

Acelera
pyme

**Transformando la
experiencia de usuario
en las pymes:
estrategias para el éxito
digital**



red.es



Fondo Europeo de Desarrollo Regional
"Una manera de hacer Europa"

Contenidos

1 > Introducción	03.
2 > Descubriendo los conceptos clave de la experiencia de usuario (UX) para los pequeños negocios	05.
3 > Guía paso a paso: optimizando la experiencia de usuario en una pyme	07.
4 > Casos de éxito: lecciones aprendidas de otras empresas	09.
5 > Midiendo el éxito: cómo medir y evaluar la experiencia de usuario	11.
6 > Herramientas para mejorar la experiencia de usuario	13.
7 > Conclusiones	18.
8 > Referencias	19.

1. Introducción

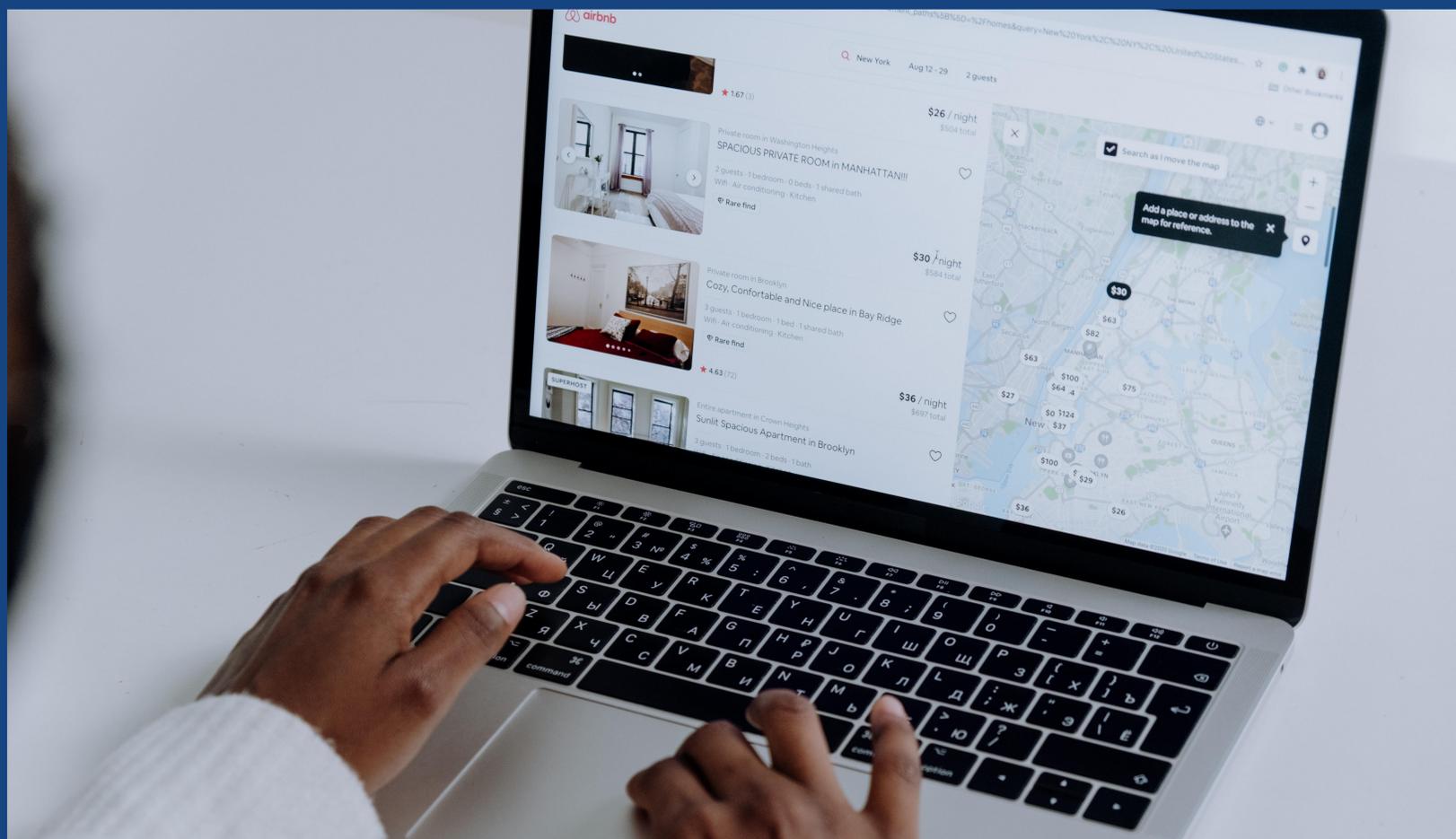
En un mundo cada vez más digitalizado, la experiencia de usuario, también conocida como *User Experience* en inglés (UX), es un elemento clave para el éxito de las empresas que ofrecen sus productos o servicios a través de la web. En el caso de las pymes, contar con una experiencia de usuario diferencial, también puede suponer una gran ventaja competitiva. La experiencia de usuario emerge como el elemento central que puede inclinar la balanza a favor del éxito de estas empresas en el entorno digital o en contra.

La experiencia de usuario no consiste solamente en como se muestra una página web o la apariencia de una aplicación; es un conjunto de elementos que conforman la percepción general que los usuarios tienen al interactuar con una plataforma digital. La experiencia de usuario abarca desde la facilidad de navegación hasta la eficiencia en la resolución de problemas de los usuarios. Todos estos elementos influyen directamente en la satisfacción de los (potenciales) clientes y, en última instancia, en la lealtad de los mismos con esta marca. De hecho, un estudio de la empresa tecnológica Sweor reveló que el 88% de los consumidores online no volverán a visitar un sitio web después de una mala experiencia [REF-01].

En el contexto de las pymes, donde los recursos suelen ser limitados y las estrategias de marketing deben ser precisas, la optimización de la experiencia de usuario adquiere un valor inmenso.

Según una encuesta realizada por Google Research afirma que el 53% de los usuarios en internet abandonan un sitio web si no se carga en menos de tres segundos [REF-02]. Esto indica la importancia de la experiencia de usuario, ya que cada interacción digital puede ser una oportunidad importante de ganar clientes para cualquier pyme.

A lo largo de este monográfico se detallarán los fundamentos de la experiencia de usuario digital y cómo las pymes pueden superar los desafíos específicos que enfrentan en este ámbito. Se examinarán diferentes estrategias efectivas para mejorar la experiencia de usuario y se brindarán ejemplos concretos de otras empresas que han logrado diferenciarse entre la competencia a través de su enfoque en la satisfacción del usuario.



2. Descubriendo los conceptos clave de la experiencia de usuario (UX) para los pequeños negocios

Existen varios **elementos esenciales** de la experiencia de usuario que son fundamentales **para desarrollar una solución que cumpla con las necesidades y expectativas de los usuarios**. Dentro de estos elementos hay algunos que son cruciales para la creación de experiencias exitosas para los usuarios. Estos pilares, abarcan la usabilidad, garantizando que los productos sean sencillos de utilizar; la accesibilidad, que permite llegar a una audiencia diversa; el diseño centrado en el usuario, que insta a poner al usuario en el centro de todo; la arquitectura de la información, que organiza y facilita la navegación; y el diseño de la interfaz de usuario, que da vida y personalidad a las creaciones digitales [REF-03].



Usabilidad: Uno de los pilares fundamentales de la experiencia de usuario es la usabilidad. Un producto con una buena usabilidad es aquel en el que los **usuarios tienen facilidad para poder acceder a él y realizar diferentes acciones de manera sencilla y eficiente**. Para ello es importante diseñar interfaces claras e intuitivas, minimizando la cantidad de pasos necesarios para completar una acción y facilitar la navegación. Se pueden realizar pruebas que permiten reducir riesgos para la pyme al poder evaluar cómo de fácil es usar un producto o servicio para los usuarios. Esto se puede hacer por ejemplo buscando alguien externo que no conozca la página, pedirles que exploren en el sitio web y digan si encuentran algo confuso o difícil de usar. Se debe observar cómo navegan y tomar notas de cualquier problema que encuentren. Esto puede **ayudar a identificar y solucionar problemas antes de que afecten a los clientes**.



Accesibilidad: La accesibilidad se refiere a la **capacidad de un producto digital para ser utilizado** por una amplia gama de usuarios, **incluidas aquellas personas con discapacidades**. En el momento que se diseña cualquier producto digital hay que asegurarse de que sea accesible para todos los usuarios. Hay que pensar en que independientemente de las limitaciones de cada persona, todas puedan acceder y utilizar la plataforma de manera efectiva. Esto implica considerar aspectos como el contraste de colores o el tamaño de fuente, de modo que la información y las funciones esenciales sean fácilmente utilizables por todas las personas, garantizando así una experiencia inclusiva.



Diseño centrado en el usuario: La base de la experiencia de usuario es el enfoque en el usuario. Para ello es necesario comprender las necesidades del usuario, sus objetivos y sus posibles problemas. Es necesario diseñar el producto en función de estas consideraciones. Esto **se logra a través de diversos estudios y análisis**, completados con encuestas, entrevistas o/y datos de comportamiento y pruebas de usuario, que permiten obtener información muy útil para poder realizar el diseño adaptado a las necesidades y preferencias de los usuarios.



Arquitectura de la información: La arquitectura de la información se refiere a **cómo se organiza y presenta la información en una plataforma digital**. Una buena estructura de información garantiza que los usuarios puedan encontrar fácilmente lo que están buscando. Esto implica crear categorías lógicas y etiquetas claras. La creación de categorías lógicas implica organizar el contenido de manera que tenga sentido para los usuarios, agrupando información relacionada bajo etiquetas o secciones coherentes y esto contribuya a [REF-04].



Diseño de la interfaz de usuario: La interfaz de usuario es el **punto de contacto entre el usuario y el producto o servicio**. Un buen diseño de la interfaz de usuario conlleva que sea intuitiva, consistente y fácil de usar. Todo esto, puede mejorar significativamente la experiencia del usuario. Un diseño efectivo debe guiar a los usuarios a través de un flujo lógico, minimizando la confusión y las posibles barreras. Estas posibles barreras pueden ser que no se encuentre con facilidad donde se realiza el pago del servicio, los elementos de la interfaz como botones o enlaces no tengan un **tamaño adecuado** para ser visibles o que el **diseño de la interfaz no se ajuste bien a los diferentes tamaños de la pantalla**. Aunque la experiencia de usuario va más allá del diseño visual, la estética sigue siendo un componente esencial. Un diseño visual atractivo y coherente contribuye a la identidad de la marca y crea una experiencia más satisfactoria para los usuarios.



3. Guía paso a paso: optimizando la Experiencia de Usuario en una pyme

La mejora constante de la experiencia de usuario se convierte en un factor determinante para el éxito de las pymes. A continuación, se ofrecen una serie de pautas que pueden ayudar a una pyme o autónomo a mejorar la experiencia de usuario, usabilidad y accesibilidad de su sitio web, y destacar en el mercado digital [REF-05]:

- 1. Investigar y definir a los usuarios:** Es importante realizar investigaciones con las que se puedan ver cuáles son las preferencias y el comportamiento de los usuarios. La investigación debe ser exhaustiva, podría incluir entrevistas, análisis de datos, perfiles de usuarios o encuestas, ideales para captar diversos comentarios de una audiencia amplia. Para comprender cómo los usuarios interactúan actualmente con su plataforma, se pueden utilizar herramientas de análisis web y métricas. Además, una buena forma de tener una clara representación de la audiencia es creando personajes de usuario (buyer personas). Estos son representaciones semificticias de los prototipos de clientes basadas en datos e investigaciones [REF-06].
- 2. Analizar la experiencia actual:** Hay que evaluar de forma concisa la experiencia actual de los usuarios en la plataforma digital. Es importante interactuar en el producto digital de la misma forma que si lo hiciera un cliente. Para ello, pueden realizarse pruebas de usuario (tanto en persona como de forma remota) y obtener retroalimentación de usuarios reales. Además, existen herramientas de análisis que generan mapas de calor y grabaciones de sesiones para visualizar cómo los usuarios interactúan con el sitio. De esta manera se podrán identificar posibles problemas, puntos de abandono y aspectos que pueden mejorarse. Esto proporcionará una base sólida para los esfuerzos de mejora.

- 3. Diseñar centrándote en el usuario:** Utilizar la información de los análisis para diseñar la página web o aplicación móvil pensando en el usuario. Crear **interfaces intuitivas** que reflejen cómo los usuarios interactúan en la plataforma digital. Realizar iteraciones constantes para refinar y mejorar el diseño. Se debería **priorizar la usabilidad y la navegación** basándose en las necesidades de los usuarios.
- 4. Optimizar pensando en los dispositivos móviles:** Hay que asegurarse de que la plataforma sea totalmente funcional en dispositivos móviles. Por ejemplo, se puede adoptar un enfoque diseñando primero para dispositivos móviles (enfoque "*mobile-first*") y luego adaptándolo a pantallas más grandes. Hay que garantizar que los usuarios tengan una experiencia coherente en todas las plataformas y evitar que los usuarios tengan que adaptarse a diferentes interfaces. Es indispensable **optimizar el rendimiento móvil**, ya que la **velocidad de carga es crucial** para la experiencia del usuario en dispositivos móviles.
- 5. Crear un diseño visual coherente:** Es necesario crear una **identidad visual coherente** utilizando el mismo tipo de colores, tipografías legibles y elementos visuales uniformes en todas las páginas. Las **guías de estilo son una herramienta muy útil para mantener esta uniformidad**, ya que proporcionan una orientación visual que mejora la estética en general. Por lo tanto, se aconseja llevar a cabo pruebas con usuarios para asegurarse de que el diseño visual sea atractivo y fácilmente comprensible, reconociendo así el papel esencial que desempeña la coherencia visual en este contexto.

- 6. Personalizar la experiencia:** Es importante implementar estrategias de personalización basadas en datos y preferencias de usuarios. Al analizar datos como el historial de navegación, compras anteriores o interacciones con la plataforma, se pueden ofrecer sugerencias y contenido relevante para el usuario. Esto crea una experiencia más atractiva y relevante, aumentando la probabilidad de que los usuarios se involucren y continúen interactuando con el sitio o aplicación. Sin embargo, es muy importante no perder el foco, respetar la privacidad de los usuarios y permitir que ellos controlen el nivel de personalización.
- 7. Realizar pruebas de usuario:** Es de gran utilidad realizar pruebas de usuario con un grupo pequeño de usuarios reales. Para ello podemos pedir a los usuarios que realicen tareas y observar cómo interactúan con la plataforma y recopilar retroalimentación sobre problemas, barreras y áreas de mejora. Otra opción son las pruebas A/B para comparar diferentes versiones de la plataforma y determinar qué cambios tienen un impacto positivo en la experiencia del usuario. Habría que utilizar esta información para realizar ajustes antes del lanzamiento, ya que pueden suponer un ahorro en tiempo y recursos a largo plazo.
- 8. Comunicar efectivamente:** Es imprescindible asegurarse de que la plataforma comunique claramente su propósito y funcionalidad. Ayuda utilizar mensajes concisos y proporciona instrucciones claras para completar acciones. Una tecnología muy útil que se está llevando a cabo son los chatbots y asistentes virtuales para responder a preguntas frecuentes y proporcionar ayuda instantánea. La retroalimentación en tiempo real ayuda al cliente a sentirse acompañado en su proceso de navegación, lo que aumenta las probabilidades de compra, y mejora la experiencia en general.

No se puede olvidar que la experiencia del usuario debe cumplir con los siguientes pilares: atractivo visual, utilidad, accesibilidad, credibilidad, intuitividad, desempeño técnico, cercanía e innovación y originalidad [REF-07].

Siguiendo esta guía paso a paso, una pyme o autónomo puede transformar su presencia digital y ofrecer una buena experiencia de usuario. La inversión en una experiencia de usuario mejorada no solo fideliza a los clientes existentes, sino que también atrae nuevos usuarios y fortalece la reputación de la marca en el mercado digital en constante cambio.



Fondo Europeo de Desarrollo Regional

"Una manera de hacer Europa"



VICEPRESIDENCIA
PRIMERA DEL GOBIERNO
MINISTERIO
DE ASUNTOS ECONÓMICOS
Y TRANSFORMACIÓN DIGITAL

SECRETARÍA DE ESTADO
DE DIGITALIZACIÓN
E INTELIGENCIA ARTIFICIAL

red.es



UNIÓN EUROPEA

4. Casos de éxito: lecciones aprendidas de otras empresas

En este apartado, se explorarán una serie de casos de éxito donde se mostrarán diversas empresas españolas que tienen una gran experiencia de usuario para los clientes. Estos ejemplos resaltarán cómo estas empresas han diseñado estrategias y soluciones innovadoras para optimizar la interacción de los usuarios con sus plataformas digitales, brindando un valor diferencial para sus clientes. Estos ejemplos pueden ser de gran ayuda para las pymes que deseen mejorar la experiencia de usuarios en sus productos digitales.



Empresa: Domestika

Sector: Educación

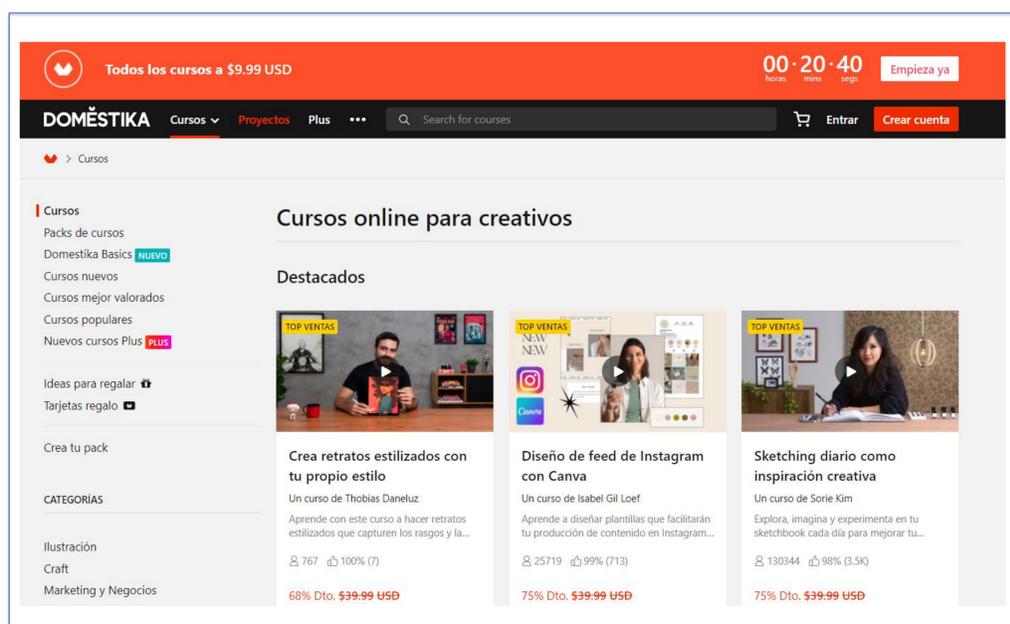
DOMĚSTIKA

Domestika, es una **plataforma de aprendizaje en línea** que ha mejorado la experiencia de usuario al proporcionar un entorno de aprendizaje intuitivo y accesible. Para lograrlo, han implementado estrategias como la **organización clara de cursos por categorías y niveles de dificultad**, lo que facilita a los usuarios encontrar el contenido que se adapte a sus intereses y nivel de conocimiento.

Para el usuario, la navegación y la búsqueda de los diferentes cursos que ofertan es muy sencilla. Además, la plataforma ha **diseñado foros de discusión activos en cada curso**, permitiendo a los estudiantes interactuar entre sí y con los profesores para resolver dudas y compartir experiencias.

La opción de guardar cursos para futuras referencias es otra característica que mejora la experiencia de usuario. Los **usuarios pueden marcar los cursos** que más les interesen y acceder a ellos en cualquier momento, lo que **brinda flexibilidad y fomenta el aprendizaje continuo**. Domestika también destaca por la calidad de la producción de sus cursos que incluye videos de alta calidad, materiales descargables y ejercicios prácticos. Esta atención a los detalles en la

presentación y el contenido del curso contribuye a una experiencia de usuario enriquecedora y valiosa e influye en que se diferencien de otras plataformas que ofrecen servicios similares [REF-08].



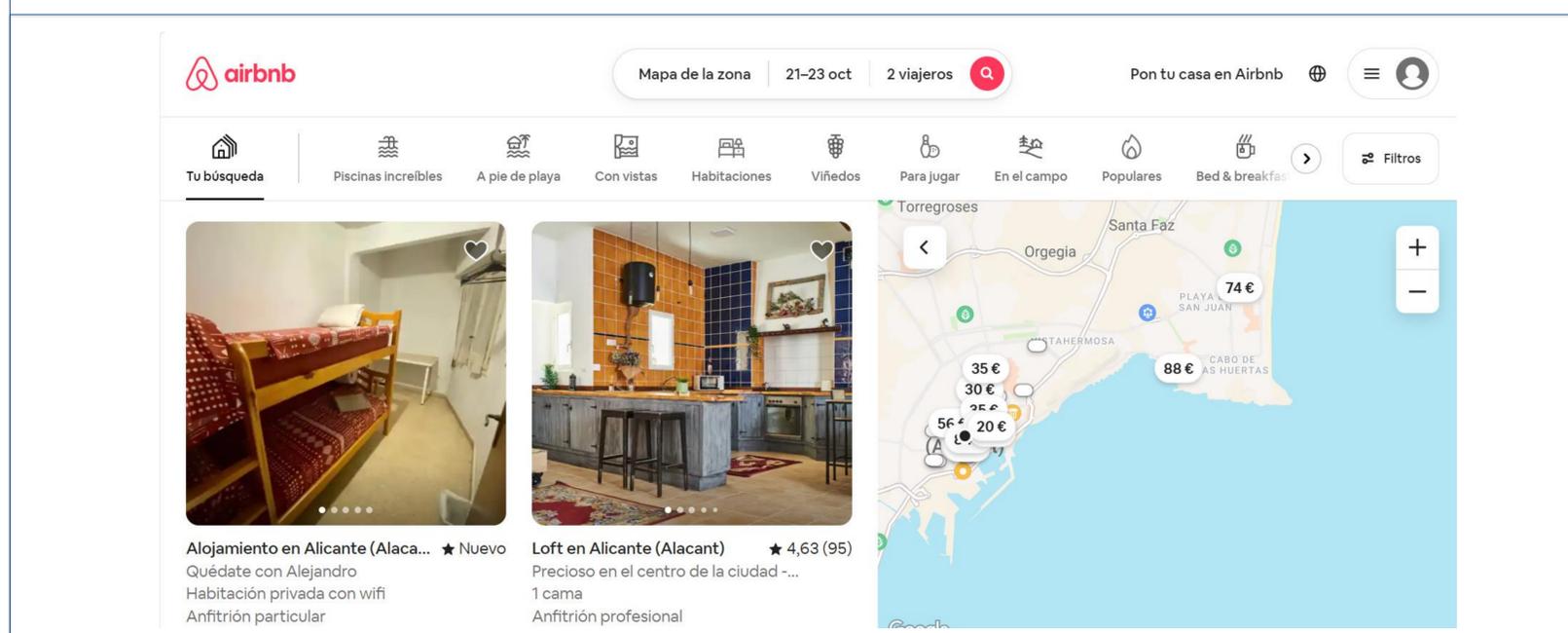
Empresa: Airbnb

Sector: Turismo



Airbnb es una plataforma en línea que permite a las personas alquilar alojamientos vacacionales o compartir sus propiedades con viajeros de todo el mundo. Los anfitriones ofrecen viviendas, habitaciones o experiencias, y los viajeros pueden reservarlos a través del sitio web o la aplicación móvil de Airbnb.

La interfaz de Airbnb tiene un **diseño amigable y fácil de usar**, lo que mejora la experiencia de usuario. Los usuarios pueden navegar por una amplia gama de **opciones de alojamiento** utilizando filtros para realizar su búsqueda según el tipo de propiedad, el precio, la ubicación y otras preferencias. Además, la plataforma ofrece fotos detalladas de las propiedades, descripciones, reseñas de otros viajeros y la posibilidad de comunicarse directamente con los anfitriones para aclarar dudas o hacer preguntas adicionales. Esta interfaz intuitiva y completa proporciona a los usuarios una experiencia de reserva de alojamiento personalizada y confiable [REF-09].



Empresa: Mango

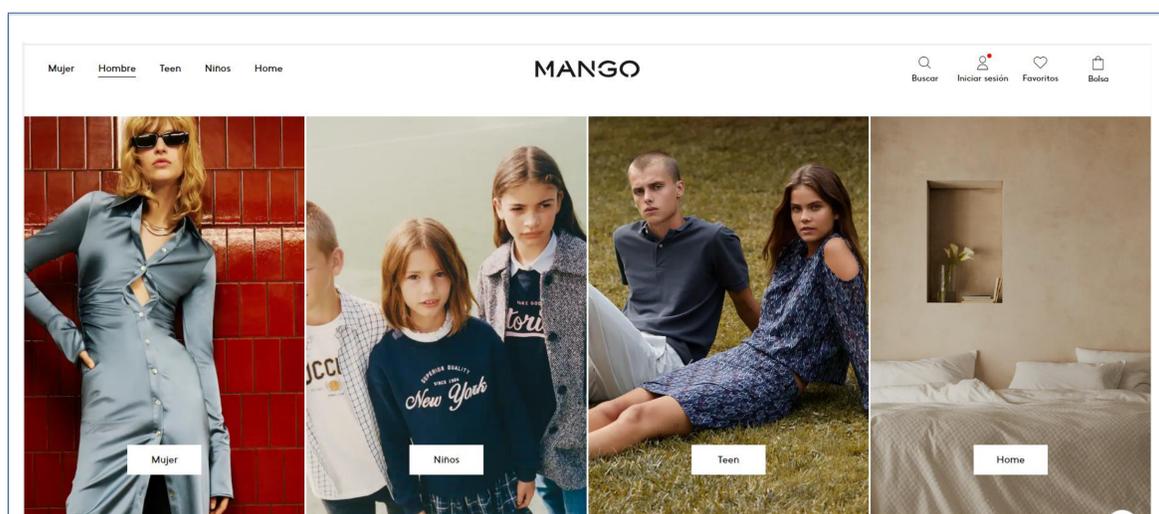
Sector: Textil

MANGO

Mango es una firma de moda internacional nacida en Barcelona, que ofrece una amplia gama de ropa, accesorios y calzado para hombres, mujeres y niños. Su sitio web y aplicación móvil están diseñados de manera intuitiva, lo que facilita la navegación y la compra artículos. Mango ofrece una amplia gama de funciones, como la visualización de productos, recomendaciones personalizadas, opciones de pago sencillas y un proceso de compra rápido. Dentro de las distintas funcionalidades, una de las que más destaca es la **notificación de disponibilidad**. Si un artículo que buscas no está disponible, la empresa te notificará cuando vuelva a estar en stock, lo que te permite estar al tanto y comprarlo cuando esté disponible nuevamente. Esto mejora la experiencia del cliente al asegurar que puedas obtener los productos deseados [REF-10].

La directora de E-Commerce de Mango enfatiza la **importancia de la personalización para mejorar la experiencia del usuario**. Cada cliente que visita el sitio web experimenta contenido adaptado a sus preferencias individuales, y las comunicaciones se ajustan según el cliente y el dispositivo utilizado.

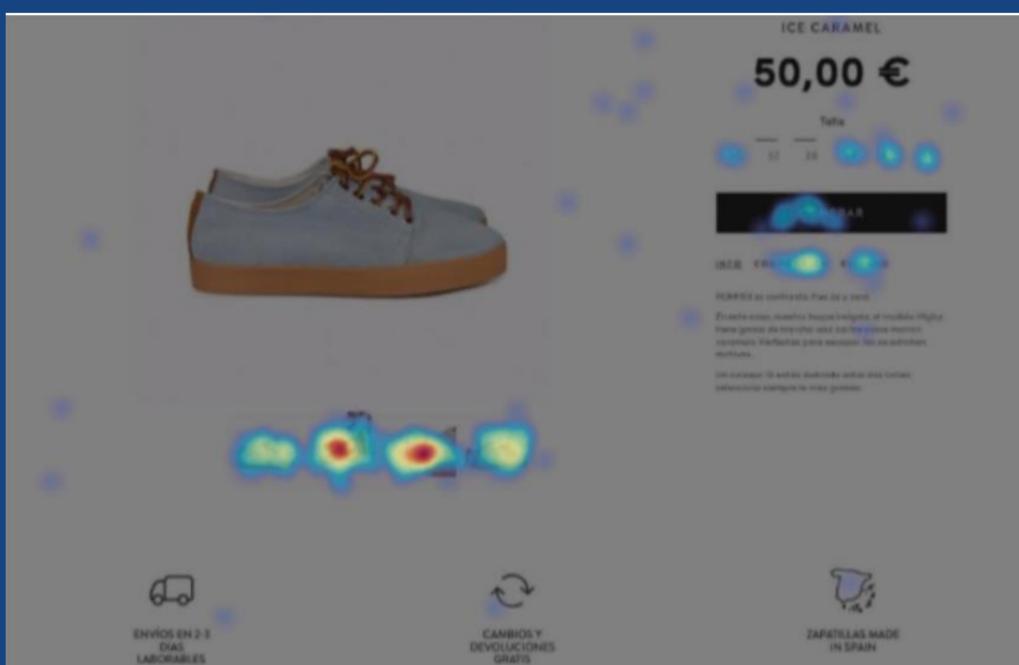
Esta estrategia personalizada es un elemento clave en el éxito de Mango al brindar a los clientes una experiencia altamente individualizada y atractiva [REF-11].



5. Midiendo el éxito: cómo medir y evaluar la experiencia de usuario

La medición y evaluación de la Experiencia de Usuario (UX) juega un papel crucial en el proceso de diseño y mejora de plataformas digitales. Esta fase permite a las empresas comprender cómo los usuarios interactúan con sus productos y cómo perciben su experiencia en general. A través de una cuidadosa recopilación y análisis de datos, las empresas pueden identificar áreas de éxito y oportunidades de mejora, lo que finalmente contribuye a la creación de experiencias más satisfactorias y efectivas. A continuación, se presentan una serie de recomendaciones que pueden ser de utilidad para las pymes para evaluar su propia experiencia de usuario [REF-12].

- **Recopilar los datos:** Para medir la experiencia de usuario de manera efectiva, es esencial contar con una variedad de fuentes de datos. Esto puede incluir datos cuantitativos, como **métricas de tiempo de carga**, la **tasa de rebote** (es el porcentaje de visitantes que abandonan una página web sin interactuar en ella, más allá de entrar), el **tiempo promedio en el sitio** y **tasas de conversión** (es el porcentaje de visitantes que realizan una compra en relación con el total de visitante). Además, los datos cualitativos, como comentarios de usuarios, sesiones de pruebas y encuestas, proporcionan una visión más profunda de la percepción y las necesidades de los usuarios.
- **Análisis de mapas de calor y flujo de usuario:** El análisis de mapas de calor ofrece una visualización de dónde los usuarios hacen clic y cómo interactúan con diferentes partes de la página. Esto permite **identificar patrones de comportamiento** y **áreas de interés**.



Fuente: The Valley Digital Business School

Fondo Europeo de Desarrollo Regional

"Una manera de hacer Europa"



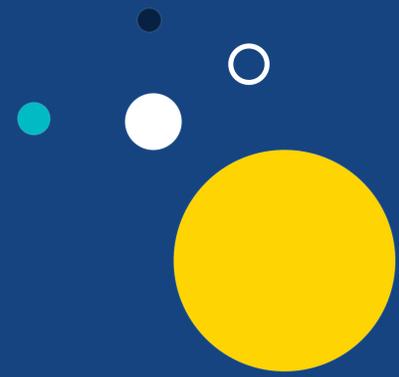
VICEPRESIDENCIA
PRIMERA DEL GOBIERNO
MINISTERIO
DE ASUNTOS ECONÓMICOS
Y TRANSFORMACIÓN DIGITAL

SECRETARÍA DE ESTADO
DE DIGITALIZACIÓN
E INTELIGENCIA ARTIFICIAL

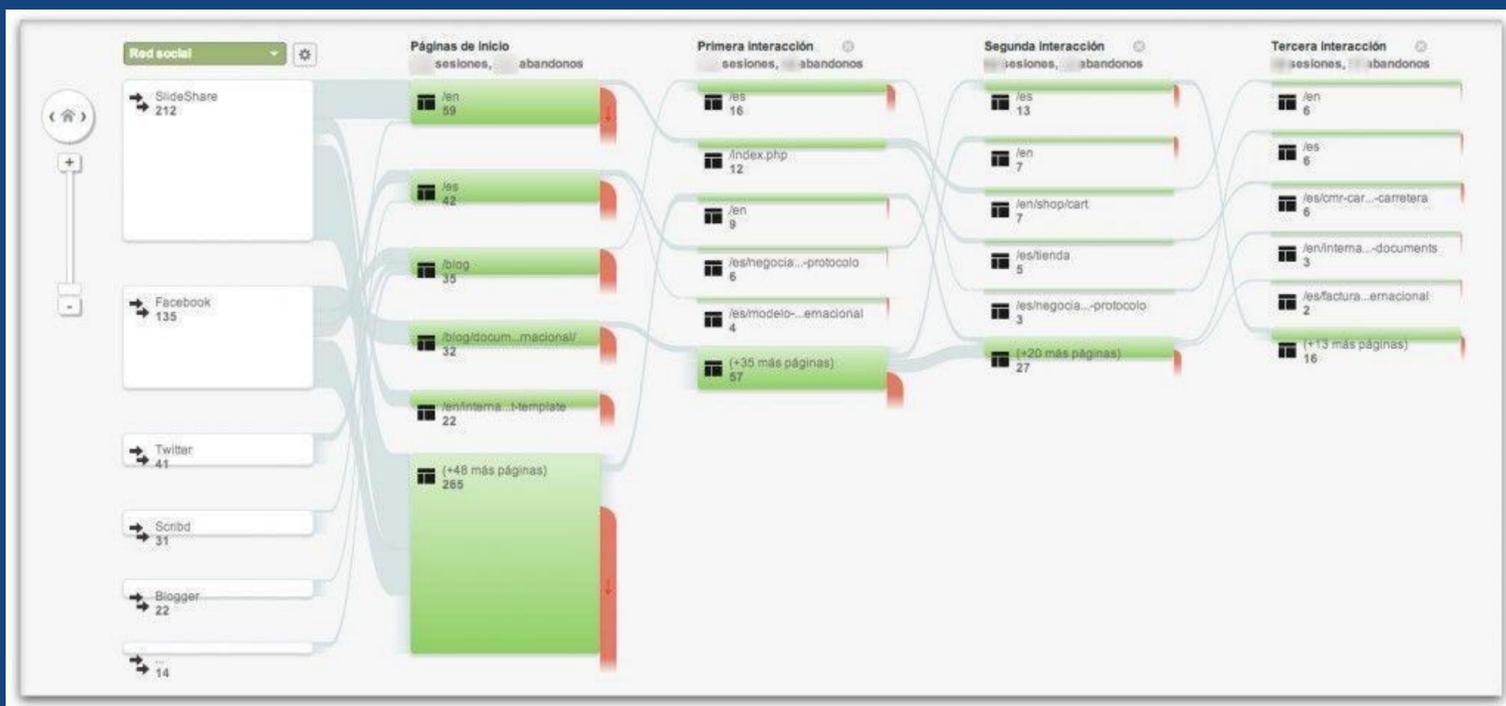
red.es



UNIÓN EUROPEA



Por otro lado, el análisis del flujo de usuario muestra cómo los usuarios navegan por el sitio, las rutas que siguen y dónde pueden abandonar el proceso. Estos análisis ayudan a comprender cómo los usuarios se mueven a través de la plataforma y qué áreas pueden necesitar optimización [REF-13].



Fuente: Bring.com

- **Iteración y mejora continua:** Una vez que se recopilan los datos y se realiza la evaluación, el siguiente paso es iterar y mejorar. Las empresas **deben identificar los puntos problemáticos y las oportunidades de mejora e implementar cambios en el diseño o la funcionalidad.** Tras ello, es crucial volver a medir la experiencia de usuario para determinar si las mejoras han tenido el impacto deseado.

En resumen, la medición y evaluación de la Experiencia de Usuario son fundamentales para diseñar y mantener plataformas digitales efectivas y satisfactorias. Al comprender cómo los usuarios interactúan con el producto y cómo perciben su experiencia, las empresas pueden tomar decisiones informadas para optimizar el diseño, mejorar la usabilidad y lograr una mayor satisfacción del usuario.

6. Herramientas para mejorar la experiencia de usuario

Mejorar la experiencia de usuario (UX) no siempre requiere una inversión significativa en herramientas de alto coste. Existen diversas soluciones de bajo coste que pueden marcar una diferencia significativa en la satisfacción de los usuarios y la eficacia de una plataforma digital. Aquí hay algunas **herramientas asequibles** que las pymes pueden considerar para mejorar la experiencia de usuario:



Google Analytics es una herramienta gratuita de análisis web que ofrece información valiosa sobre cómo los usuarios interactúan con tu sitio. Proporciona datos sobre el comportamiento del usuario, la navegación, el tiempo de permanencia y las tasas de conversión. Utilizar Google Analytics **permite identificar áreas problemáticas y patrones de uso**, lo que ayuda a tomar decisiones informadas para mejorar la experiencia de usuario.



hotjar

Hotjar [REF-14] es una herramienta de análisis de comportamiento del usuario que ofrece mapas de calor, grabaciones de sesiones y encuestas en línea. Estos mapas de calor muestran dónde hacen clic los usuarios y cómo se desplazan por la página, brindando una visión clara de las áreas más y menos visitadas. Las grabaciones de sesiones permiten ver cómo interactúan los usuarios con la plataforma, lo que ayuda a identificar las barreras o dificultades a las que se enfrentan los usuarios. Esta plataforma **ofrece un plan gratuito** y otros planes que **incluyen más funciones a partir de 30 euros al mes**.

Fondo Europeo de Desarrollo Regional

"Una manera de hacer Europa"

Lyssna

Lyssna [REF-15] ofrece pruebas de usabilidad gratuitas y feedback rápido de usuarios reales. Se puede someter **un diseño o prototipo** a pruebas y sirve para evaluar cómo los usuarios interactúan y comprenden la interfaz en segundos. Esto proporciona información valiosa sobre la primera impresión y ayuda a tomar decisiones de diseño más efectivas.



Canva [REF-16] es una herramienta de diseño gráfico fácil de usar que **permite crear gráficos**, imágenes y otros elementos visuales para **mejorar la estética de la plataforma**. Los diseños visuales coherentes y atractivos contribuyen a una mejor experiencia para los usuarios.



Google Forms

qualtrics^{XM}



Diversas **herramientas para recopilar datos cuantitativos** como Microsoft Forms [REF-17] , Google Forms [REF-18] , Qualtrics [REF-19] o SurveyMonkey [REF-20] . Estas herramientas sirven para crear encuestas y cuestionarios en línea. Se pueden **recopilar opiniones de usuarios para comprender sus necesidades y preferencias**. Las encuestas permiten recopilar comentarios directos de los usuarios, lo que puede ser útil para identificar áreas de mejora y ajustar el diseño en consecuencia.

Mejorar la experiencia de usuario no siempre requiere una inversión significativa. Con estas herramientas asequibles, las pymes pueden evaluar, analizar y optimizar la experiencia de usuario de sus plataformas digitales de manera efectiva, brindando a los usuarios una experiencia más satisfactoria y fortaleciendo su presencia en línea.

Fondo Europeo de Desarrollo Regional

"Una manera de hacer Europa"



VICEPRESIDENCIA
PRIMERA DEL GOBIERNO
MINISTERIO
DE ASUNTOS ECONÓMICOS
Y TRANSFORMACIÓN DIGITAL

SECRETARÍA DE ESTADO
DE DIGITALIZACIÓN
E INTELIGENCIA ARTIFICIAL

red.es



UNIÓN EUROPEA

7. Conclusiones

La experiencia de usuario es un **elemento esencial para diferenciarse y prosperar en el entorno digital**. A lo largo de este monográfico, se ha examinado cómo la optimización de la experiencia de usuario puede transformar la manera en que las pymes se relacionan con sus clientes en el espacio virtual. Desde los fundamentos que sustentan la experiencia de usuario, hasta las estrategias para su mejora y los diferentes casos de uso que pueden servir como ejemplos.

La importancia de la experiencia de usuario para las pymes no puede subestimarse. Los datos y estadísticas demuestran que **una experiencia de usuario bien diseñada conduce a la retención de usuarios, la conversión de clientes y una mayor satisfacción general**.

Se ha visto cómo una experiencia de usuario fluida y personalizada **no solo fideliza a los clientes existentes, sino que también atrae nuevos usuarios**, mejora la reputación de la marca y aumenta la competitividad. Se ha explicado cómo las pymes pueden investigar a fondo a su audiencia, implementar un diseño centrado en el usuario, **optimizar su plataforma para dispositivos móviles y seguir mejorando de manera constante** a través de la medición y evaluación. En un mundo marcado por la alta competencia la **experiencia de usuario se erige como un pilar fundamental para la innovación, la diferenciación y el éxito de las pymes en la era digital**.

Fondo Europeo de Desarrollo Regional

"Una manera de hacer Europa"



VICEPRESIDENCIA
PRIMERA DEL GOBIERNO
MINISTERIO
DE ASUNTOS ECONÓMICOS
Y TRANSFORMACIÓN DIGITAL

SECRETARÍA DE ESTADO
DE DIGITALIZACIÓN
E INTELIGENCIA ARTIFICIAL

red.es



UNIÓN EUROPEA

8. Referencias

[REF-01] – Sweor. 27 Eye-Opening Website Statistics: Is Your Website Costing You Clients? 6 de marzo de 2023 27 Eye-Opening Website Statistics [Updated for 2023] (sweor.com)

[REF-02] – Think with Google. Customer insights
<https://www.thinkwithgoogle.com/marketing-resources/data-measurement/mobile-page-speed-new-industry-benchmarks/>

[REF-03] – Sol González. Cyberclick. ¿Qué es la experiencia de usuario? 27 de abril de 2020 ¿Qué es la experiencia de usuario? <https://www.cyberclick.es/ques-es/author/sol-gonzalez>

[REF-04] – Torresburriel Estudio. ¿Qué es y por qué es importante en UX? 26 de enero de 2023 Arquitectura de la información, la importancia en UX | Torresburriel Estudio. <https://torresburriel.com/weblog/arquitectura-de-la-informacion-que-es-y-por-que-es-importante-en-ux/>

[REF-05] – Douglas Da Silva. Zendesk. 13 estrategias para mejorar la experiencia del cliente desde hoy. 1 de septiembre de 2023 estrategias para mejorar la experiencia del cliente desde hoy. <https://www.zendesk.com.mx/blog/mejorar-experiencia-usuario/>

[REF-06] – J. Moreno. UX: guía completa sobre la experiencia de usuario. 13 de abril de 2023. <https://blog.hubspot.es/website/experiencia-de-usuario-ux#mejorar>

[REF-07] – Corrales, J. A. Experiencia del usuario: la guía completa para complacer a tu audiencia digital en el 2020. Rock Content - ES.

[REF-08] – Domestika Cursos para creativos | Domestika.
<https://www.domestika.org/>

[REF-09] – Ronzo Salvador. Asiri. 10 características UX de la web de Airbnb. 10 características UX de la web de Airbnb | Asiri Marketing. <https://asiri.es/ux-de-la-web-de-airbnb/>

[REF-10] – Silvia Cubo. Neuro in Business. Mango, un ejemplo de UX en retail. Mango, un ejemplo de UX en retail | Neuro in Business. <https://www.neuroinbusiness.com/mango-un-ejemplo-de-ux-en-retail/>

[REF-11] – Revista InfoRetail. Mango, tecnología y datos para dialogar con el cliente. 20 de octubre de 2021 Mango, tecnología y datos para dialogar con el cliente. <https://www.revistainforetail.com/noticiadet/mango-tecnologia-y-datos-para-dialogar-con-el-cliente/70c90e3d0588a81f92b835c1f2183664>

[REF-12] – Laia Cardona. Cyberclick. User experience y métricas: cómo medir tu experiencia de usuario. 18 octubre de 2021 User experience y métricas: cómo medir tu experiencia de usuario. <https://www.cyberclick.es/numerical-blog/user-experience-y-metricas-como-medir-tu-experiencia-de-usuario>

[REF-13] – Digital Guide IONOS. Mapas de calor: analiza y visualiza el comportamiento de tus visitantes. 15 de agosto de 2019 Mapas de calor: ¿cómo controlar la usabilidad de tu web? – IONOS. <https://www.ionos.es/digitalguide/online-marketing/analisis-web/mapas-de-calor-como-controlar-la-usabilidad-de-tu-web/>

[REF-14] – Hotjar Hotjar: Heatmaps y Herramientas de Análisis de Comportamiento. <https://www.hotjar.com/>

[REF-15] – Lyssna. <https://www.lyssna.com/>

[REF-16] – Canva Canva: una Suite Visual para todo el mundo. <https://www.canva.com/>.

[REF-17] – Microsoft Forms. <https://forms.office.com/>

[REF-18] – Google Forms. <https://docs.google.com/forms/>.

[REF-19] – Qualtrics. <https://www.qualtrics.com/es/>.

[REF-20] – Survey Monkey Planes y precios de SurveyMonkey.
<https://es.surveymonkey.com/>.



Acelera *pyme*



UNIÓN EUROPEA