Publicado en 28046 el 11/07/2013

# [Liferay destaca 10 recomendaciones para mejorar la experiencia de usuario](http://www.notasdeprensa.es)

## La firma, primer suministrador mundial de portales web corporativos de código abierto, subraya la necesidad de investigar y analizar posibles escenarios de uso y las interacciones del usuario en el ciclo de vida de cualquier producto o servicio

 Madrid, 04 de julio de 2013 –  Cuando una organización diseña un producto o servicio, cuyo éxito depende del grado de aceptación de sus usuarios, debe ser consciente de que dicha aceptación se va a basar principalmente en emociones, en aspectos perceptivos y fundamentalmente afectivos, que el usuario experimentará al hacer uso de ellos. La “Experiencia de Usuario” (UX) estudia estos aspectos, involucrando a los usuarios en todas las etapas del proceso de creación y evolución del producto. El objetivo que se persigue no es sólo crear emociones. Se trata más bien de generar una conversación con el usuario, conducirle, aconsejarle, e influirle positivamente en su decisión de compra, para que elija finalmente nuestro producto o se decida a utilizar nuestros servicios. “UX analiza los comportamientos más esenciales asociados a un usuario (interacciones y sensaciones obtenidas), estudiando lo que el usuario hace, las respuestas y estímulos que el sistema genera en el usuario, y las sensaciones que éste experimenta, como resultado de esas interacciones.” explica Juan Hidalgo, Diseñador de Experiencia de Usuario de Liferay. “Con esa información es posible definir estrategias que impacten positivamente en el usuario y hagan aumentar su confianza hacia nuestros productos” Aunque no existen fórmulas mágicas para convertir un producto inmanejable en una experiencia inolvidable, sí que existen algunas recomendaciones que hay que seguir y aplicar, si queremos mejorar notablemente la UX en nuestros proyectos: Describe bien tu producto. Además de entender perfectamente las funcionalidades de nuestro producto o servicio, debemos conocer también qué ofrecen otros similares, nuestra competencia. Esta información es muy importante, a la hora de analizar los resultados de nuestras investigaciones y para comprender de forma más exacta cuáles son las expectativas de nuestros usuarios.