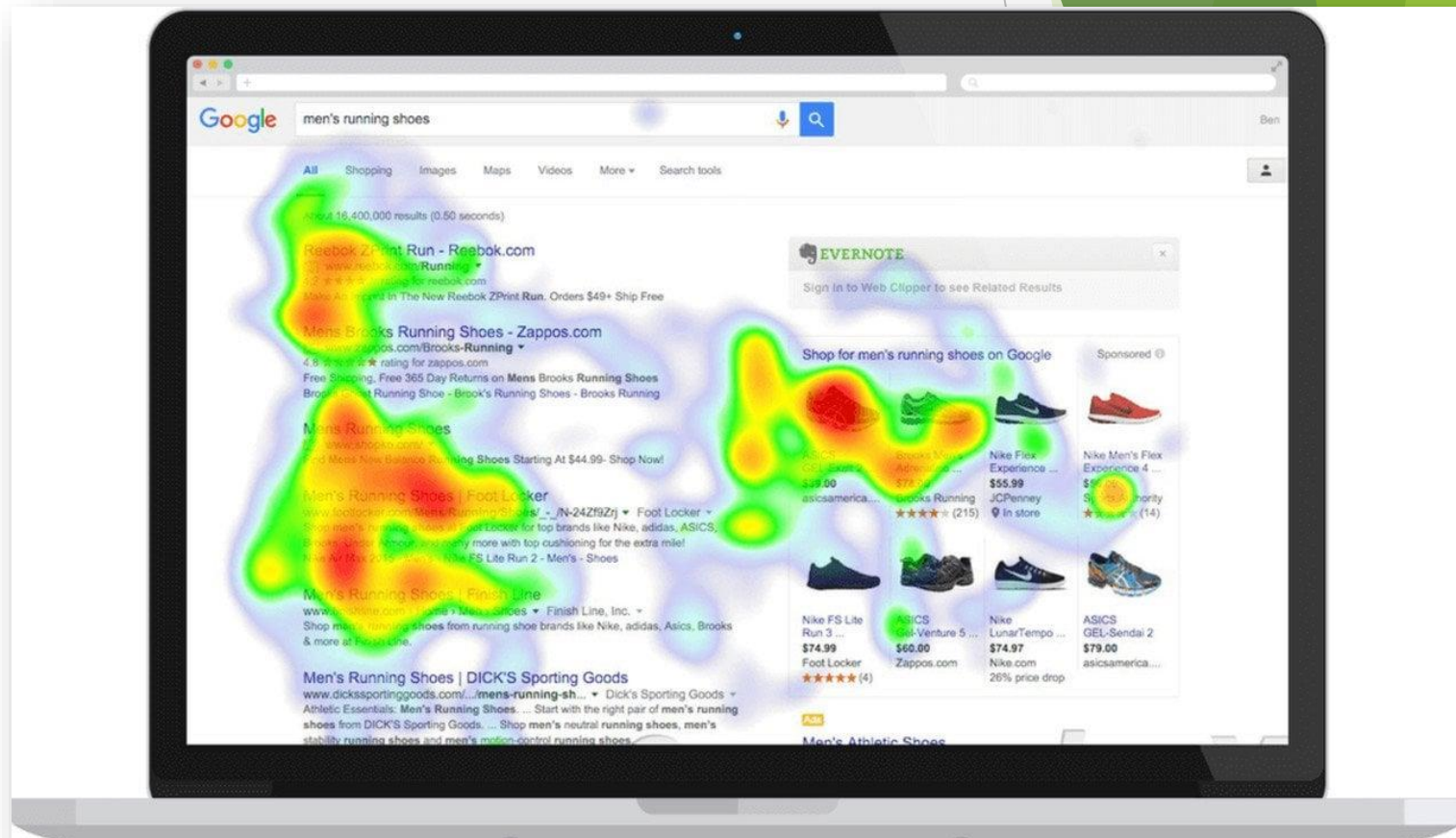


# ¿Cómo aplicar estas técnicas al Layout?

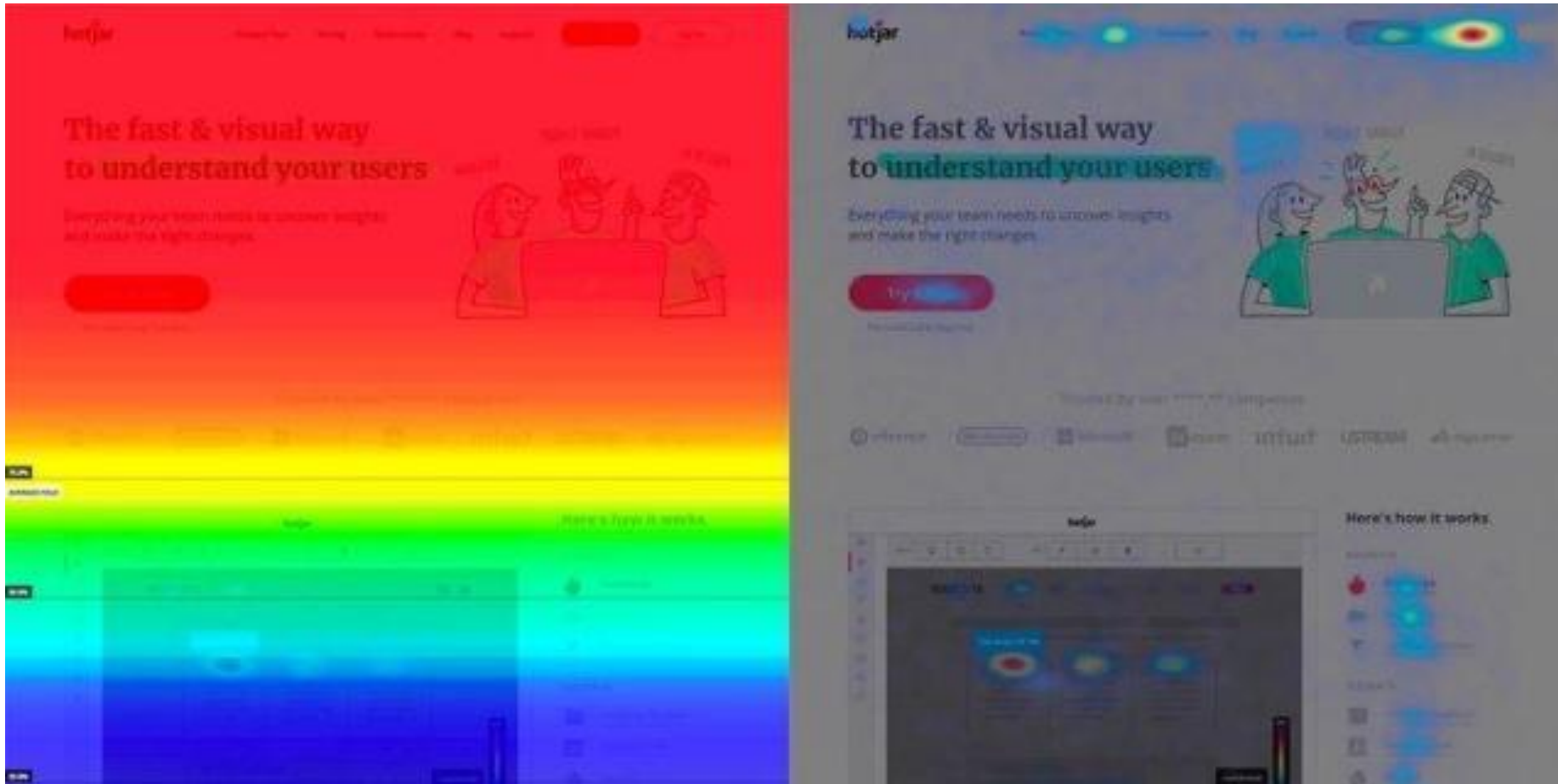
- **Utiliza elementos de navegación:** los elementos de navegación, como menús y botones de enlace, deben estar claramente visibles y ubicados en lugares intuitivos para que los usuarios puedan moverse fácilmente por el sitio.
- **Prueba en dispositivos móviles:** asegúrate de que el diseño sea responsive y se vea bien en dispositivos móviles porque los elementos deben ser grandes y espaciados para que los usuarios puedan interactuar cómodamente en pantallas táctiles más pequeñas.
- **Sigue principios de accesibilidad:** considera la accesibilidad al organizar elementos y utiliza etiquetas adecuadas para imágenes, proporciona alternativas de texto y asegúrate de que el diseño sea utilizable para personas con discapacidades.
- **Recuerda la carga de la página:** evita la sobrecarga de elementos que puedan ralentizar la carga de la página.
- **Sé coherente en todas las páginas:** los elementos de navegación, el estilo visual y la disposición deben ser consistentes para que los usuarios se sientan familiarizados en todo el sitio.
- **Solicita comentarios y realiza pruebas:** una vez que hayas organizado los elementos, solicita comentarios de usuarios reales y realiza pruebas de usabilidad para ayudarte a identificar cualquier problema o confusión en el diseño y a realizar mejoras.

# Mapas de Calor

Un mapa de calor (HEATMAP) es una forma de visualización de datos que muestra dónde los usuarios de un sitio web o una app móvil seleccionan, cómo se desplazan y se navegan una página en sus pantallas. El «calor» en el nombre se refiere a la escala de colores que utiliza para representar las acciones de los usuarios: el color rojo representa las áreas de la página que reciben más interacción (más CALIENTES) y el color azul las áreas que son menos populares o FRÍAS. La interacción se mide en la escala de colores que va de rojo a azul.



# Mapas de Calor



Un scrollmap a la izquierda y un clickmap a la derecha.

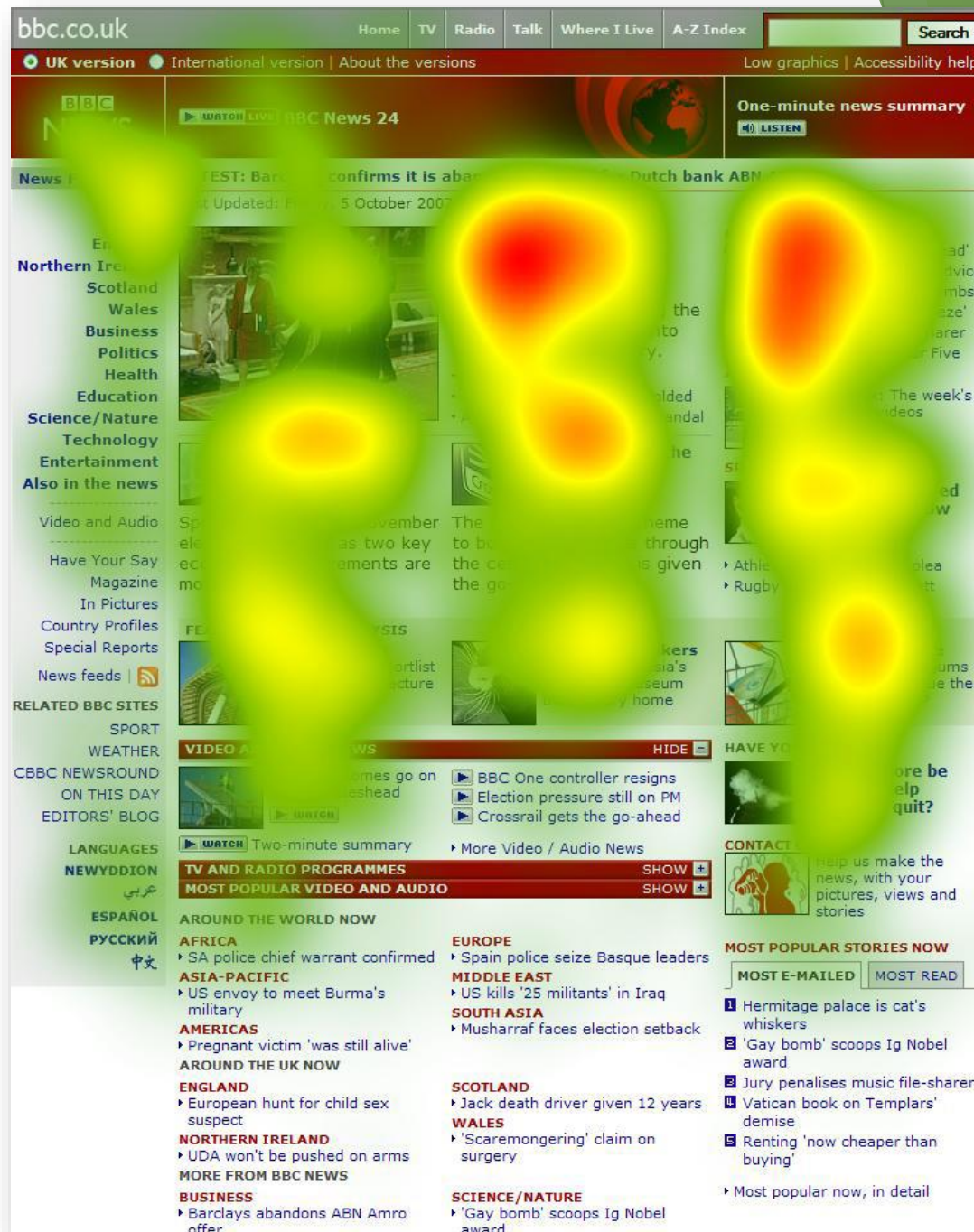
Las áreas rojas en la izquierda representan las áreas en las que los usuarios pasan más tiempo y en la derecha las zonas que han recibido más clics.



# Mapas de Calor

Los mapas de calor pueden utilizarse tanto como una herramienta de investigación para entender el comportamiento de un grupo de usuarios y para probar hipótesis sobre el diseño de un producto digital para optimizar la tasa de conversión.

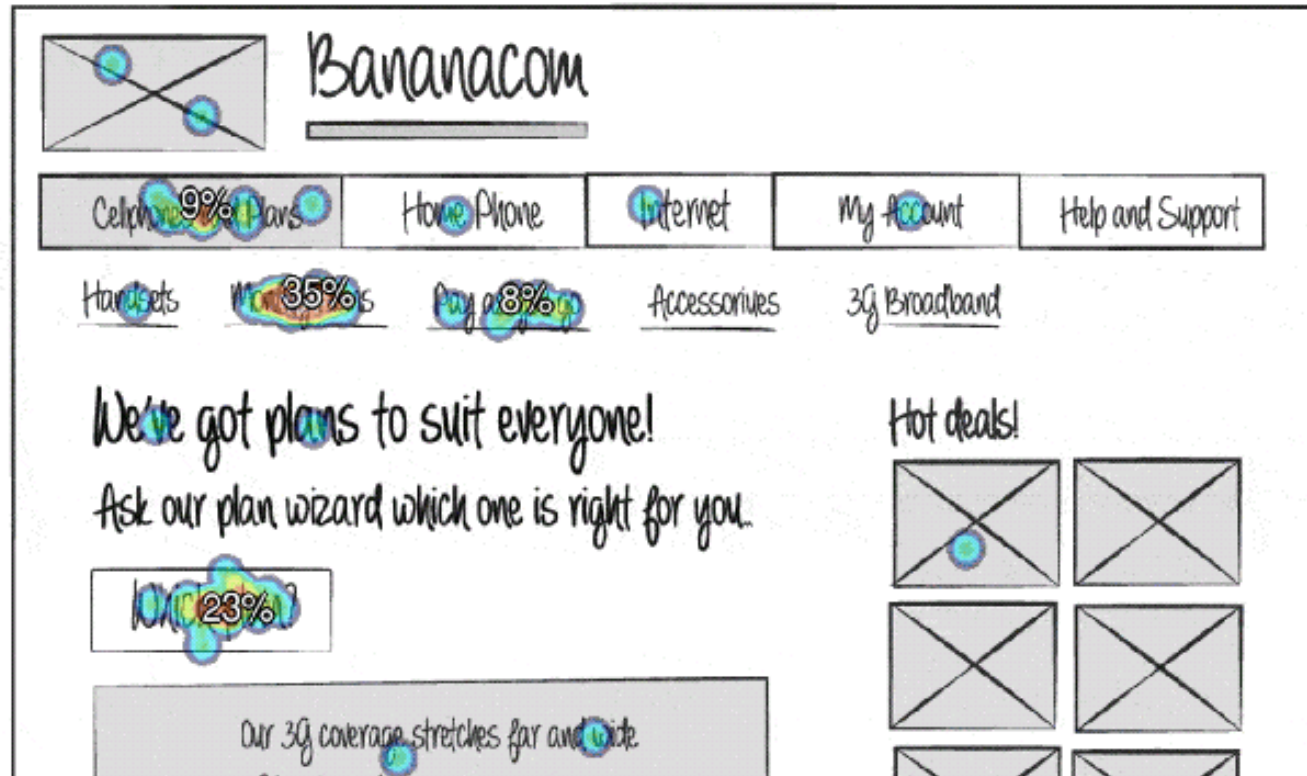
Entre las aplicaciones de los mapas de calor en el proceso de diseño de UX se encuentran:



# Aplicaciones de los mapas de calor

## HACER PRUEBAS TEMPRANAS DE DISEÑO

Herramientas como Chalkmark de Optimal Workshop permiten crear pruebas usando imágenes de bocetos o wireframes de páginas para hacer análisis remoto con usuarios reales para saber desde las etapas tempranas de diseño si la distribución de elementos y la arquitectura de información funcionan como se espera.

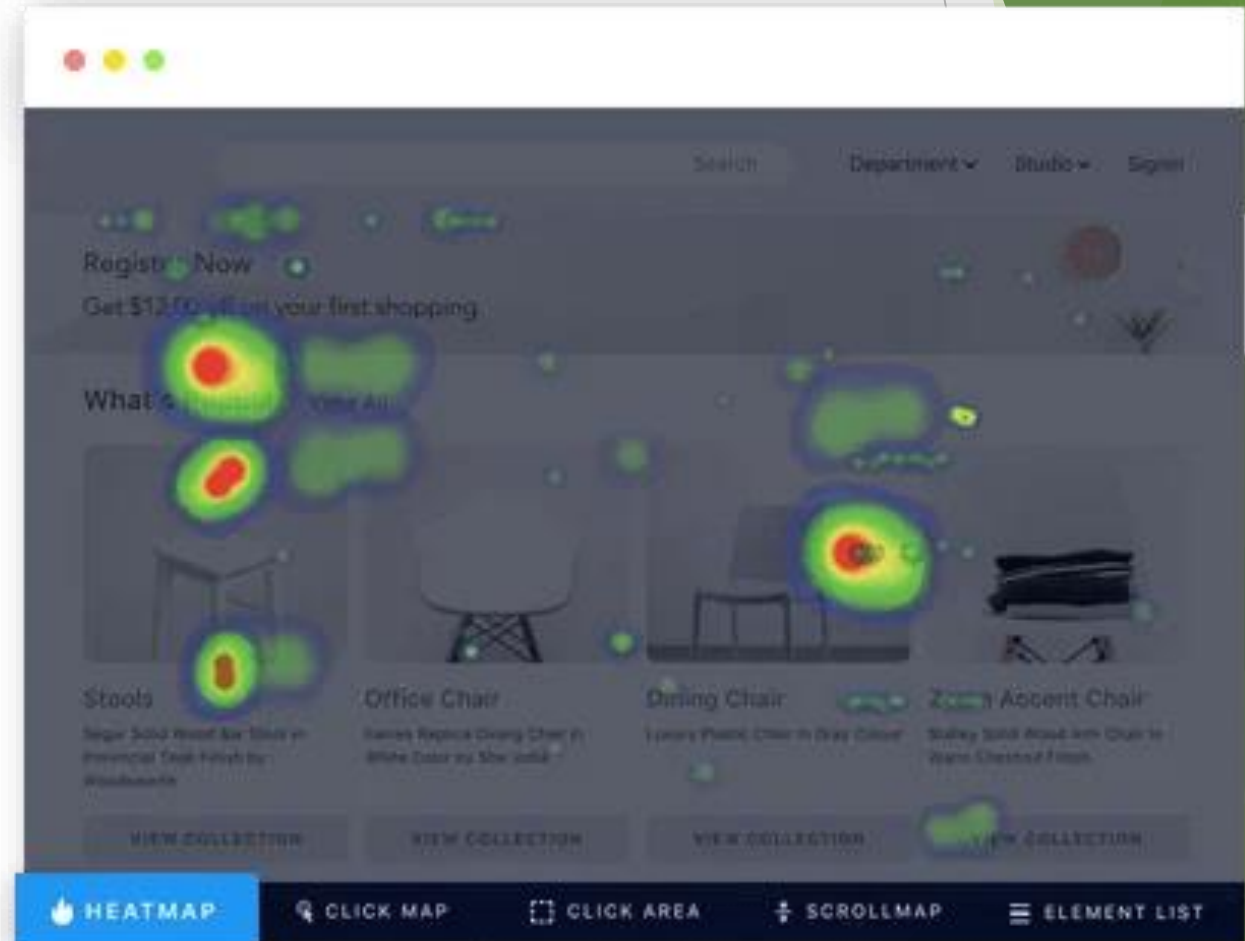




# Aplicaciones de los mapas de calor

## DETECTAR PROBLEMAS EN LA NAVEGACIÓN

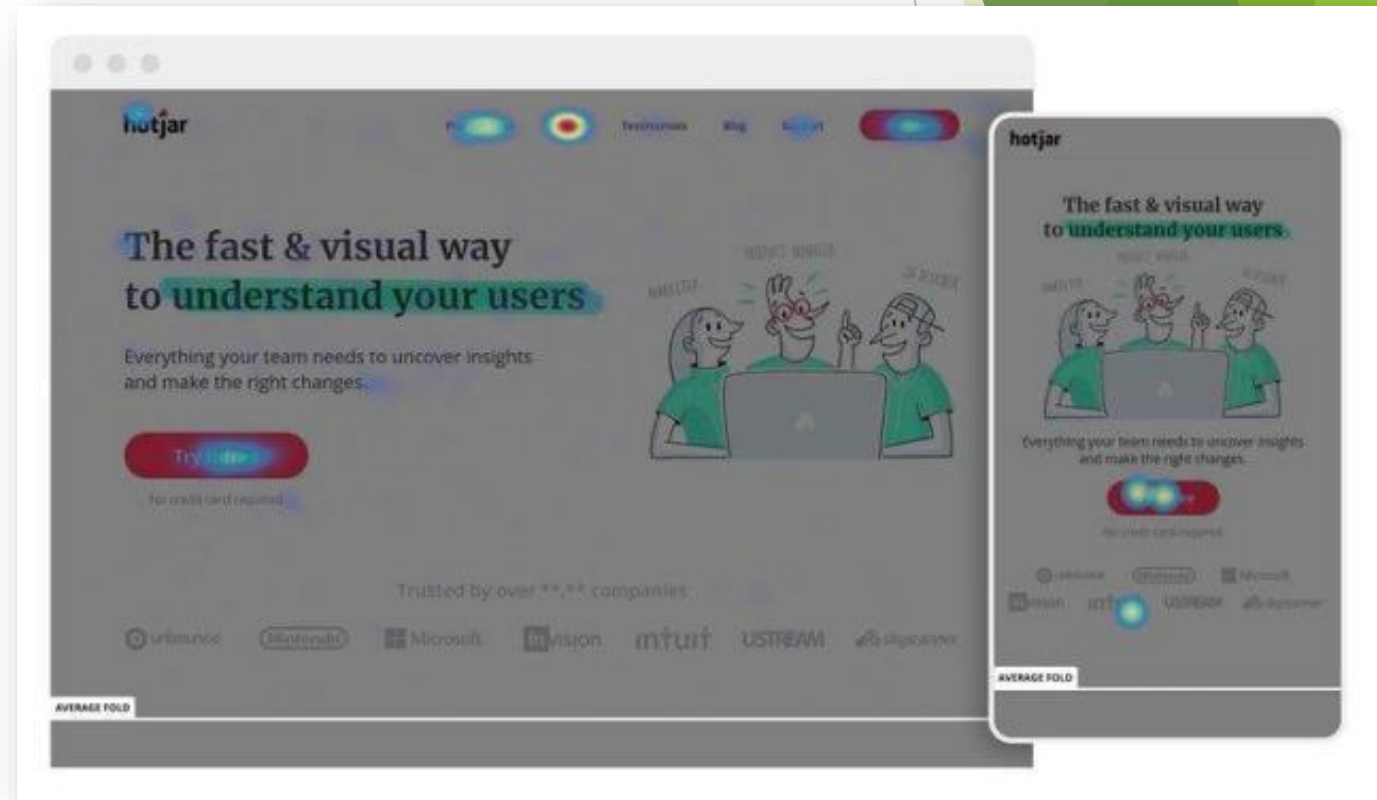
A veces los usuarios dan clic en elementos como imágenes o encabezados porque esperan que sean enlaces. Los mapas de calor recopilan datos para detectar estos clics erróneos y hacer ajustes al diseño para crear patrones de clics que sean más afines a los usuarios del sitio web o la APP.



# Aplicaciones de los mapas de calor

## HACER PRUEBAS EN DIFERENTES PANTALLAS Y DISPOSITIVOS

El diseño web responsivo en el que las páginas de un sitio web se adaptan al tamaño y formato de la pantalla de diferentes dispositivos es una forma eficiente de entregar contenido a una mayor audiencia. Los mapas de calor pueden usarse para hacer comparaciones entre las versiones para móviles y la de escritorio de un sitio y comprobar si los usuarios en una plataforma y otra se están perdiendo elementos de conversión importantes o si existen diferencias en su comportamiento.

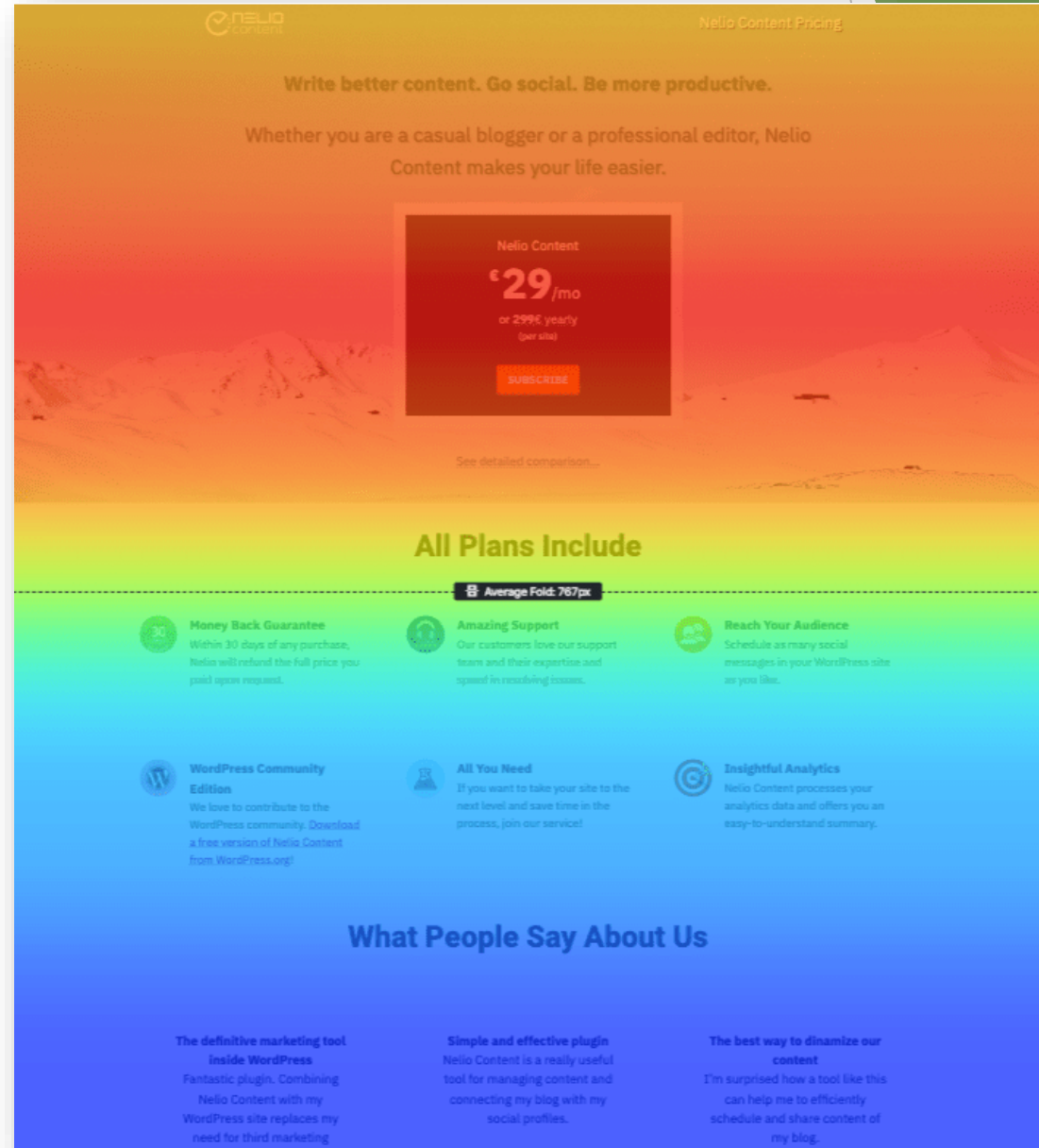


# Aplicaciones de los mapas de calor

MEDIR QUE TAN LEJOS ESTÁN LEYENDO LOS USUARIOS

No todos los usuarios se desplazan hasta la parte inferior de cada página en un sitio web y podrían perderse información importante. Los usuarios visitan un sitio usando dispositivos y navegadores diferentes y no todos ven la misma información en la parte superior de la página (la parte de la página que se ve inmediatamente sin desplazarse).

Por eso se muestra un corte (FOLD) donde los usuarios en su mayoría ya no scrollean hacia abajo y abandonan el sitio.

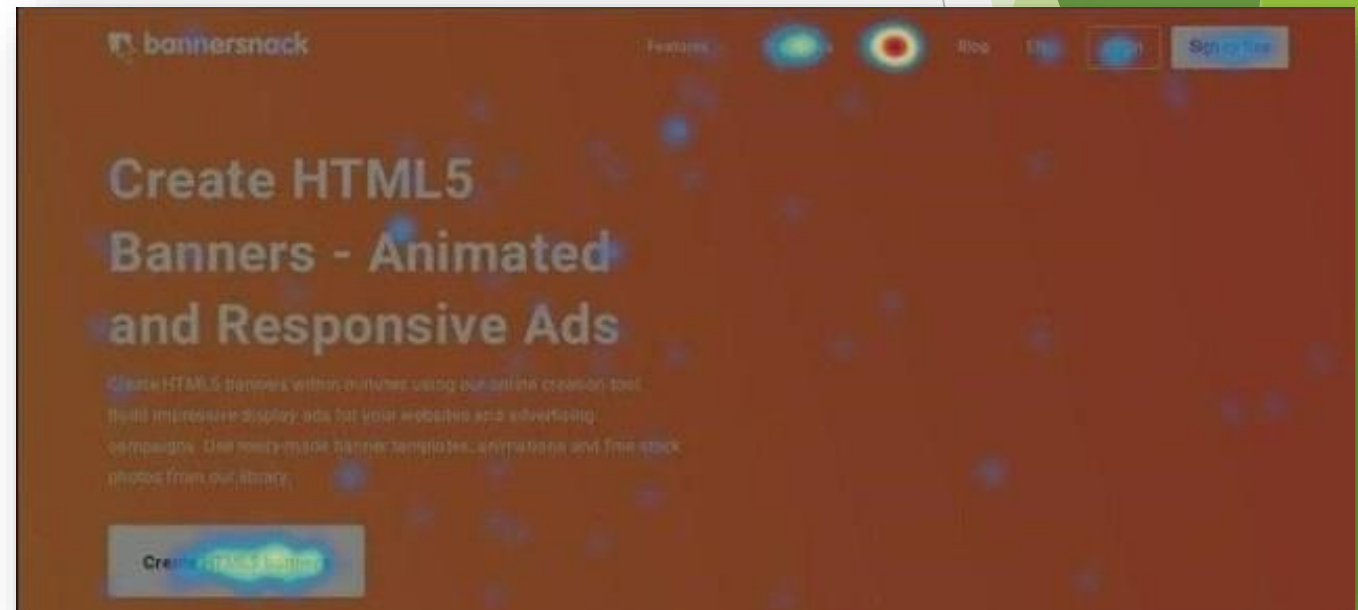
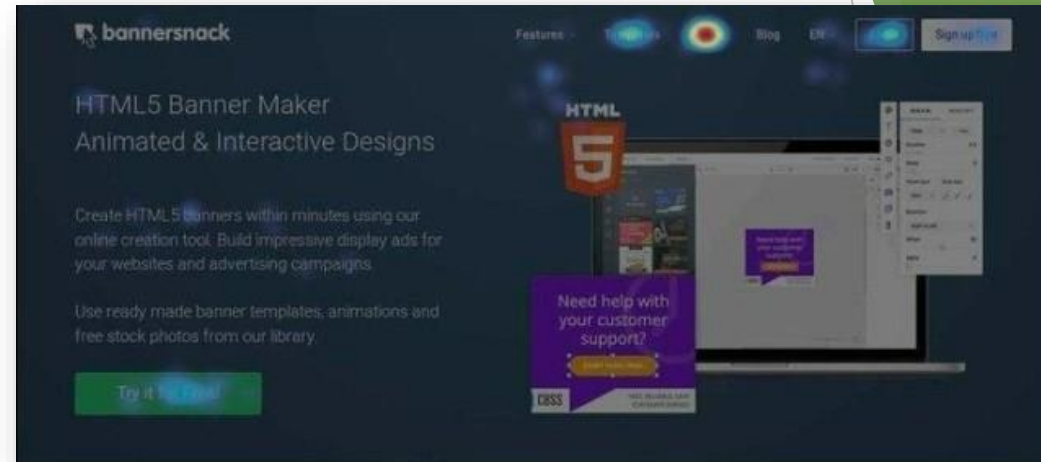


# Aplicaciones de los mapas de calor

## HACER PRUEBAS A/B

Los mapas de calor y las pruebas A/B son complementarios: se pueden usar los datos del mapa de calor para elaborar hipótesis de prueba, crear variaciones para una prueba A/B y recopilar datos con otro mapa de calor para entender mejor por qué una variación es o no exitosa.

Por ejemplo, el equipo de diseño de UX en Bannersnack usan mapas de calor en sus LANDING PAGES para recopilar información de cómo los usuarios interactúan con ellas. Con base en los datos, el equipo crea un diseño alternativo y realiza pruebas A/B de las versiones anterior y nueva.



# Fin de la Clase ¡Buen Viernes!

Año 2024 - Profesor: Federico Carrizo

ISFT N°93