

entretejidos

Revista de Transdisciplina y Cultura Digital

ISSN: 2395-8154

EL UX y el GUI: Dentro de los sitios eCommerce



Enviado 2 de febrero de 2020.
Aceptado 29 de marzo de 2020.

El UX y el GUI dentro de los sitios *eCommerce*

Juan Salvador Buendía Parrilla

El UX y el GUI dentro de los sitios *eCommerce*

Resumen

El presente trabajo tiene por objetivo conocer la importancia que tienen la experiencia de usuario (UX) y el diseño de interfaz gráfica (GUI) dentro de los sitios eCommerce y cómo a través de ellos se logra interactuar con los usuarios y brindarles la ayuda necesaria para cumplir sus objetivos a través de la navegación y el apoyo visual con los colores, tipografías e iconografía; al mismo tiempo hacer notar la importancia del proceso de diseño de un sitio.

Palabras clave:

Experiencia de usuario, interfaz gráfica, web, comercio electrónico, interacción, diseño.

The UX and GUI within eCommerce sites

Abstract

The present work aims to know the importance of the user experience (UX) and the graphic interface design (GUI) within eCommerce sites and how they interact with users and provide the necessary support to them and meet their objectives through navigation and visual support through colors, typography and iconography; as well as the importance of the process of designing a site.

Keywords:

User experience, graphic interface, web, e-commerce, interaction, design.

Introducción

Los *eCommerce* son una herramienta que en la actualidad tienen un gran desarrollo en la industria, ya que más consumidores empiezan a realizar sus compras por medio de internet. Son un medio que permite a los usuarios realizar búsquedas de productos en general; o bien, algunas tiendas están especializadas en ciertos productos. Ofrecen la comodidad de poder realizar compras desde la casa u oficina, con un dispositivo que cuente con conexión a internet ya sea de escritorio o móvil. Por este motivo nos preguntamos ¿cuál es la importancia de generar un buen uso de UX y GUI dentro de un sitio *eCommerce*?

Para resolver esta pregunta, se abordan los temas de experiencia de usuario, en el cual se muestra su importancia, también de la interfaz gráfica, para la interacción que tendrá el usuario con el sitio y, finalmente, el proceso de diseño de un sitio *eCommerce*.

1. Experiencia de Usuario (UX)

El UX es la forma en la que los usuarios interactúan con la interfaz gráfica y busca que, al navegar por medio del sitio, sea confortable, que no se pierda dentro de este y le permita una búsqueda de forma fácil.

En la siguiente tabla se comparan las definiciones de UX retomadas de los libros *The user experience team of one* de Leah Buley, *A project guide to UX design* de Unger y Chandler, y *The elements of user experience* de Garret.

Leah Buley	En una simple definición de trabajo, podría decirse que una experiencia de usuario es el efecto general creado por las interacciones y percepciones que alguien tiene al usar un producto o servicio. (Buley 5)
Russ Unger y Carolyn Chandler	La creación y sincronización de los elementos que afectan la experiencia de los usuarios con una empresa en particular, con la intención de influir en sus percepciones y comportamiento. (Unger y Chandler 3)
Jesse James Garret	La experiencia del usuario no se trata del funcionamiento interno de un producto o servicio. La experiencia del usuario es sobre cómo funciona en el exterior, donde una persona entra en contacto con ella. (Garret 6)

Imagen 1.1 Tabla de comparación de definiciones UX con base en Buley, Garret, Chandler y Unger

Al tomar en cuenta las definiciones anteriores, se infiere que UX en un sitio web es: el diseño pensado totalmente en el usuario, con el fin de que este obtenga una gran satisfacción al interactuar y navegar dentro de ella.

El UX también tiene el objetivo junto con el diseño de la interfaz gráfica que el usuario sea atrapado por el contenido que hay dentro del sitio y no salga rápidamente de este.

Los sitios web aún son tecnología difícil de manejar por algunos usuarios, ya que, al estar dentro de ella, es solo la interacción entre el usuario y la interfaz, sin alguna ayuda para navegar dentro de esta.

... una página web es un producto de autoservicio. No hay ningún manual de instrucciones para leer de antemano, no hay seminario de capacitación para asistir, no hay servicio al cliente representante para ayudar a guiar al usuario a través del sitio. Solo hay el usuario, frente al sitio solo con sólo su ingenio y experiencia personal para guiarla. (Garret 10)¹

Por lo anterior, se deben de tomar varios factores en cuenta para el diseño de una buena experiencia de usuario dentro de un sitio.

Ser un diseñador de experiencia de usuario significa practicar un conjunto de métodos y técnicas para investigar lo que los usuarios quieren y necesitan, así como, diseñar productos y servicios para ellos. A través de la buena experiencia de usuario, usted está tratando de reducir la fricción entre la tarea que alguien quiere lograr y la herramienta que están utilizando para completar esa tarea. (Buley 4)²

Con esto, el diseñador de experiencia de usuario debe enfocarse en facilitar a que el usuario sepa moverse dentro del sitio y apoyarlo visualmente, para que su búsqueda y navegación dentro de esta sea confortable y no termine cerrando o cambiando de página.

1.- ... a Web sites a self-service product. There is no instruction manual to read beforehand, no training seminar to attend, no customer service representative to help guide the user through the site. There is only the user, facing the site alone with only her wits and personal experience to guide her.

2.- To be a user experience designer means to practice a set of methods and techniques for researching what users want and need, and to design products and services for them. Through good UX, you are trying to reduce the friction between the task someone wants to accomplish and the tool that they are using to complete that task.

Antes de empezar a diseñar nuestro sitio *eCommerce*, es necesario crear una estrategia y realizar un análisis para saber cómo será construido, ya que si no está bien pensado en UX se tendrán pocas visitas. Se deben de tomar en cuenta varios factores como son la personalidad de marca, la competencia, los objetivos a los cuales se quieren llegar, las necesidades y qué resultados queremos obtener con nuestro sitio.

La experiencia de usuario dentro un sitio *eCommerce* se deben resolver ciertas preguntas como son:

- ¿En qué página se encuentran?
- ¿Disponen de un botón de volver atrás o un *breadcrumb* para facilitar la navegación?
- ¿Hay filtros y una búsqueda rápida?
- ¿Facilitamos que nuestras visitas se puedan poner en contacto con nosotros?
- ¿El sitio web carga rápidamente?
- ¿Hay alguna manera de guardar los artículos y volver más tarde a comprarlos?
- ¿Disponemos de comentarios para que puedan tener mayor información del producto que van a comprar? (rafazubiria 27)

Un punto importante dentro de la experiencia de usuario es considerar que la arquitectura de la información está en relación directa con la navegación del sitio, ya que por medio de esta se define como va a estar desarrollada la estructura y ayuda a planificar el recorrido que se tiene dentro de ella. The Information Architecture Institute define a la arquitectura de la información cómo: "... la práctica de decidir cómo organizar las partes de algo para que sea comprensible." (The Information Architecture Institute)

Por lo cual, la labor de la arquitectura de información dentro de un sitio es:

- Clarificar la misión y visión del sitio, equilibrando las necesidades de la organización y las del público.
- Determinar qué contenido y funcionalidad tendrá el sitio.
- Indicar el modo en que los usuarios encontrarán información en el sitio mediante la definición de sus sistemas de organización, navegación, rotulado y búsqueda.
- Proyectar el modo en que el sitio se adaptará al cambio y al crecimiento a través del tiempo. (Rosenfeld y Morville 11)

La arquitectura de información de un sitio es necesaria, ya que, por medio de esta se planifica y organiza la forma en la cual se va a navegar dentro de él y nos permitirá el acceso fácil a cada una de nuestras secciones por medio de la navegación del menú.

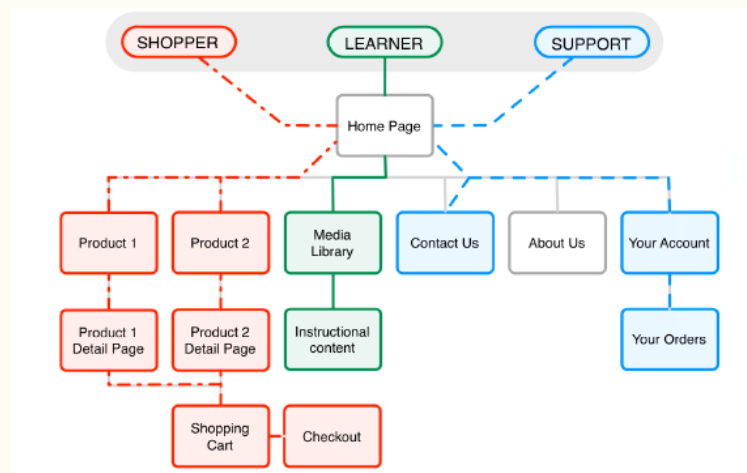


Imagen 1.2 Diagrama (Hamm 86)

2. Interfaz Gráfica de Usuario (GUI)

El diseño de la interfaz gráfica dentro de un sitio es de gran interés, ya que junto con la experiencia de usuario son los que nos van a permitir persuadir al usuario. La interfaz es la pantalla con la cual los usuarios van a

interactuar y en esta se encuentran ubicados los botones, colores, íconos, cajas de texto, imágenes y demás apoyos visuales que van a permitir navegar dentro de este.

La Interfaz Gráfica de Usuario (GUI: Graphic User Interface) de un sistema informático incorpora metáforas para la interacción: imágenes y conceptos usados para transmitir funciones y significados a la pantalla del ordenador. (Lynch y Horton 17)

En esta se logra ver la distribución de los elementos antes mencionados y buscar generar un orden para que a la vista del usuario sea fácil de entender y lograr su objetivo. "El objetivo es satisfacer las necesidades de todo usuario potencial, adaptando la tecnología web a sus expectativas, sin imponerle nunca una interfaz que obstaculice sus propósitos." (Lynch y Horton 20)

Para llegar a esto, se debe planificar el orden con el cual se va a trabajar y pasar por diferentes etapas de diseño, desde el *sketch* hasta el prototipo del sitio. Esto como lo menciona Eric Eaton en su libro *Diseño Web Elementos de Interfaz*, donde habla sobre que se deben tomar ciertos factores antes de comenzar a diseñar, estos son:

1. Definir los requisitos de uso.
2. Fijar objetivos de utilización.
3. Identificar las restricciones de la plataforma.
4. Rediseñar las tareas existentes del usuario.
5. Diseñar y maquetar modelos conceptuales.
6. Definir los estándares de diseño de pantalla y hacer prototipos.
7. Desarrollar una guía de estilo.

8. Desarrollar un diseño de interfaz detallado.

9. Evaluar el diseño. (Eaton 17)

El diseño UI se enfoca en:

- Crear identidad visual: creación de logotipos, definición de colores, tipografía, etc.
- Creación de animaciones, efectos visuales, etc.
- Establecer una jerarquía visual
- Aplicar los principios de la ergonomía web (rafazubiria 10)

Para finalizar, la planificación del diseño de interfaz gráfica es de suma importancia para poder elaborar un sitio agradable, se debe llevar un proceso muy detallado para otorgar todo el apoyo que se le pueda dar al usuario y facilitar su interacción y navegación dentro de este.

Al tratar el diseño de una interfaz de usuario de un sitio web *eCommerce*, es de suma importancia contar con el apoyo de íconos que permitan que los usuarios ubiquen fácilmente ciertas secciones.



Imagen 2.1 Ejemplos de íconos de IcoMoon.

Al contar con estos apoyos visuales también nos podemos ayudar por medio de las tipografías, para resaltar ciertas secciones o incluso integrarlas a las imágenes.

El uso de las tipografías en los sitios web juega una parte importante dentro de ellos, esto porque según el tipo de contenido que contenga el sitio, se escogerán las tipografías que más convengan y lleven relación con este.

La tipografía es el equilibrio y la correcta interacción entre los distintos caracteres de una página, una ecuación verbal y visual que ayuda al lector a entender la forma de los contenidos en la página y le invita a conocerlos. La tipografía juega un doble papel en la comunicación: verbal y visual. (Lynch y Horton 115)

La selección de una tipografía no es fácil, ya que, al ser para contenido web, debe de cumplir con ciertas especificaciones para su uso y no cansar al usuario.

Características de las fuentes más comunes.

Nombre de fuente	Legibilidad en línea	Carácter/Tono
Arial	Legible en tamaños razonables. Buena a 10 puntos y más.	Moderna, clara, sin florituras. Normalmente le gusta a gente de todas las edades
Comic Sans MS	Letra moderna, difícil de leer incluso en tamaños grandes.	Amigable, joven, divertida e informal. No apropiada para sitios Web serios o profesionales.
Georgia	La mejor serif diseñada para lectura en línea. Buena a 10 puntos y más.	Aspecto tradicional, pero más moderna y legible que la Times New Roman. Buena alternativa serif.
Impact	Normalmente utilizada para impresión. No recomendada para visualización en línea. Legibilidad baja incluso en tamaños grandes.	Negrita. No apropiada para bloques de contenido. Puede utilizarse mesuradamente para encabezados cortos.
Times New Roman	Buena para material impreso. En pantalla su legibilidad disminuye a tamaños pequeños. Sólo es buena a 12 o más puntos.	Aspecto tradicional. No recomendada si quiere parecer profesional. Normalmente no le gusta a casi nadie.
Trebuchet MS	Legible a tamaños razonables. Buena en tamaños de 10 y más puntos.	Moderna, sencilla, con nervio.
Verdana	La fuente más legible en línea, incluso en tipos pequeños.	Moderna, sencilla, profesional. El tipo de fuente recomendada para el uso en cuerpo de texto donde la legibilidad es crítica. Bien considerada por las preferencias del usuario.

Imagen 2.2 Tabla de características de fuentes más comunes para web. (Nielsen y Loranger 227)

Una de estas especificaciones es la legibilidad, esto va relacionado con que el usuario pueda leer fácilmente el contenido del sitio. El uso

de los tamaños correctos y el contraste de color de la tipografía con el fondo. "El objetivo principal del diseño de comunicación es transmitir información. escoja una tipografía que sea comunicativa. Los tipos deberán ser legibles y reflejar el carácter y el tono de su sitio Web." (Nielsen y Loranger 212)

Otra de las especificaciones a cumplir dentro de un sitio web es el uso de los tamaños (puntaje), para clasificar los títulos, subtítulos y contenidos, esto es importante ya que al hablar de código se deben implementar ciertas etiquetas como son los *headers* o los párrafos para obtener un mejor posicionamiento dentro los buscadores.

... estas etiquetas de titulares no se crearon teniendo en mente cuestiones de composición gráfica. Su único propósito es establecer una jerarquía para los titulares o encabezamientos, de forma que tanto un lector humano como un motor de búsqueda automatizado puedan rastrear el documento y determinar con facilidad la estructura de la información. (Lynch y Horton 116)

Tamaños de texto recomendados.

Tipo de público	Puntos
Público general	10 - 12
Tercera edad y personas con problemas de visión	12 - 14
Niños y otros lectores principiantes	12 - 14
Adolescentes/jóvenes	10 - 12

Imagen 2.3 Tabla de tamaños de texto para Web. (Nielsen y Loranger 216)

El color, así como la tipografía, juega un factor importante al momento de desarrollar un sitio web, ya que podemos jugar con contrastes de colores y denotar ciertas imágenes, apartados

o textos. Los colores para elegir en un sitio dependen si una marca ya está establecida y se requiere cumplir con lo que marca su identidad corporativa, o si la marca está en sus inicios, se pueden proponer los colores para resaltar el logo y los contenidos. Por medio de los colores también se puede persuadir y generar ciertos comportamientos sobre los usuarios.

3. Diseño de eCommerce

El uso del internet es un canal masivo para este tipo de sitios, dado a que en los últimos años se ha acrecentado el uso de este y el tipo de *marketing* que ofrecen las compañías también han cambiado a la parte digital. Algunas definiciones encontradas sobre *eCommerce* son:

Para definirlo en términos simples, podemos decir que el comercio electrónico (e-Commerce) es el proceso mediante el cual dos o más partes realizan una transacción de negocios a través de una computadora y una red de acceso. (Entrepreneur 1)

Con la segunda definición que a continuación se encuentra, vemos que la principal función de este tipo de sitios es la transacción de bienes o servicios a través de medios electrónicos.

Y eso es, precisamente, lo que es el e-commerce o comercio electrónico. Se basa, simple y llanamente, en la venta de productos y servicios a través de internet y otros medios informáticos. Pero el mundo del comercio electrónico ha evolucionado desde el nacimiento de la *World Wide Web*, de modo que el consumidor ya no es solo eso, un mero consumidor, sino que en ocasiones se puede convertir en vendedor e incluso salir beneficiado de las compras que hagan otros usuarios. (Muy interesante 2)

Esto ha convertido a este tipo de sitios en plataformas para todos aquellos negocios que quieren expandir su forma de venta y pretenden atraer un mayor número de

clientes. Por otro lado, los usuarios de sitios *eCommerce* obtienen la facilidad de realizar compras por medio de internet y evitar el traslado hasta las tiendas y con ello se logra un ahorro de tiempo.

Al igual que otro tipo de sitios requiere de un diseño, que por medio de los colores, íconos y tipografías apoyen a la experiencia de usuario a atraerlo y brindarle mayor satisfacción en la navegación. Se deben tomar en cuenta los siguientes factores:

Planificar una armonía general del sitio: que dará a nuestros visitantes una sensación de satisfacción estética y mejorará la experiencia del usuario.

Respetar la identidad visual de la empresa: para dar a sus visitantes consistencia y seguridad de que están en su sitio.

Establecer una jerarquía visual de las diferentes áreas que se han diseñado.

Defina un estilo visual que coincida con los productos que vendemos: los visitantes solo necesitan unos segundos para entender qué productos se venden en su sitio. (rafazubiria 32)

A los visitantes no se les puede sobrecargar con información y solo se le debe de mostrar la información esencial sobre los productos o servicios que se ofrecen, no se debe de desviar la atención de estos.

Para crear un proceso de diseño, se deben de tomar en cuenta ciertos pasos para realizarlo. El primero para un diseñador es el *sketch*, después de tener claro cuál va a ser su arquitectura de información y su forma de navegación. Ya que en este se realizan los primeros trazos sobre papel, de cómo se van a acomodar los objetos dentro de la interfaz y se hacen anotaciones dentro de este para indicar las funciones que van a realizar cada uno de los objetos. En este

paso surgen las primeras ideas de cómo se va a desarrollar el sitio, al ser dibujos sobre papel se pueden cambiar estas ideas sin ninguna complicación.

El boceto es una actividad que debería ser familiar para mucha gente de la humanidad. Es cuando te sientas con lápiz y papel y te permites comenzar a dibujar tus ideas. Sin embargo, en el diseño de la experiencia del usuario, el dibujo tiene una importancia adicional. Se refiere al punto en el proceso cuando comienzas a explorar diferentes formas potenciales que el diseño final podría tomar. Este es un paso importante antes de comenzar diseños detallados. (Buley 162)³

3.- Sketching is an activity that should be familiar to pretty much all of humanity. It's when you sit down with pen and paper and allow yourself to start drawing out your ideas. However, in user experience design, sketching has added significance. It refers to the point in the process when you begin to explore different potential forms that the ultimate design could take. This an important step before beginning detailed designs.

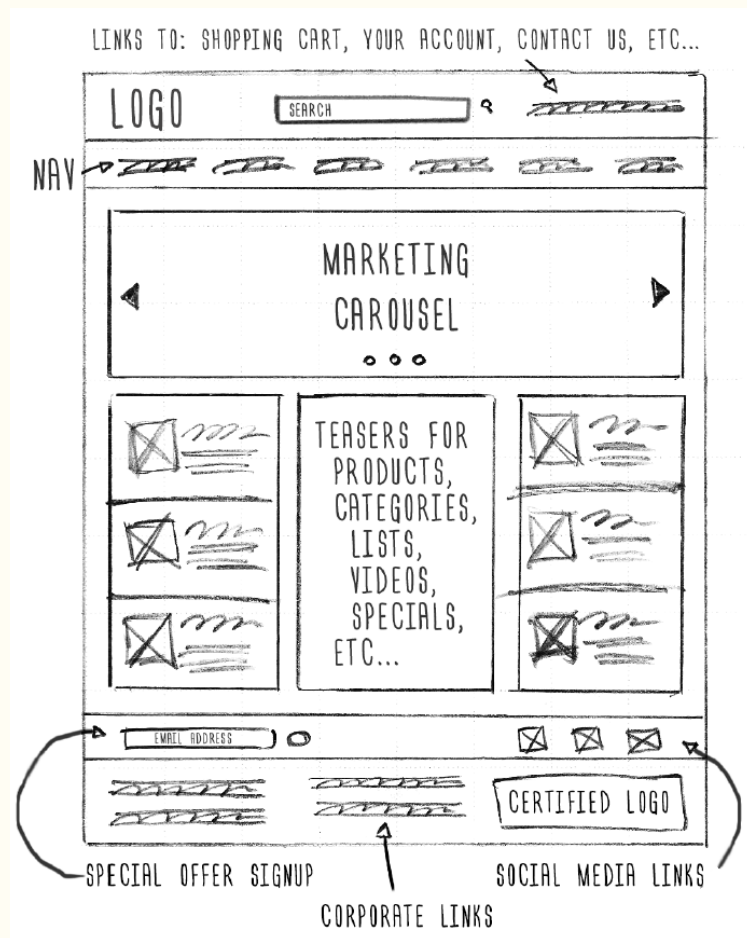


Imagen 3.1 Ejemplo de sketch de sitio eCommerce. (Hamm 34)

El *wireframe* es similar al *sketch*, solo que en esta versión se realiza la maquetación del sitio en forma digital. En este paso se emplean cuadros para definir las posiciones

de las imágenes y de los textos y se realiza con el apoyo de una computadora y algún programa de diseño.

Los *wireframes* son típicamente un modelo básico de baja fidelidad, generalmente representado con cuadros grises y marcadores de posición para contenido detallado. Su meta es ayudar a establecer qué pasa y donde, sin consumir demasiado tiempo en estética por el momento. Un buen *wireframe* debería explicar:

- Cómo se agrupa el contenido
- Cómo está estructurada la información
- Las imágenes más básicas involucradas en la interacción de UI.
(Cao, Ellis, Khachatryan 8)⁴

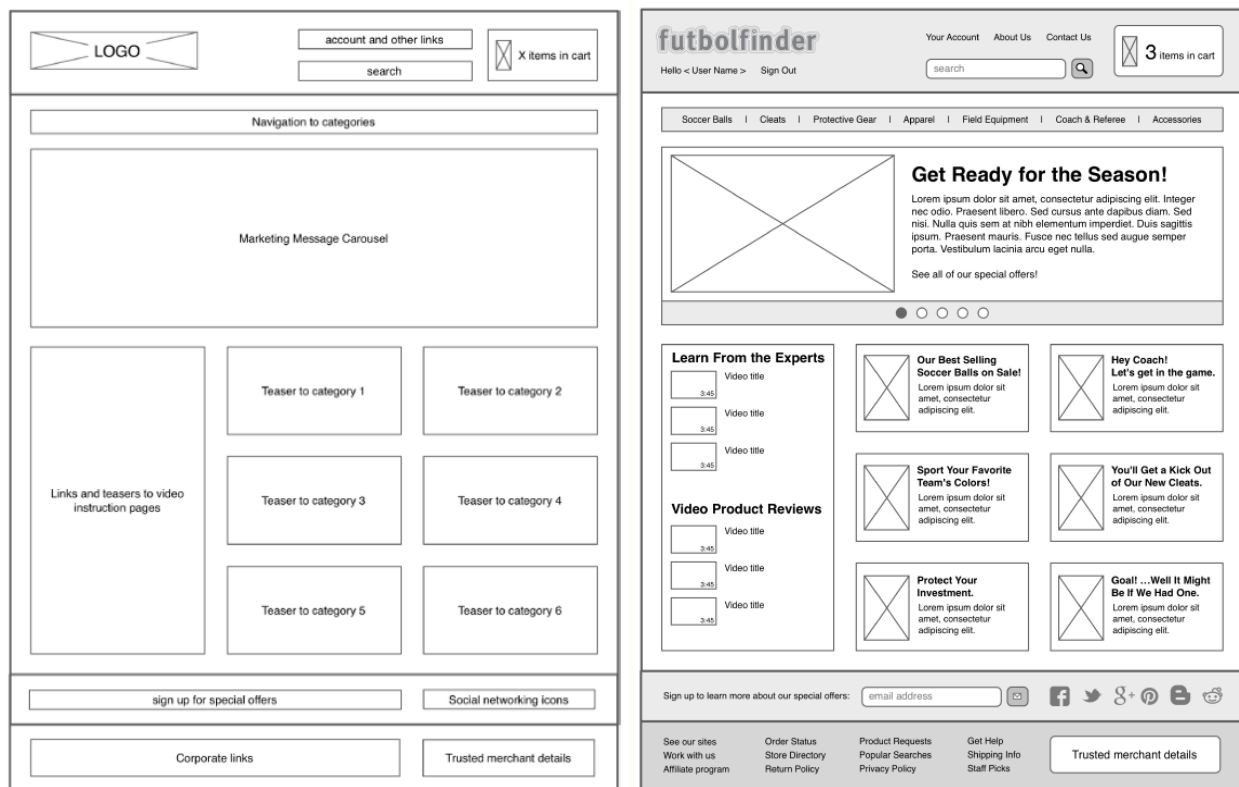


Imagen 3.2 Ejemplo de wireframes de sitio eCommerce.

El *mockup* es el segundo paso del proceso y es de suma importancia, ya que en este se definen las pantallas para empezar a trabajarlas de una forma digital, en la cual se emplean herramientas

por medio del uso de la computadora para generar un diseño visual más cercano a lo que será la versión final del sitio. En el *mockup*, se emplea la base de acomodo del *sketch* o el *wireframe* y sobre este se trabaja. Se seleccionan los colores, las imágenes, los íconos y las tipografías que se utilizarán.

Las maquetas completan los detalles visuales (como colores, tipografía, etc.) y usualmente son estáticos. Al mirar una maqueta, debe tener una buena idea de cómo se verá el producto final y una idea aproximada de cómo podría funcionar (incluso si las funciones aún no están funcionando). Una maqueta podría considerarse un borrador de alto diseño visual. (Cao, Ellis, Khachatryan 9)⁵

5.- Mockups fill in the visual details (such as colors, typography, etc.) and are usually static. By looking at a mockup, you should get a good idea of how the final product will look and a rough idea of how it might function (even if the functions aren't yet working). A mockup could be considered a high profile visual design draft.

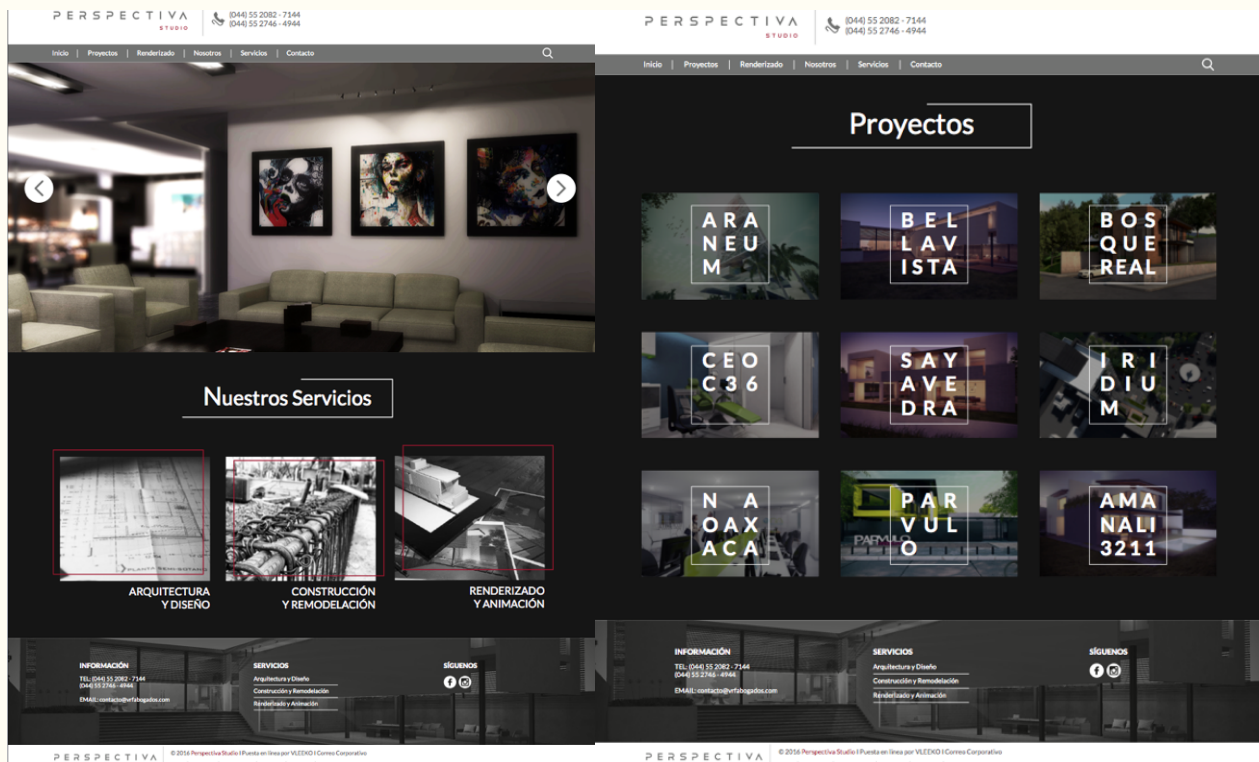


Imagen 3.3 Mockup del autor para cliente Perspectiva Studio 2016.

El prototipo es el último paso, en él ya se tiene una programación para la creación del sitio, basándose en gran parte en el *wireframe* creado. En este ya se cuenta con la interacción necesaria para que el usuario pueda navegar a través de la interfaz y los contenidos que este contiene.

En el contexto del diseño de la experiencia del usuario, el prototipado es el acto de (y en muchos casos, el arte de) crear y probar la totalidad o parte de la funcionalidad de una aplicación o sitio web con usuarios. (Unger y Chandler 205)⁶

En este paso se pueden realizar pruebas con diferentes usuarios y revisar los puntos que aún necesitan mejoras.

... el prototipo puede ser una representación de baja o alta fidelidad del producto que incluye la funcionalidad y el punto más fino del diseño de UI. Además de la estructura de información y visualizaciones de las dos fases anteriores, el prototipo introduce más profundidad a la UI temprana, permitiendo a los usuarios:

- Experimentar el contenido real.
- Interactuar con la interfaz de usuario de forma similar al producto final.
- Predecir y resolver problemas de usabilidad antes del desarrollo posterior. (Cao, Ellis, Khachatryan 10)⁷

6.- In the context of user experience design, prototyping is the act of (and in many cases, the art of) creating and testing all or part of the functionality of an application or Web site with users.

7.- ... the prototype can be a low- or high-fidelity representation of the product that includes functionality and the finer point of the UI design. In addition to the information structure and visualizations of the previous two phases, the prototype introduces more depth to the early UI, allowing users to:

- *Experience actual content.*
- *Interact with the UI in a way similar to the final product.*
- *Predict and solve usability problems before further development*

8.- Prototyping can be an iterative process, as prototypes are generally created to identify issues with—or validate—the user experience. Once you gather feedback, you can make modifications to the prototype for additional testing. In other cases, a successful (enough) prototype can keep a project moving forward into other phases of the development lifecycle.

Cómo mencionan esos tres autores, algunas de las partes importantes del prototipo es trabajar con contenido real, realizar pruebas de interfaz con el usuario y revisar los fallos que puedan haber dentro de nuestro desarrollo.

El prototipado puede ser un proceso iterativo, ya que generalmente se crean prototipos para identificar problemas con, o validar, la experiencia del usuario. Una vez que obtiene retroalimentación, puede hacer modificaciones en el prototipo para pruebas adicionales. En otros casos, un prototipo exitoso (suficiente) puede mantener un proyecto en movimiento y avanzar hacia otras fases del ciclo de vida de desarrollo. (Unger y Chandler 205)⁸

Los beneficios que se obtendrán al implementar el UX y el GUI dentro un *eCommerce* son la mejora de la percepción de la marca y el posicionamiento dentro de los buscadores. El incremento de ventas, al desarrollar un proceso de compra que sea corto y de fácil intuición, sin pedir datos innecesarios y facilitar los pasos a seguir para realizar la compra.

Conclusiones

Para concluir, el *eCommerce* al igual que otros tipos de sitios deben de llevar un proceso de diseño en el cual esté centrado en la experiencia de usuario, la importancia que esta tendrá dentro del sitio es:

1. Apoyar al usuario a que su búsqueda sea sencilla.
2. Navegación fácil dentro del sitio.
3. Apoyar visualmente por medio de tipografías, íconos y colores.
4. Persuadir al usuario en su estancia en el sitio.
5. Mostrar de forma clara los productos o servicios.
6. Mejor posicionamiento ante los buscadores.
7. Aumento de tráfico (audiencia).
8. Incremento de ventas.
9. Arquitectura de la información mejor estructurada.

El cliente debe de ser capaz de entender claramente lo que hay dentro de estos sitios, desde la muestra de los productos, así como todos los símbolos que esta contenga.

El flujo de trabajo que se recomienda en este artículo para la realización de un sitio *eCommerce* basado en UX Y GUI es el siguiente:

1. Realizar un boceto o *wireframe* del sitio en el cual se hagan las indicaciones adecuadas para considerar el funcionamiento.
2. Elaborar el *mockup* con base en los colores y tipografías si es que ya han sido considerados en un manual corporativo o si es necesario la creación de la marca.
3. Realizar el prototipo del sitio con las funciones necesarias para poder realizar una evaluación y determinar si se concluye, o se deben revisar ciertas funciones o cuestiones de diseño.

Fuentes de consulta

Buley, Leah. The User Experience Team of One. New York: Rosenfeld Media, 2013 Impreso.

Cao, J., Ellis, M. and Khachatryan, N. Guide to Mockups. Studio by UXPin, 2019 Ebook. 21 feb 2019. <url>

Eaton, Eric. Designing Web Site Interface Elements. España: Anaya Multimedia, 2003. Impreso.

Flores, Javier. "¿Qué Es El E-Commerce?". Muy-interesante.es, Web. 23 oct. 2018. <url>

Garrett, Jesse James. Elements of User Experience, The. 2nd. ed. Berkeley, Ca: Pearson Education Inc, 2011. Impreso.

Hamm, Matthew J. Wireframing Essentials. 1st. ed., Birmingham, UK: Packt Publishing Ltd., 2014. Impreso.

Lynch, Patrick J, and Sarah Horton. Web Style Guide. 2nd. ed. España: Gustavo Gili, 2004. Impreso.

Nielsen, Jakob, and Hoa Loranger. Prioritizing Web Usability. España: Anaya Multimedia, 2008. Impreso.

Ramírez, José. "El ABC Del E-Commerce". Entrepreneur, Web. 23 oct. 2018.

Rosenfeld, Louis, and Peter Morville. Information Architecture for The World Wide Web. 3rd ed., O' Reilly, 2006. Impreso.

Unger, Russ, and Carolyn Chandler. A Project Guide to UX Design. Pearson Education Inc, 2009. Impreso.

"What Is Information Architecture? | IA Institute". Iainstitute.Org, Web. 18 nov. 2018. <url>

Zubiría, Rafa. "La importancia del UI y UX en un ecommerce". RafaZubiría, Web. 13 abr. 2020.

Semblanza curricular

Juan Salvador Buendía Parrilla

Formación académica: Maestro en Comunicación con Medios Virtuales por ICONOS, Instituto de Investigación en Comunicación y Cultura y licenciado en Diseño Gráfico por la Universidad Tecnológica de México, UNITEC Campus Atizapán. Ha tomado diferentes cursos y diplomados relacionados al diseño web y experiencia de usuario.

Actividad laboral: Ha trabajado como diseñador de sitios web y creativo en diferentes agencias de marketing digital. Trabajó como docente en algunas instituciones a nivel universidad y preparatoria en las áreas de diseño, fotografía y arquitectura. Actualmente trabaja como diseñador web en la agencia LatinWeb Digital.

Contacto: chava_buendia07@hotmail.com

Entretejidos.

Revista de Transdisciplina y Cultura Digital

DERECHOS DE AUTOR Y DERECHOS CONEXOS, año 7, volumen 1, No. 12, Marzo a Septiembre 2020, es una publicación electrónica semestral editada por ICONOS, Instituto de Investigación en Comunicación y Cultura, S.C. con dirección en Av. Chapultepec No. 57, segundo piso, colonia Centro, Delegación Cuauhtémoc, C.P. 06040 en la Ciudad de México Tel. (55) 57094370, www.iconos.edu.mx, entretejidos@staff.iconos.edu.mx. Las opiniones expresadas por los autores no necesariamente reflejan la postura del editor de la publicación.

Se permite la reproducción total o parcial de los contenidos e imágenes, siempre y cuando se den crédito a los autores y se licencien sus nuevas creaciones bajo condiciones idénticas y que siempre sean no comerciales. El objetivo de esta publicación es exponer los hallazgos y las perspectivas de toda la comunidad afín al espíritu y temática de esta publicación electrónica digital, orientada a difundir aportaciones de investigaciones relacionadas con la epistemología del pensamiento complejo y que reflexionen entorno a la cultura, así como con las producciones del ámbito de las tecnologías digitales, desde diferentes campos de estudio y a través de artículos originales, artículos de divulgación, revisiones críticas, estudios de casos, trabajos históricos, actualizaciones, reseñas y críticas.

Aparición: Marzo a Septiembre 2020

Año: 7

Volumen: 1

Número: 12-2020

ISSN: 2395-8154

Comité Editorial

Dra. Julieta Haidar (ENAH)

Dr. Julio César Schara (UAQ)

Dra. Teresa Carbó (CIESAS)

Dr. Diego Lizarazo (UAM-Xochimilco)

Dra. Graciela Martínez (UACM)

Dr. Félix Beltrán (UAM- Azcapotzalco)

Dr. Ignacio Aceves (UAM- Azcapotzalco)

Mtra. Rebeca Leonor Aguilar (EDINBA)

Equipo Editorial

Editor en Jefe: Dr. J. Rafael Mauleón

Editor de desarrollo: Oscar L. Charles

Editora Web: Mtra. Roselena Vargas

Diseño Web: ICONOS Diseño

Corrección de estilo:

Lic. José Luis Flores,

Dra. Iliana Díaz

Mtra. María de Lourdes Chávez

Relaciones Públicas: Mtro. Francisco Mitre

Traducción: Diego Pineda