

OBJETIVO

Diseñar y desarrollar un sitio web dinámico y atractivo que permita dar soluciones al cliente para la comercialización de productos de artículos de decoración y regalos para chicas adolescentes utilizando herramientas y técnicas de diseño web para crear un sistema que cumpla con las características de usabilidad, UX y accesibilidad.

JUSTIFICACIÓN

En esta etapa del proyecto, se analizaron los aspectos más importantes de la usabilidad que puede tener un sitio web, el diseño basado en la experiencia de usuario y en la maquetación del sitio, se integraron características de accesibilidad con estándares globales que permitirán al mercado meta, utilizar la tienda en línea de manera eficaz.

Para la empresa INTEGRADORA, esta plataforma de ventas, no sólo le permitirá ofrecer el catálogo de productos, sino también, establecer relaciones comerciales con nuevos clientes debido a la interactividad que se propone el usuario realice en el sitio, cubriendo los requerimientos que el cliente estableció para su diseño y desarrollo:

- a) **Se requiere un método de entrega y/o envío de productos a domicilio.** Debido a que los canales de venta de la empresa solamente se orientaban a la comercialización de sus productos a través de tiendas físicas, se estableció un método de comercio para la plataforma en línea, donde se realizaron diversas políticas y procesos de envío, sistemas de pago y entregas a domicilio, quedando la siguiente documentación:

- I. Sistema de pedidos
- II. Sistema de envíos
- III. Sistema de formas de pago
- IV. Sistema de devoluciones
- V. Política de privacidad
- VI. Preguntas frecuentes

Este apartado se puede localizar en la parte baja del sitio web (footer) quedándose fijo en todas las páginas para fácil acceso a la información. Asimismo, en las páginas de vista de producto, hay un apartado a manera de tabla, que especifica las características particulares del envío y entrega del producto, así como, del medio de pago.

- b) **Establecer los tres catálogos de productos en el mismo sitio, pero de manera independiente.** De acuerdo a la elección sobre la línea de venta en “Artículos de decoración y regalos para chicas adolescentes”, para brindar solución a este requerimiento, en las categorías que conforman el catálogo de productos se integraron artículos pertenecientes a los catálogos sobrantes, además de enlaces a los sitios web correspondientes. La integración de dichos catálogos quedó de la siguiente forma:

- I. Categoría: Viajes y diversión (artículos del catálogo “Ropa y equipo de natación para todo público”).

II. Categoría: Decoración de interiores (artículos del catálogo “Mobiliario de diseño para oficinas”).

Para este rubro, se utilizó el sistema de etiquetado de AI organizando el contenido en categorías y etiquetas de productos que se pueden localizar en el menú principal, apartado de “categorías”; en la página de inicio como panel de imágenes; además en las páginas de vista de producto, al final del cuadro de características con una nube de etiquetas denominadas: ropa y equipo de natación, artículos para oficina.

- c) **Contar con canales de mejora o propiedades del sitio para aumentar el catálogo de productos.** Para dar solución a este requerimiento, en el diseño del sitio, se establecieron tres propiedades para que la empresa pueda incrementar su catálogo de productos. Se creó la sección “tendencias” donde acorde al mercado de la moda se presentarán productos (tanto nuevos como de inventario) que puedan llegar a interesar al usuario final. Segundo, una sección principal del menú denominado “Lo nuevo” donde se podrán integrar productos que para la empresa son de índole de recién adquisición de diferente naturaleza. Por último, en las páginas de vista de producto se integró una sección que presentará de forma aleatoria, productos que puedan interesarles a los clientes denominada “Productos Sugeridos”.

Estas propiedades se pueden localizar en:

- I. Página de inicio. A manera de presentación (carrusel) se establecen diversidad de productos de tendencia en el mercado de la moda.
- II. Página de inicio. Sección “Lo nuevo” localizada en el índice del menú principal, lo que permitirá que, desde cualquier lugar del sitio, el usuario pueda acceder de forma directa.
- III. Páginas de vista de producto. Sección localizada en la parte final de todas estas páginas.

- d) **Que el sitio permita gestionar las tres líneas de venta.**

- e) **Que la propuesta web sea atractiva y original para que sus clientes disfruten de su visita.** En el diseño, se integraron enlaces directos a los productos, a través de medios como: imágenes, botones de llamado a la acción, carruseles y cards. Además de enlaces para compartir en redes sociales, el gusto que expresa por adquirir el producto, así como, la opinión que pueda ejercer por su experiencia de compra.

Asimismo, el diseño contempla una función particular simulando que el cliente a través de la navegación del sitio, vaya seleccionando productos que le interesan, éstos se irán “agregando a su carrito” para que posteriormente pueda saber más de los productos y llegar a tomar una mejor decisión. Dicha función establece la interacción del cliente con la navegación, lo que hace más prolongada su permanencia para tener una mayor probabilidad de compra.

Esta funcionalidad se puede reconocer en el sitio principalmente en la navegación de productos con el botón de “favorito” o símbolo de “corazón”; los artículos seleccionados se sumarán al apartado correspondiente ubicada su entrada en el menú secundario en la parte superior derecha de todo el sitio.

- f) **Que los clientes realicen las compras en el sitio sin ningún problema.** Aunado al anterior requerimiento, al contar con dos apartados para la compra de productos se podrá prevenir la angustia del usuario novato por cometer errores de cargos innecesarios, mala selección de talla o color, duplicidad de productos, etc. Debido a que el apartado de favoritos sólo servirá para que el usuario conozca a profundidad los artículos de su interés, filtrar los que desee comprar y eliminar aquellos productos que no adquirirá. Una vez aprobada su elección, entonces procederá al pago del mismo, dirigiéndose al comúnmente llamado “carrito de compras”.

Cabe señalar que, para usuarios más experimentados, el sistema de compras es el mismo que en todos los sitios, es decir, los productos los irá agregando al carrito de compras y posteriormente proseguir a su pago.

- g) **Que los clientes puedan ingresar comentarios y opiniones de su experiencia de compra y productos.** Como se mencionó anteriormente, una funcionalidad que hace más atractiva la experiencia de usuario en el sitio, es la participación como cliente ejerciendo una opinión acerca de los artículos adquiridos o bien, del proceso de compra. Esta propiedad se podrá hacer a través de dos canales de comunicación: cuando el cliente emite una valoración del producto (integra el comentario) y al compartir el producto o su experiencia por medio de sus redes sociales.

ALCANCE DE LAS METAS ESTABLECIDAS:

1. *Análisis de usuario final, para establecer las características de los contenidos que se tienen que crear, tratando de cubrir la mayor parte a sus necesidades, gustos y métodos de compra.*

Como se estableció, el sitio está dirigido a mujeres jóvenes de 12 a 29 años, los gustos e intereses de este grupo de personas se basa principalmente en dos características, la moda y las redes sociales. Se crearon propiedades en el sitio donde ellas puedan sentirse animadas a realizar sus compras con las siguientes atribuciones:

- Sección de tendencias, apartado en donde se podrá encontrar artículos de moda, accesorios y diversos productos con temáticas actuales.
- Las categorías establecidas contemplan un universo de posibilidades para tratar de cubrir las necesidades en cuanto a gustos y expresiones como pasatiempos, deportes, diversión, etc.
- Diseño y arquitectura web atractiva que permite interactuar entre cliente- servidor con diversas llamadas a la acción distribuidas en diferentes partes del sitio de manera minimalista para evitar distraer al usuario en el proceso de compra.
- Sección de “favoritos” para acumular los productos que les interesan en un solo apartado, ya que la mayoría de veces en compras en establecimientos físicos, seleccionan varios artículos para solamente adquirir unos pocos.
- Integración de redes sociales, evaluación de productos y comentarios, permitiendo que sean partícipes del sitio y tengan la mejor experiencia de compra.

2. Diseñar los mejores canales de contacto para establecer alta demanda de interacción entre la empresa y sus clientes.

Se definieron los siguientes canales de contacto:

- Formulario de contacto
- Sección de ayuda (tutoriales de compra, medios de pago, etc.)
- Sección de preguntas frecuentes (procesos de envíos, devoluciones, pagos, etc.)
- Sección de contacto donde se describen otros medios de contacto como ubicación, teléfonos, correo electrónico.
- Chat de ayuda

3. Análisis de competidores para encontrar mejores soluciones a sus áreas de oportunidad y establecerlas en el sitio proyectado.

El resultado del análisis de la competencia, permitió establecer las siguientes características:

- Sistemas y políticas de envío, devoluciones y métodos de pago
- Sección de “favoritos”
- Diseño y arquitectura web amigable y accesible

4. Sistema de etiquetado. Organización de contenido a través de categorías y etiquetas para facilitar la navegación del sitio:

- a. Enlaces contextuales*
- b. Títulos*
- c. Opciones del sistema de navegación*
- d. Términos de indización*

Se establecen distintos niveles de organización de contenidos a través de categorías y etiquetas con enlaces contextuales y títulos visibles para que el usuario distinga el lugar donde se encuentra.

5. Sistema de navegación. Establecer el mapa del sitio que permita identificar cada una de las páginas que conformará la web: acerca de INTEGRDORA, productos, contacto, etc.

Se crearon diferentes opciones para la navegación desde enlaces directos, menús, migas de pan, paginación y mapa del sitio.

6. Sistema de búsqueda. Permite al usuario final localizar información a partir de una necesidad concreta, integrando estrategias de búsqueda, navegación y ayuda.

Se integra un sistema de búsqueda global, entradas en el menú principal para la navegación a las diferentes páginas del sitio, categorías y ayuda.

CARACTERÍSTICAS DE ACCESIBILIDAD QUE SE DEBERÁN CONSIDERAR PARA EL DESARROLLO DEL SITIO WEB:

- ✓ Suficiente contraste entre el primer plano y el fondo.
- ✓ Tamaño de fuente para los párrafos con las siguientes conversiones:
 - **1pt = 1.333px**
 - **14pt = 18.5px**
 - **16pt = 21px**
 - **18pt = 24px**
- ✓ Párrafos alineados a la izquierda evitando la justificación del texto.
- ✓ Espacios simples para separar los párrafos.
- ✓ Evitar texto en colores puros, por ejemplo, texto en color negro con fondo blanco puro.
- ✓ Construcción de los textos por idea para cada párrafo.
- ✓ Evitar usar tipo de fuente “serif”, recomendado utilizar “sans- serif”.
- ✓ Evitar usar letras en tipo *cursivas*, recomendado utilizar letras en negritas para resaltar texto.
- ✓ Establecer texto alternativo “alt” a las imágenes.
- ✓ Integrar audio, subtítulo o texto, descripción e imágenes a los recursos multimedia.
- ✓ Procurar evitar el diseño de páginas web verticales ya que dificulta la lectura a dispositivos de asistencia de discapacidades.
- ✓ Utilizar lenguaje simple
- ✓ Utilización del color para transmitir información integrando símbolos descriptivos
- ✓ Los elementos interactivos deberán ser fáciles de identificar
- ✓ Crear diseños para diferentes tamaños de pantalla
- ✓ Proporcionar controles para el contenido que se inicia automáticamente
- ✓ Utilización de espacios y encabezados para agrupar el contenido relacionado

PROPUESTAS VISUALES DE ALGUNAS PÁGINAS DEL SITIO:

- Página de inicio
- Página de categoría
- Página de vista de producto