



Ana Quero de la Rosa

Website task



(Nombre
pasteleria)





Índice

1 Especificación de requisitos

1.1 Descripción del proyecto

1.2 Descripción de la empresa

1.3 Requisitos del cliente

 1.3.1 Objetivos de la empresa

 1.3.2 Requisitos de la empresa

1.4 Personas

1.5 Análisis del competidor

 1.5.1 San Juan

 1.5.2 Bioartesa

2 Planificación

2.1 Planificación

2.2 Presupuesto

3 Diseño

3.1 Boceto

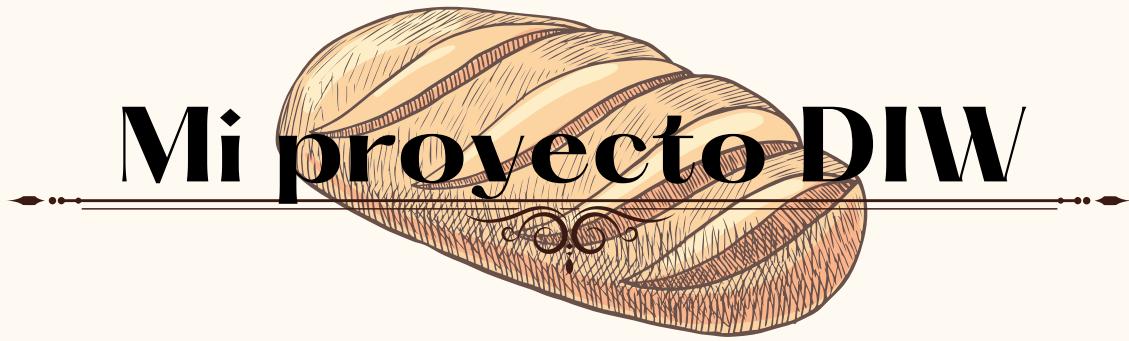
3.2 Esquemas visuales

3.3 Paleta de colores

3.4 Tipografía

3.5 Menú y mapa de navegación

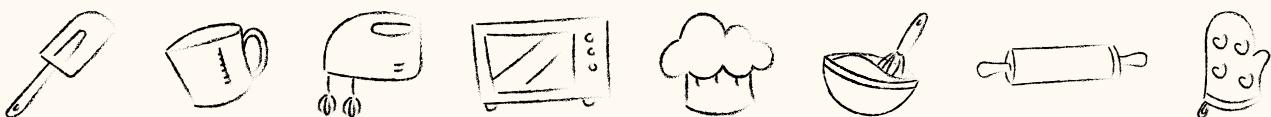




1. Descripción del proyecto

Este proyecto consistirá en el diseño y creación de una página web dedicada a la repostería artesanal, dirigida a clientes de toda la península.

El objetivo es crear una presencia en línea que no solo represente la calidad artesanal del producto, sino que también atraiga y convierta visitantes en clientes.



2. Descripción de la empresa

La empresa es una pequeña tienda artesanal especializada en la elaboración de pasteles y otros dulces, reconocida por su calidad y autenticidad. Aunque empezó como un pequeño negocio local, su rápido crecimiento ha atraído a clientes de todas partes de España. Estos clientes, encantados con los productos artesanales que ofrece esta empresa, han solicitado una mayor accesibilidad para poder disfrutar de ellos desde cualquier lugar de nuestra península.

Con el fin de satisfacer esta creciente demanda, la empresa se ha propuesto innovar y ofrecer un servicio de distribución que permita a los clientes realizar pedidos y recibir sus dulces favoritos en la ubicación que sea. Para ello, es fundamental desarrollar una página web que muestre dicha variedad de productos y facilite los encargos con necesidad tan solo de un clic.



3. Requisitos del cliente

Ante la creciente demanda de productos, los clientes han solicitado una página web que les permita realizar pedidos de manera cómoda, sin la necesidad de desplazarse al pequeño pueblo donde está ubicada la empresa. Además, un segmento importante de consumidores con estilos de vida más saludables ha expresado interés en una sección dedicada a productos bajos en calorías.

Asimismo, en la última semana, varios clientes han mostrado interés en conocer el origen de los ingredientes naturales, artesanales y libres de crueldad animal utilizados en la elaboración de los productos. Por ello, sería ideal incluir información sobre la procedencia de estos ingredientes, para aquellos que deseen adquirirlos de manera independiente.

3.1. Objetivos de la empresa

- Ampliar las ventas de sus productos a toda la península ibérica.
- Incrementar el reconocimiento de la marca en otras regiones de España.
- Facilitar el proceso de compra para hacer más accesibles sus dulces a todos los clientes.

3.2. Requisitos de la empresa

- Incorporar una sección de productos bajos en calorías.
- Incluir detalles sobre el origen de los ingredientes orgánicos, veganos y de origen natural utilizados.
- Implementar un diseño de la página que refleje la artesanía y calidad de los productos, destacando imágenes de alta calidad que resalten la autenticidad.





4. Personas

Las "Personas" son personajes ficticios que representan tipos de usuarios que podrían utilizar este sitio web. Ayudan a los diseñadores a comprender las necesidades de los usuarios, ayudan a empatizar con ellos y los diseños se adaptan mejor a resolver problemas reales.



Carmen García Palomares

Género:	Edad:
Femenino	55
Estado Civil:	Nivel de estudios:
Casada	Educación superior

¿Dónde trabaja o estudia?

Profesora de primaria en un colegio de su ciudad.

¿Cuáles son los principales problemas o desafíos de la persona?

La dificultad de encontrar productos auténticos en su zona.
Le cuesta desplazarse hasta tiendas especializadas.

Ocupación profesional

Profesora de primaria

¿Cuáles son los principales objetivos de la persona?

Encontrar productos que le ofrezcan ese sabor auténtico y artesanal, sin tener que invertir mucho tiempo en hacerlos ella misma.

¿Cuáles son los medios de comunicación que usa regularmente?

Prefiere ver televisión y escuchar la radio local, aunque también usa Facebook para estar en contacto con amigos y grupos de cocina.

¿Cómo mi empresa o producto puede ayudar a la persona?

Ofreciendo productos artesanales de alta calidad que puede pedir en línea y recibir directamente en su hogar.



Manuel Torres Jiménez

Género:	Edad:
Masculino	35
Estado Civil:	Nivel de estudios:
Soltero	Educación superior

¿Dónde trabaja o estudia?

Consultor de marketing digital en una agencia.

¿Cuáles son los principales problemas o desafíos de la persona?

Encontrar dulces que no le hagan sentir culpable por su alto contenido en calorías o ingredientes no saludables.

Ocupación profesional

Consultor de marketing digital

¿Cuáles son los principales objetivos de la persona?

Mantenerse en forma sin renunciar a pequeños placeres, como un dulce saludable de vez en cuando.

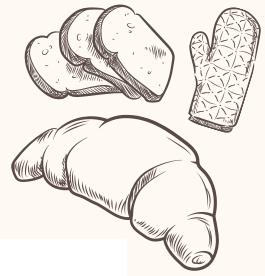
¿Cuáles son los medios de comunicación que usa regularmente?

Utiliza Instagram y YouTube para seguir cuentas de fitness y nutrición. También consulta blogs y aplicaciones de estilo de vida saludable.

¿Cómo mi empresa o producto puede ayudar a la persona?

Ofreciendo una variedad de dulces bajos en calorías, veganos y con ingredientes naturales, alineados con su estilo de vida.





Sofía Quesada López

Género:	Edad:
Femenino	28
Estado Civil:	Nivel de estudios:
Soltera	Educación superior

¿Dónde trabaja o estudia?

Diseñadora gráfica freelance, trabaja desde casa

Ocupación profesional

Diseñadora gráfica

¿Cuáles son los medios de comunicación que usa regularmente?

Usa Instagram y TikTok para seguir cuentas de activismo y sostenibilidad. También lee blogs y artículos sobre consumo ético

¿Cuáles son los principales problemas o desafíos de la persona?

La falta de transparencia de muchas marcas y la dificultad de encontrar productos que sean realmente cruelty-free y orgánicos

¿Cuáles son los principales objetivos de la persona?

Consumir productos que respeten sus valores de sostenibilidad y bienestar animal, sin sacrificar la calidad

¿Cómo mi empresa o producto puede ayudar a la persona?

Proporcionando productos elaborados con ingredientes cruelty-free, orgánicos y de origen responsable, con información clara sobre su procedencia



Antonio Gómez Segura

Género:	Edad:
Masculino	25
Estado Civil:	Nivel de estudios:
Soltero	Educación superior

¿Dónde trabaja o estudia?

Community Manager en una empresa de tecnología.

Ocupación profesional

Community Manager

¿Cuáles son los medios de comunicación que usa regularmente?

Utiliza principalmente Instagram y Twitter para seguir las últimas tendencias, y TikTok para entretenimiento. También usa aplicaciones de entrega de alimentos.

¿Cuáles son los principales problemas o desafíos de la persona?

Odia los procesos de compra lentos o complicados y siempre busca opciones que ofrezcan rapidez y comodidad.

¿Cuáles son los principales objetivos de la persona?

Hacer sus compras de manera rápida y eficiente, sin complicaciones, y descubrir nuevos productos que pueda pedir fácilmente en línea.

¿Cómo mi empresa o producto puede ayudar a la persona?

Proporcionando una web intuitiva y ágil, donde pueda descubrir productos nuevos y pedirlos con facilidad, con un proceso de entrega rápido.

5. Análisis del competidor

El análisis de la competencia consistirá en evaluar a los competidores directos e identificamos sus fortalezas y debilidades para buscar lo que pueda hacernos destacar.



• San Juan

Como bien vemos de San Juan, es importante que la página sea clara en cuanto a su propósito, utilizando frases llamativas relacionadas con el sector. Añade secciones bien definidas, esto podría sernos de ayuda para visualizar los productos veganos, libres de crueldad animal y bajos en calorías. Además, San Juan incluye una sección donde hace alusión a la procedencia de sus productos, resulta conveniente incluir una sección así que detalle el origen de los productos camperos de los que se dispone en la tienda.



• Bioartesa

Bioartesa ofrece categorías que permiten filtrar los productos por tipo e ingredientes, lo que facilita la búsqueda de opciones veganas, bajas en calorías y proporciona detalles sobre los ingredientes y su origen, algo muy útil para los clientes. Sin embargo, es recomendable evitar mostrar fotos de productos en bolsas o empaquetados, ya que esto puede dar una impresión negativa acerca de la calidad artesanal de los productos.

The screenshot shows the 'NUESTRAS CATEGORÍAS' (Our Categories) section of the Bioartesa website. At the top, there is a navigation bar with links to 'BIOARTESA', 'TIENDA', 'ECOLÓGICOS', 'EMPRESA', 'BLOG', 'CONTACTO', a shopping cart icon, a phone number '+34 958 744 113', and a search icon. Below the navigation is a grid of category icons and names:

Aceite	Bebidas	Café	Cereales	Chocolates
Conservas y encurtidos	Deshidratados	Edulcorantes	Especias	Frutos secos
Harinas	Legumbres	Ofertas	Panadería y repostería	Pastas
Sales	Semillas	Superalimentos	Tés	

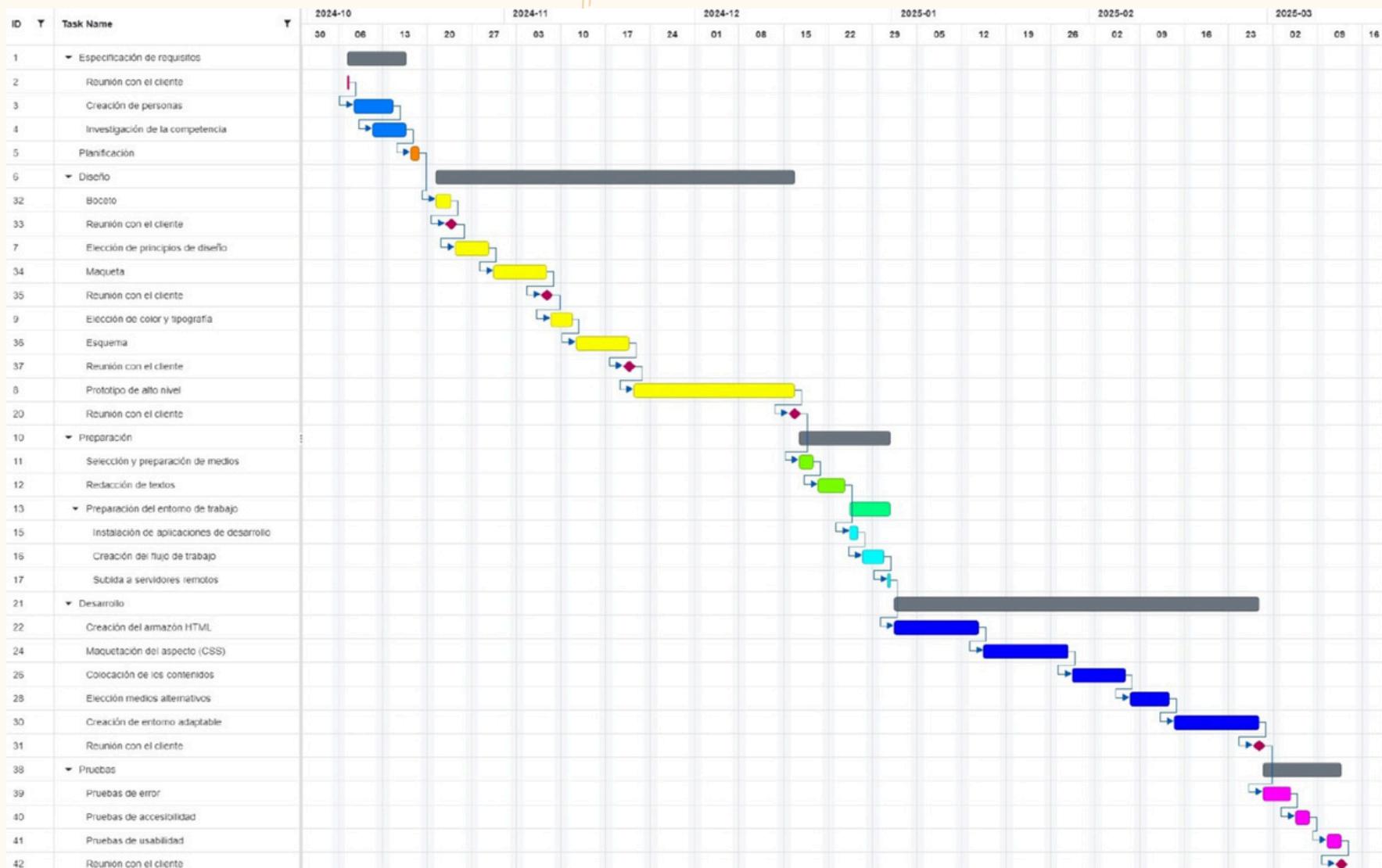
The screenshot shows a grid of four product items from the Bioartesa store:

BIZCOCHO DE ESPELTA CON NARANJA CONFITADA SIN LACTOSA BIO - 340GR 4,87€ Añadir al carrito	GALLETA DE ARROZ CON COCO Y BAOBAB BIO - 135GR 4,05€ Añadir al carrito	MAGDALENAS DE ESPESITA INTEGRALES BIO 4,77€ Añadir al carrito	GALLETAS ANDINAS DE MACA Y QUINOA BIO - 1KG 17,91€ Añadir al carrito
---	--	---	--





6. Planificación



Un diagrama de Gantt permite especificar qué tareas se necesitan para tener éxito en un proyecto, cuánto tiempo lleva terminarlas y sus dependencias.

La calidad de la imagen no ha sido la idónea debido a que el programa no dejaba descargarlo bien y he tenido que editar la imagen.

7. Presupuesto

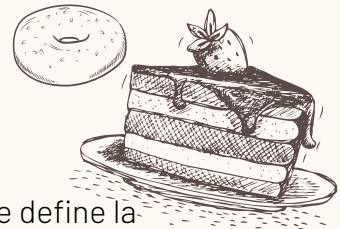
Fases	Duración(días)	Coste (€)
Especificación de requisitos	8	960€
Planificación	2	240€
Diseño	41	4.920€
Preparación	11	1.320€
Desarrollo	42	5.040€
Pruebas	9	1.080€
TOTAL	<u>113 días</u>	<u>13.560€</u>

La estimación del coste diario es de 120 €. Esta tabla ofrece al cliente una visión clara y detallada del coste asociado a cada fase del proyecto, permitiendo comprender no solo la estructura y duración de las etapas, junto con la planificación, sino también el desglose económico de cada una. De esta forma, se facilita la evaluación del progreso y la inversión requerida en cada fase, garantizando una mayor transparencia en la planificación y ejecución del proyecto.

En cuanto al mantenimiento de la página web, como he mencionado anteriormente, estimará una suma de 120€ por día en que se desarrolle el mantenimiento, o bien, si el cliente lo prefiere de esta manera, supondrá un total de 1.200€ al mes por 10 horas mensuales.



8. Boceto



El boceto de esta página web es una representación visual preliminar que define la estructura y distribución de sus elementos principales. En este diseño inicial, se busca establecer cómo se organizarán los componentes en distintas versiones: ordenador, tableta y teléfono móvil.

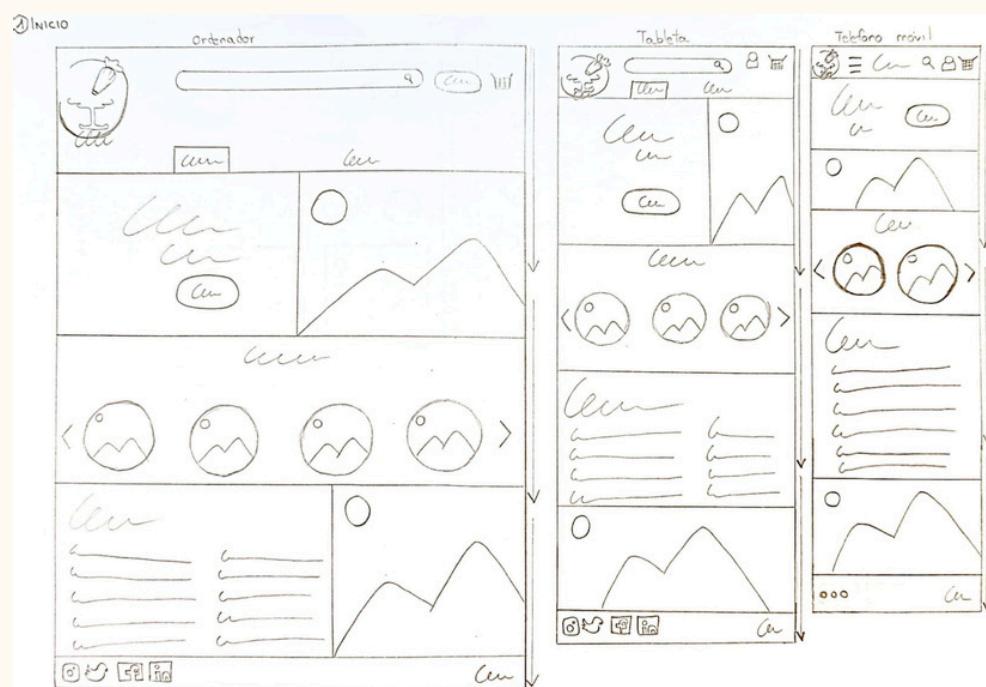
8.1. Inicio

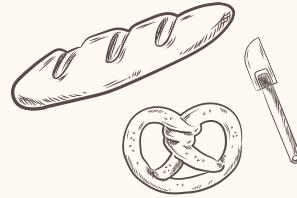
La siguiente imagen muestra el diseño de la página de inicio para ordenador, tableta y teléfono. En la parte superior se incluyen el logotipo, barra de búsqueda, botón de registro, cesta de la compra y dos botones de navegación, uno para la página de inicio y otro para la tienda, destacando cuál está activo.

Al explorar la página, primero aparece una sección "Sobre nosotros", con un botón para acceder a más información sobre la historia del cliente. Luego, una sección destaca lo más innovador o popular de la empresa.

También se menciona la procedencia de los ingredientes, con una referencia a las granjas de alta calidad que los proveen.

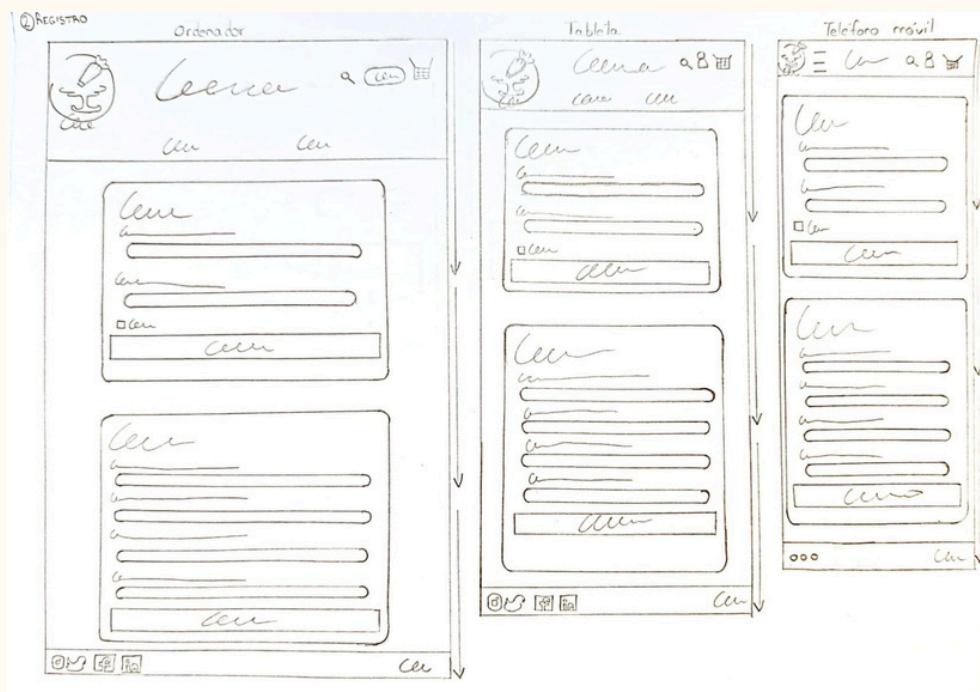
El pie de página incluye las redes sociales a la izquierda y los datos de contacto a la derecha. En el modelo móvil los iconos de las redes sociales tienen un desplegable.





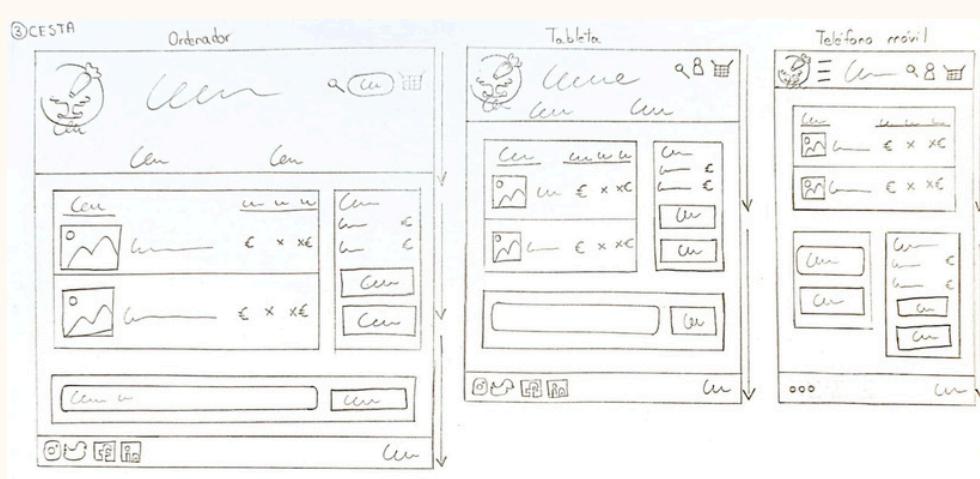
8.2. Registro

En la página de registro se presentan dos opciones. La primera es para iniciar sesión, donde puedes ingresar tu usuario y contraseña, con la opción adicional de recordar tus datos para futuros accesos. La segunda opción es para registrarse, donde es necesario proporcionar tu nombre, correo electrónico, una contraseña y confirmarla para completar el proceso de registro.



8.3. Cesta de la compra

En la cesta de la compra se muestran los productos añadidos, junto con el precio, la cantidad y el total de cada uno. También incluye una opción para aplicar cupones de descuento. En la versión para ordenador y tableta, la factura total con los cupones aplicados aparece en la parte derecha, mientras que en la versión para teléfono se encuentra en la parte inferior junto a la opción para añadir cupones.

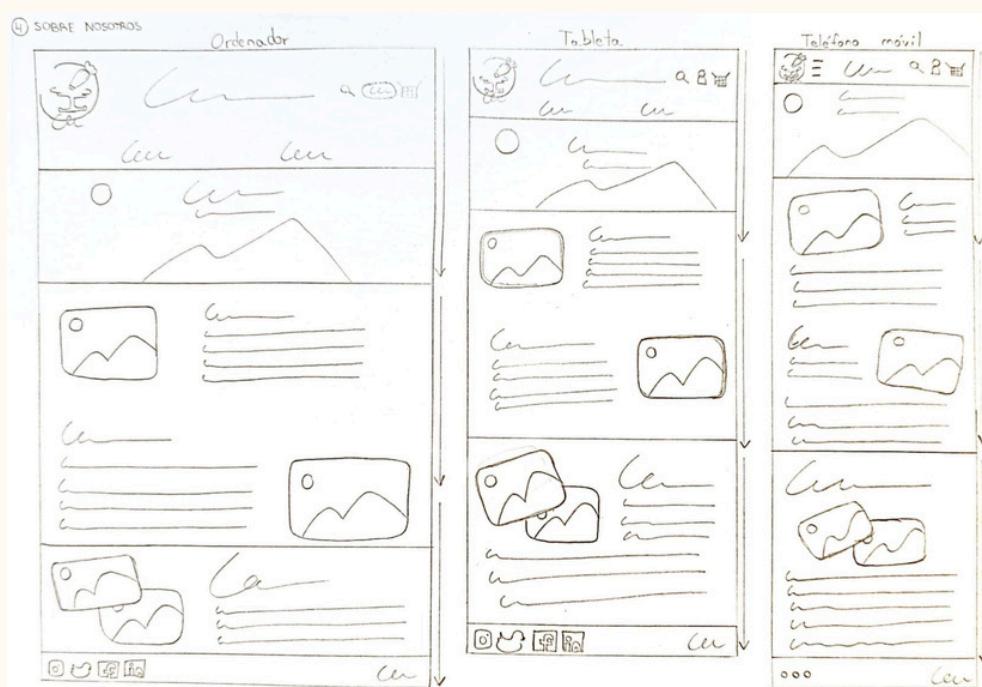


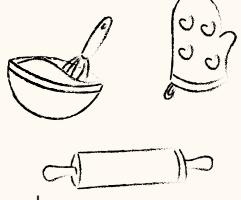


8.4. Sobre nosotros

La sección "Sobre nosotros" detalla la historia de la pastelería, sus orígenes, filosofía y valores, así como su evolución a lo largo del tiempo. También explica las razones detrás de la creación de la página web, destacando la creciente demanda y el deseo de ofrecer una experiencia de compra más accesible.

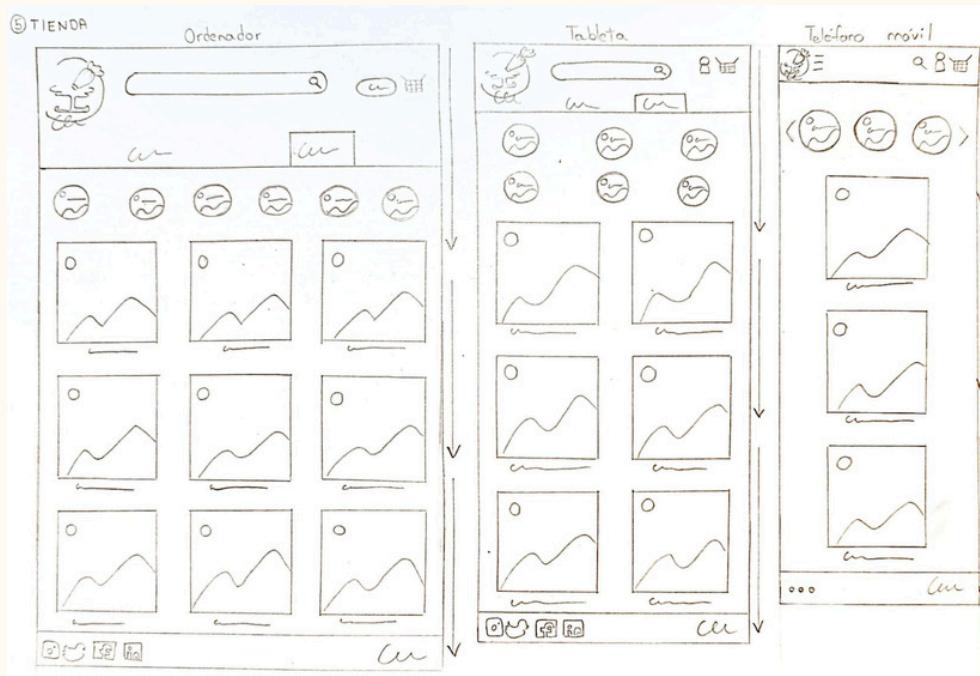
Al final de esta sección, se menciona la granja de confianza que provee los ingredientes naturales y ecológicos utilizados en la elaboración de sus productos. Además, se destacan los productos veganos y bajos en calorías, resaltando el compromiso con la calidad y la diversidad en la oferta.





8.5. Tienda

En la sección de tienda, la disposición de los productos se adapta según el dispositivo utilizado: en ordenadores, se presentan más productos por fila, mientras que en tabletas y móviles se opta por un formato más compacto, garantizando así una visualización clara y ordenada. Las imágenes circulares destacan productos especiales, facilitando la búsqueda de opciones como los veganos, bajos en azúcar o de chocolate, en la sección teléfono estos iconos son deslizables para que puedas ver todos ellos. Cada producto incluye su imagen correspondiente y un espacio designado para detalles adicionales, como el precio y una breve descripción.



9. Esquemas Visuales

A continuación, se presentan los esquemas visuales del diseño de la web en sus versiones para ordenador, tableta y teléfono móvil.

El encabezado y el pie de página serán elementos constantes en toda la web. El encabezado incluye el logotipo, una barra de búsqueda, un botón para acceder a la página de registro, el ícono de la cesta que enlaza directamente a esta, y dos botones de navegación para la página de inicio y la tienda. En la versión móvil, estos botones estarán dentro de un menú desplegable para optimizar el espacio.

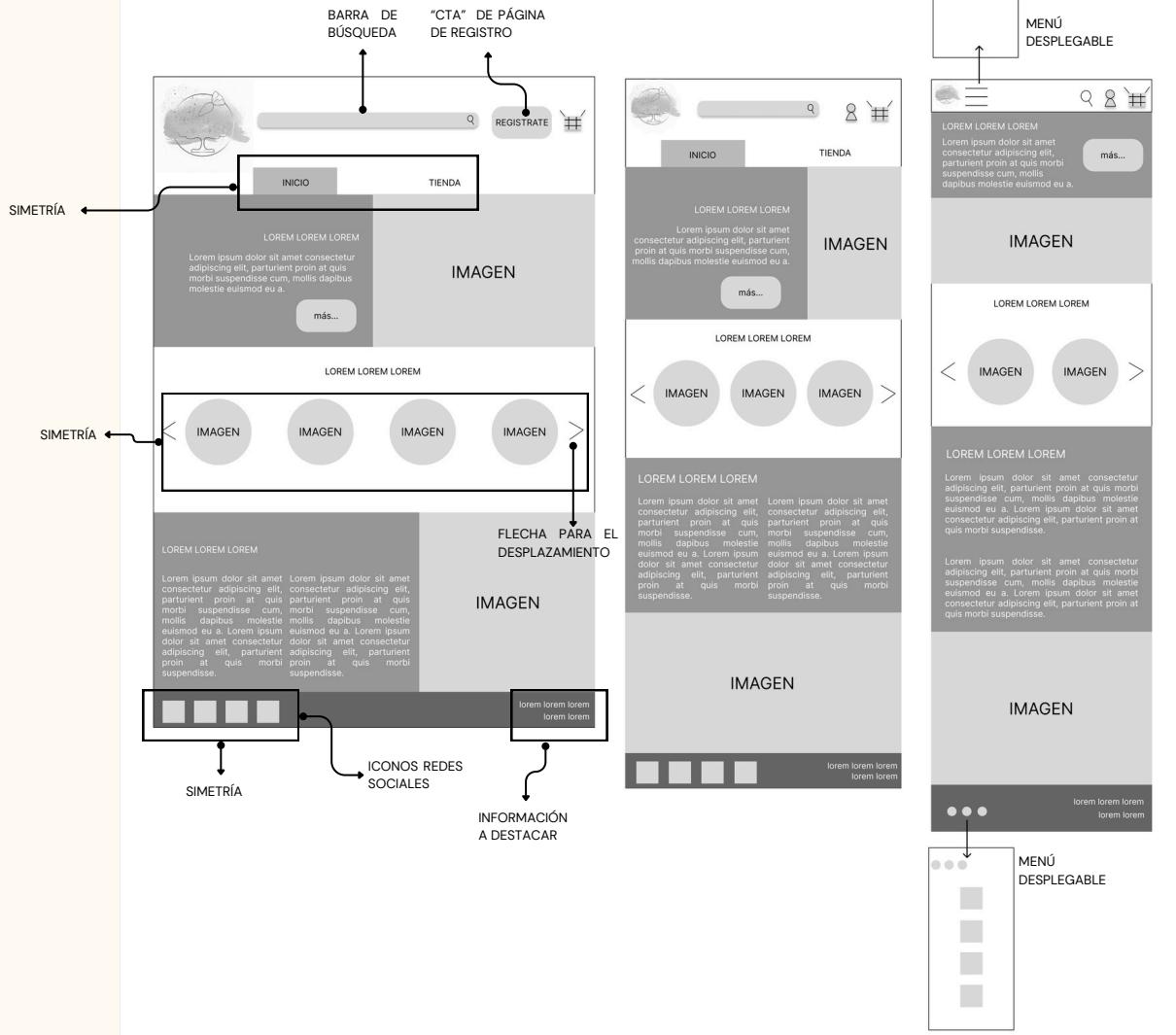
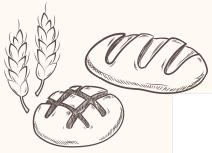
En el pie de página se ofrece información básica sobre la tienda, como datos de contacto y enlaces a redes sociales. En la versión móvil, las redes sociales estarán también en un menú desplegable para facilitar el acceso sin sobrecargar la pantalla.

9.1. Página de inicio

Este diseño sigue los principios de simplicidad, accesibilidad y coherencia visual. El objetivo es ofrecer una experiencia de usuario intuitiva en diferentes dispositivos, asegurando que el contenido sea fácilmente accesible tanto en ordenador, tableta como en móvil. Además, la disposición modular ayuda a mantener un orden visual claro, permitiendo que el usuario encuentre información clave rápidamente.

- Simplicidad y claridad: (Iconos y botones de navegación). Los iconos de usuario, carrito y el menú desplegable (en la versión móvil) simplifican la interacción, permitiendo al usuario reconocer rápidamente las funciones principales sin sobrecargar la pantalla. El diseño limpio y sin distracciones ayuda al usuario a concentrarse en los productos y en la funcionalidad principal de la tienda.
- Accesibilidad: (Distribución adaptativa por dispositivo). La página se adapta para ordenador, tableta y móvil, reorganizando elementos clave como la barra de navegación y la disposición de los productos. En móvil, el menú es desplegable para optimizar el espacio y mejorar la usabilidad en pantallas más pequeñas.
- Funcionalidad: La disposición del carrito ofrece al usuario acceso directo a una función práctica, como puede ser el revisar el contenido de la cesta.
- Contraste: Los elementos importantes se diferencian del resto, lo que hace llamar la atención del usuario. En esta página se representa con elementos destacados como la barra de búsqueda o el botón de registro, en el texto e iconos de opciones como el carrito y el menú para que sean más fáciles de localizar y con áreas de contenido que hace que el usuario identifique rápidamente las diferentes áreas de la página y las lea visualmente mejor.
- Simetría: Los botones de navegación están posicionados de forma perfectamente simétrica, lo que capta la atención de los usuarios de manera natural. Esta disposición hace que la navegación sea intuitiva y agradable.

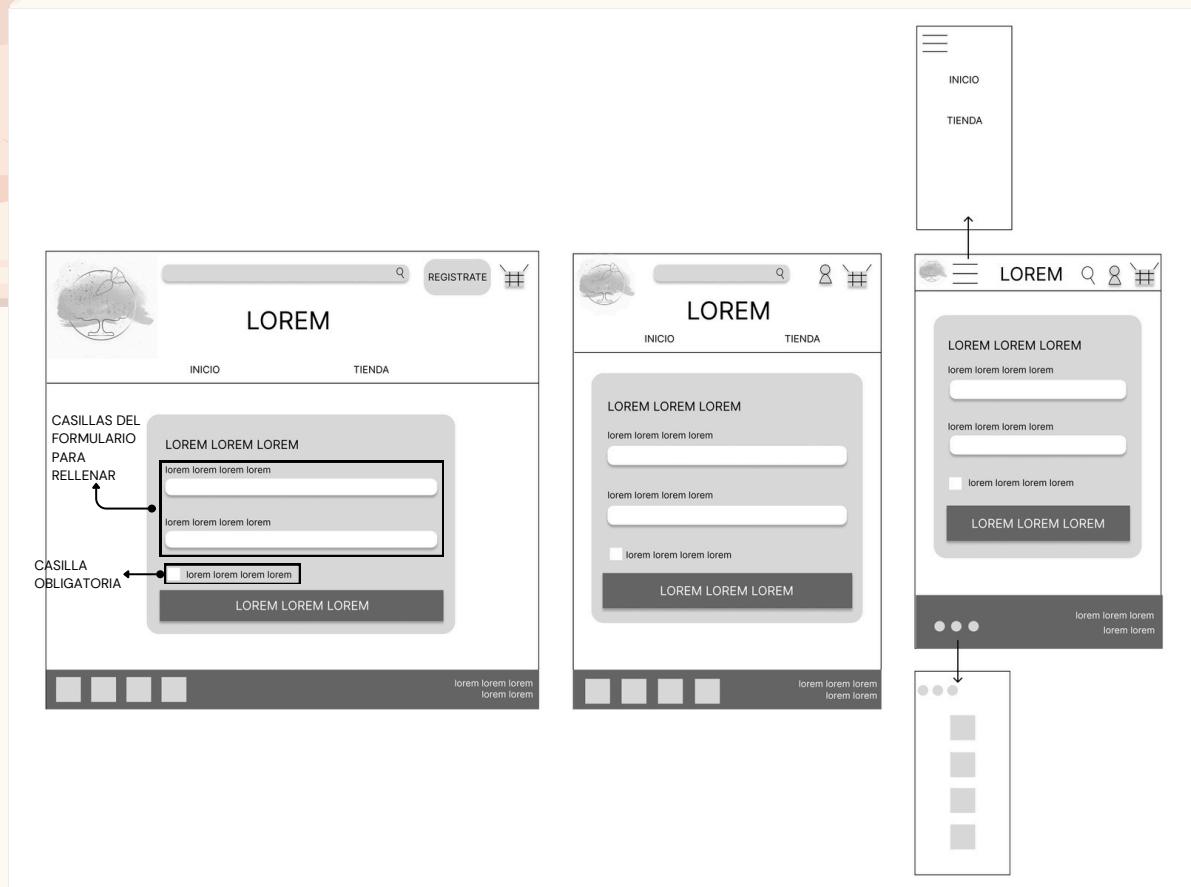




9.2. Página de registro

Esta página de registro busca ofrecer una experiencia simple y directa, permitiendo al usuario registrarse de forma rápida y clara. La estructura sigue una organización vertical que facilita la lectura y el ingreso de datos en dispositivos de diferentes tamaños: ordenador, tableta y móvil. Se pondrá tan solo un formulario que pisa correo y contraseña, si el usuario no está registrado, se registrará con esos datos preguntando antes si desea continuar con el registro. Algunos de los principios de diseño que podemos encontrar en esta página son:

- **Consistencia:** Los campos de entrada y el botón de registro tienen un diseño uniforme en todos los dispositivos, generando familiaridad y fluidez en la navegación.
- **Región común:** Los elementos se perciben en grupo, compartiendo un área claramente definida. La estructura del formulario se organiza en bloques que agrupan los elementos relacionados, como los campos de texto y el botón de envío, lo cual facilita la comprensión y navegabilidad del formulario.

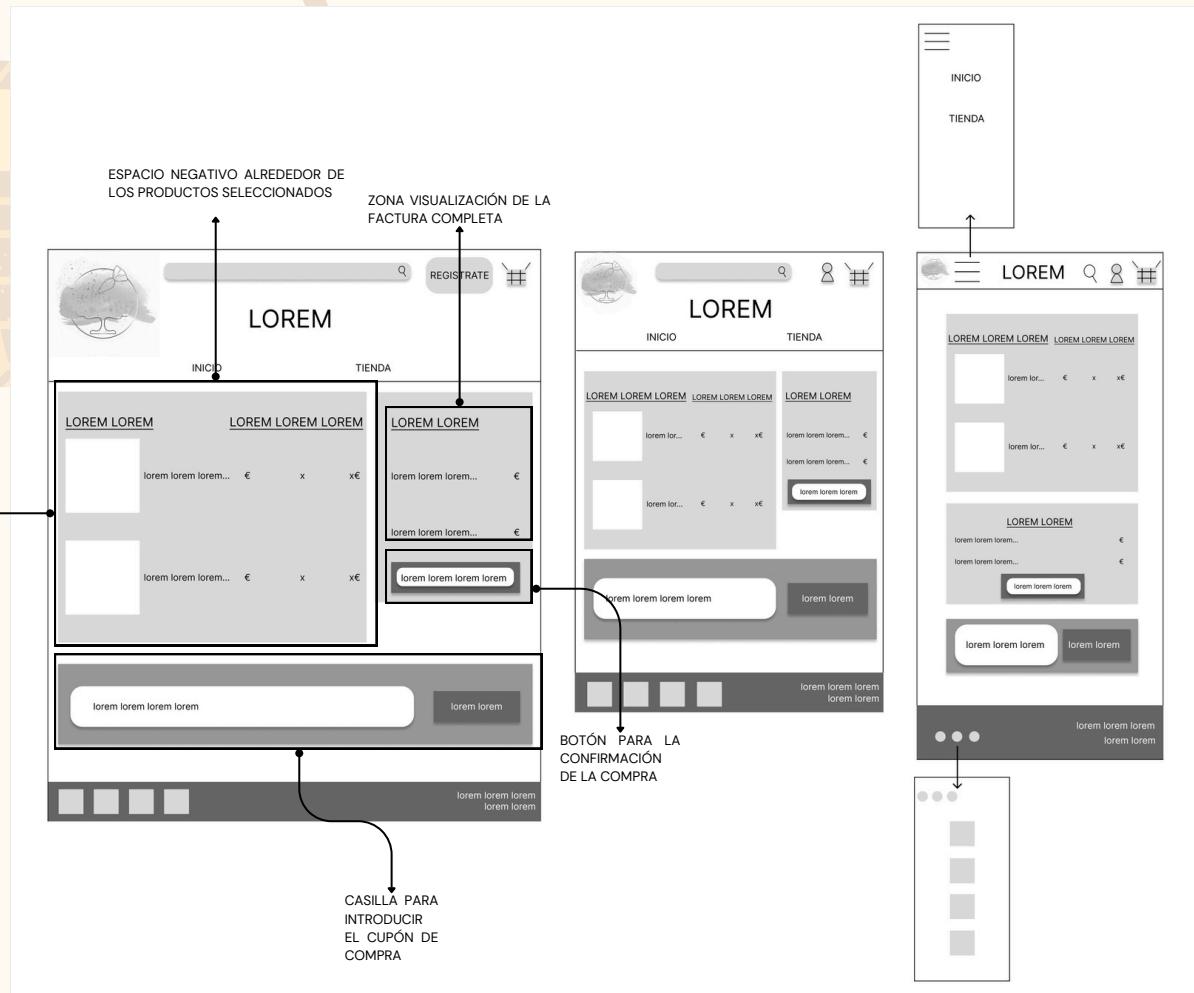


9.3. Página de cesta

La página de carrito de compra está diseñada para que el usuario revise los productos seleccionados antes de proceder a la compra. El diseño se adapta a diferentes dispositivos, ordenador, tableta y móvil, manteniendo una experiencia coherente para el usuario. Además el usuario dispone de una opción para añadir cupones descuento y visualizar su factura final con el cupón ya añadido, descuentos de la propia página web, etc. Los principios de diseño que se pueden observar son:

- Espacio negativo: En esta página se utiliza espacio en blanco alrededor de los productos y precios, evitando sobrecargar al usuario visualmente y permitiendo que se centre en cada producto individualmente.
- Región común: Los productos añadidos al carrito están organizados en un mismo bloque, lo que facilita al usuario visualizar y distinguir los productos en un solo vistazo.
- Jerarquía: La página utiliza tamaños de fuente y posiciones estratégicas para guiar la atención del usuario hacia los elementos más importantes, como el total de la compra o los botones de acción. Esto ayuda a que el usuario identifique rápidamente las áreas clave de la página, facilitando la toma de decisiones y mejorando la experiencia de navegación.
- Compatibilidad móvil: En la vista móvil, el menú desplegable se utiliza para el acceso rápido, optimizando el espacio en pantalla y mejorando la navegación.

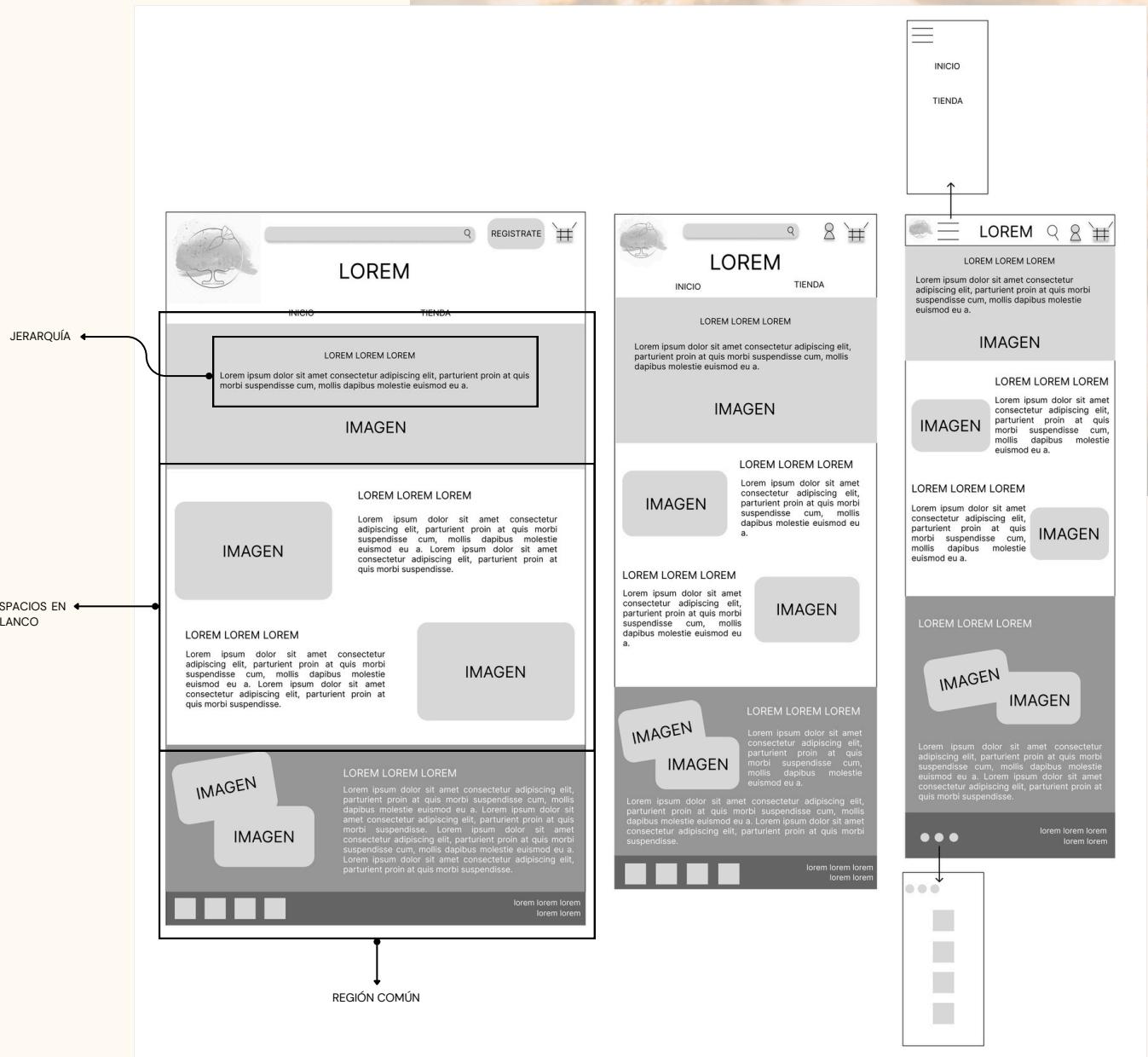




9.4. Página sobre nosotros

La siguiente imagen representa la página "Sobre nosotros", diseñada para cada tipo de dispositivo. En esta se cuenta un poco sobre la historia de nuestro cliente. Además se hace referencia al sitio de procedencia de donde son los productos ecológicos, naturales y de mayor calidad de este. Los principales principios de diseño que se usan son:

- Espacio en blanco: Las secciones cuentan con un espacio adecuado entre ellas, permitiendo que el usuario enfoque su atención en cada bloque de información sin distracciones y evitando una apariencia sobrecargada.
- Jerarquía visual: Los elementos más importantes, como el texto introductorio sobre la empresa y las imágenes destacadas, se posicionan de manera prominente para captar la atención y comunicar rápidamente la esencia de la página "Sobre Nosotros".
- Región Común: Los elementos relacionados están agrupados en áreas específicas, facilitando que el usuario identifique la información de forma clara y organizada.



9.5. Página tienda

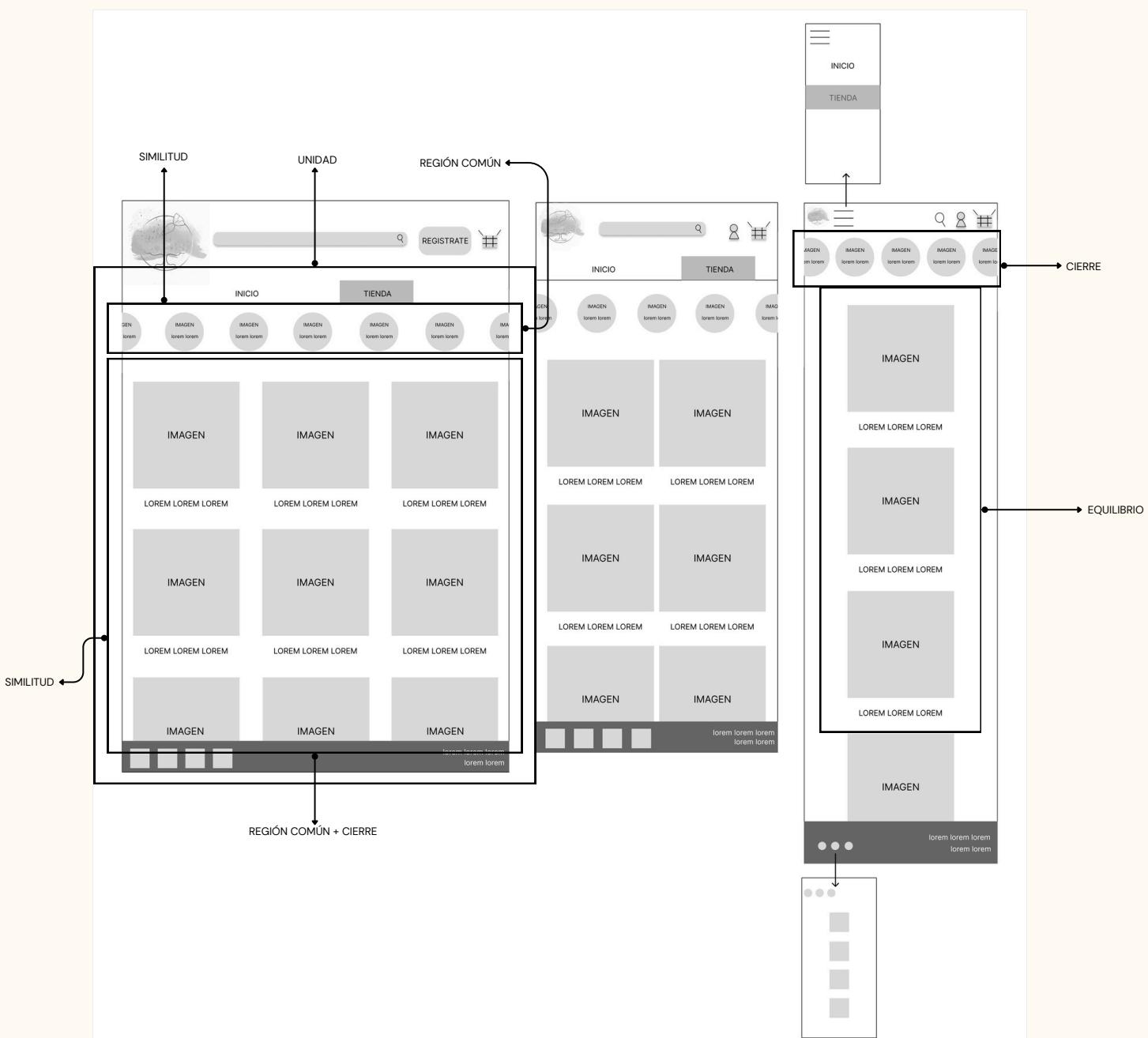
El diseño de la página “Tienda” logra una experiencia de usuario clara y accesible en todos los dispositivos. A través de los siguientes principios de diseño, la página ofrece una disposición visualmente armoniosa y fácil de usar, donde los productos son el centro de atención y el usuario puede navegar la tienda sin complicaciones:

- **Equilibrio:** El diseño está equilibrado en cada versión de dispositivo. En la versión de escritorio y tableta, los productos están dispuestos en una cuadrícula simétrica, lo cual proporciona una distribución uniforme en la página. En la versión móvil, los productos están alineados en una sola columna, ajustándose al ancho de la pantalla y manteniendo la armonía visual. Este balance logra una experiencia visual agradable y facilita la exploración.





- Región Común: Todos los productos se agrupan en una misma sección, lo que facilita su identificación y comparación.
- Similitud: Tienen elementos visuales similares (como tamaño de imagen y formato de texto), lo que también facilita su identificación y comparación.
- Unidad: Esta página crea una sensación de armonía entre todos los elementos de la página. Están visualmente juntos estos elementos por lo que crea una sensación de unidad.
- Cierre: Los elementos visuales están dispuestos de manera que el diseño se percibe como un conjunto completo, ayudando al usuario a entender que los productos y sus detalles forman una unidad coherente.



10. Paleta de colores

Para esta página web de repostería artesanal, el objetivo es crear una atmósfera que transmita calidez, naturalidad y un enfoque en lo artesanal y saludable. Al mismo tiempo, se busca una sensación de confianza y frescura, para que los usuarios sientan que están adquiriendo productos de alta calidad, hechos a mano y con ingredientes naturales, veganos y libres de crueldad animal. La combinación de colores debe evocar tranquilidad y armonía, conectando a los usuarios con la naturaleza y los valores de la repostería.

10.1. Paleta elegida

La Paleta 1 se compone de tonos cálidos y terrosos en marrones, beige y rosas suaves. Estos colores transmiten calidez, autenticidad y una conexión con lo natural y lo orgánico, lo cual es ideal para destacar el enfoque artesanal y saludable de la repostería. La suavidad de estos tonos crea una experiencia visual acogedora y atractiva, que invita al usuario a explorar más y confiar en la calidad de los productos.

Esquema elegido: Se ha optado por un esquema análogo que utiliza tonos cálidos de la misma gama cromática, creando armonía y unidad en toda la página. Este esquema es ideal para transmitir una sensación de tranquilidad y cohesión, alineada con la experiencia de un espacio acogedor y natural.



10.2. Uso de colores en la web

- Color Primario: Los marrones claros y beiges de la Paleta 1 se utilizarán como colores de fondo y en áreas amplias de la web. Su calidez aporta la sensación de naturaleza y artesanía.
- Color Secundario: Los tonos rosas suaves de la Paleta 1 serán usados en elementos destacados como botones y algunos íconos, aportando un toque delicado y atractivo.
- Color de Atención: Para los elementos que requieran resaltar aún más (como ofertas o llamados a la acción), se usará uno de los tonos marrones más oscuros de la paleta. Este contraste sutil crea una jerarquía visual que dirige la atención sin romper la armonía general.
- Neutros: El beige y algunos tonos muy suaves de la Paleta 1 funcionarán como colores neutros, aportando un fondo limpio y cálido para los textos y las imágenes.



10.3. Paleta secundaria

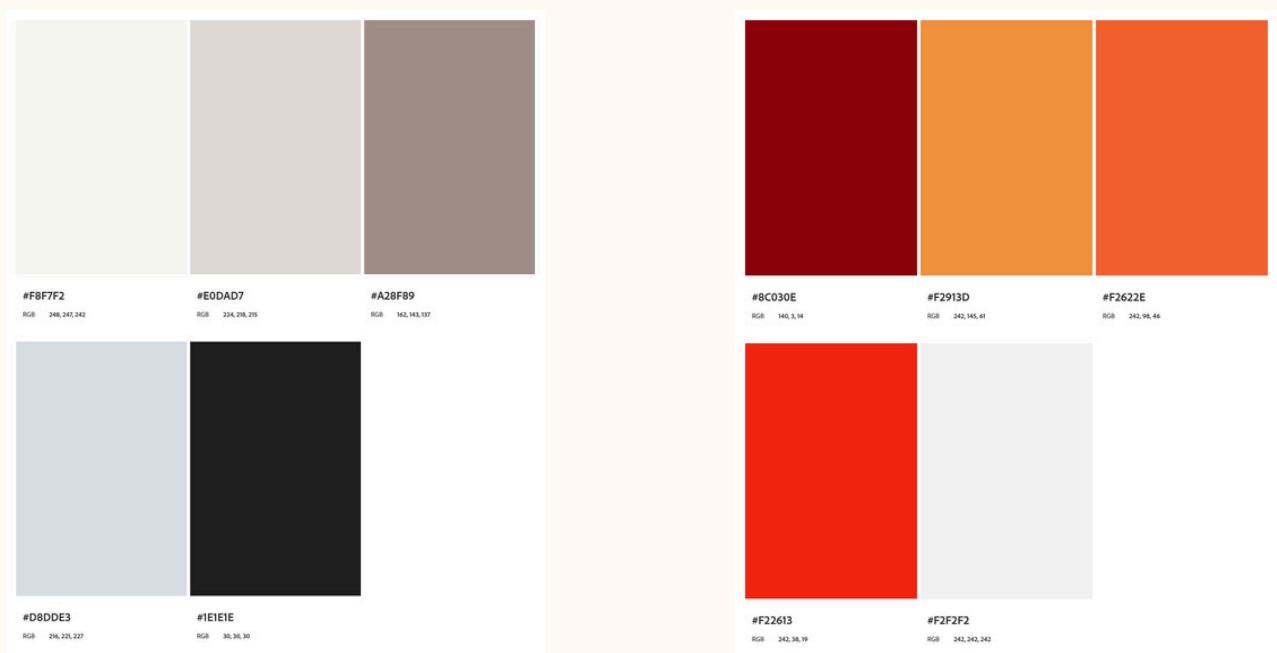
La Paleta 2, con tonos tierra y azules claros, es la paleta secundaria, sus tonos se podrán usar principalmente en detalles o secciones específicas donde se quiera añadir una sensación de frescura y limpieza.



10.4. Paletas descartadas

Paleta con Tonos Oscuros y Neutros: Fue descartada porque daba una sensación de formalidad y seriedad excesiva, poco adecuada para una repostería artesanal que busca resaltar lo acogedor y natural.

Paleta con Colores Brillantes y Vibrantes: Descartada por su estilo más moderno y juvenil, que no encajaba con la imagen artesanal y relajada de la repostería. Estos tonos brillantes podrían desviar la atención de los productos y romper la armonía buscada.





11. Tipografía

En esta fase, se eligen las fuentes que mejor representen la identidad de la marca y que resulten funcionales para la página web. Se consideran aspectos como la sensación que transmiten las tipografías, su legibilidad y cómo se adaptan al tono del proyecto. También se evalúa la combinación de las fuentes para asegurar una buena armonía visual entre títulos y textos, descartando aquellas que no encajen con la imagen artesanal y cercana de la repostería.

11.1. Qué se quiere transmitir

La tipografía debe transmitir una sensación de calidez y cercanía, reflejando la naturaleza artesanal de la repostería y el uso de ingredientes naturales y éticos. Para lograrlo, se optará por fuentes que combinen elegancia con un toque de informalidad, invitando a los usuarios a explorar la página con comodidad y confianza.

11.2. Características que condicionan la tipografía

- Formalidad: Dado que se trata de una repostería artesanal, el tono es semi-formal; queremos una tipografía que sea elegante pero accesible, sin ser excesivamente corporativa.
- Longevidad: La página está diseñada para una vida útil larga, por lo que las fuentes elegidas deben ser atemporales y legibles.
- Cantidad de texto: Al tratarse de una página con secciones informativas (como "Sobre Nosotros") y descripciones de productos, es importante que la tipografía sea legible en bloques largos y cortos de texto.

11.3. Tipografías elegidas

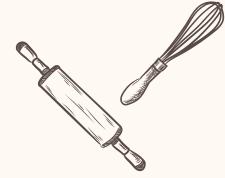
- Tipografía para títulos: Playfair Display, ofrece una sensación de elegancia y tradición, perfecta para destacar títulos y encabezados de forma atractiva.
- Tipografía para texto: Montserrat, ideal para el cuerpo del texto. Su simplicidad y legibilidad en pantalla aseguran una lectura cómoda en párrafos largos.

11.4. Motivo de la elección

Estas fuentes combinan bien porque se complementan, Playfair Display aporta un toque artesanal y elegante para los títulos, mientras que Montserrat equilibra el diseño con una apariencia moderna y limpia en los textos largos. Esta combinación proporciona un contraste claro sin crear distracción visual.

cuando se pulsa cada tipografía elegida o descartada, hay un enlace para visualizarlas mejor





11.5. Tipografías descartadas

- Para títulos:
 - **Georgia Pro**: Descartada porque, aunque es elegante, es menos distintiva y podría hacer que la página se sienta demasiado formal.
 - **Lora**: Aunque tiene un toque artesanal, no aporta el mismo nivel de impacto visual que Playfair Display en títulos grandes.
- Para texto:
 - **Roboto** : Aunque es una sans-serif moderna, su diseño no resulta tan cálido o cercano como Montserrat, lo que va en contra de la sensación de artesanía.
 - **Open Sans** : Es muy legible, pero su estilo es más neutral y podría hacer que la página parezca demasiado genérica en comparación con Montserrat, que tiene un toque más personalizado.

cuando se pulsa cada tipografía elegida o descartada, hay un enlace para visualizarlas mejor



12. Menú y mapa de navegación

12.1. Mapa de navegación

El mapa de navegación está estructurado para que el usuario acceda fácilmente a las distintas secciones del sitio web, priorizando la usabilidad y el acceso rápido a la información principal.

- **Página principal:** Recibe a los usuarios con una introducción a la marca de repostería artesanal. Aquí se pueden encontrar secciones destacadas sobre los productos más populares y promociones actuales, así como un resumen de los valores de la empresa y lo que la hace especial.
- **Registro:** Sección en la que los usuarios pueden crear una cuenta o iniciar sesión. Tener una cuenta permite una experiencia personalizada, facilita el proceso de compra y da acceso a ofertas exclusivas. Aquí se incluyen campos como nombre o correo electrónico y contraseña, asegurando una creación de cuenta sencilla y segura.
- **Cesta:** La página de la cesta o carrito muestra un resumen de los productos que el usuario ha seleccionado para la compra. Aquí, el usuario puede ver la cantidad de cada producto, su precio y el total de la compra. También tiene la opción de ajustar cantidades, eliminar productos o proceder al pago, permitiendo un control completo de su selección antes de la compra.





• Sobre Nosotros

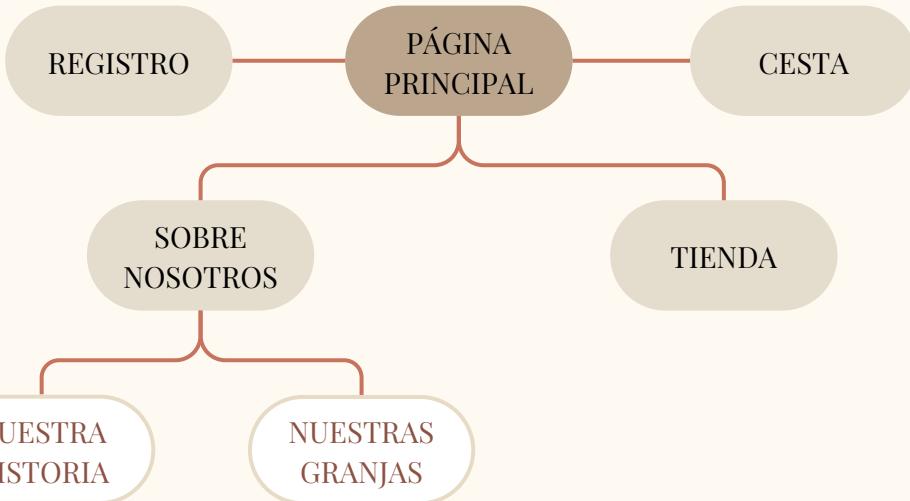
- Nuestra Historia: Sección que narra la historia de la repostería, su fundación y el propósito que guía sus creaciones. Aquí se destaca el compromiso con lo artesanal, el uso de ingredientes naturales y la inspiración detrás de cada producto. Esta página ayuda a crear una conexión emocional con los clientes, mostrando la pasión detrás de cada pastel.
- Nuestras Granjas: Esta sección explica la procedencia de los ingredientes, destacando el compromiso de la marca con la sostenibilidad y la calidad. Se proporciona información sobre las granjas y proveedores que contribuyen a la creación de cada producto, lo que añade transparencia y refuerza la autenticidad de la marca.

• Tienda

- Productos: Catálogo completo de productos, donde los usuarios pueden explorar la variedad de repostería artesanal que ofrece la marca. Esta página está organizada en categorías o con opciones de filtro para facilitar la navegación. Cada producto tiene una breve descripción, ingredientes y opciones de personalización si están disponibles, además de un botón para añadir al carrito.

• Pie de página

- Redes Sociales: Enlaces a las cuentas de redes sociales de la repostería, como Instagram y Facebook. Estas plataformas permiten a los usuarios conectarse más de cerca con la marca, ver las últimas creaciones y participar en promociones o concursos.
- Información de Contacto: Detalles de contacto como el correo electrónico y el número de teléfono, para que los clientes puedan hacer consultas o contactar con atención al cliente. Esta sección también incluye la dirección de la tienda física, si existe, para que los usuarios puedan visitarla.
- Términos de Uso: Página que detalla las políticas de privacidad, condiciones de uso del sitio y términos de compra, para garantizar la transparencia y seguridad en las interacciones de los usuarios con la web.





12.2. Menú de navegación

El menú de navegación está diseñado para facilitar el acceso a todas estas secciones, ubicándolo en la parte superior de la página con un diseño intuitivo. Cada elemento del menú tiene un propósito claro y está ordenado de manera lógica para guiar al usuario a través de su experiencia de compra o exploración del sitio.

- Colocación: El menú se encuentra ubicado en la parte superior de la página, visible en todas las secciones del sitio para garantizar una experiencia de navegación fluida. Su posición fija permite que los usuarios puedan acceder a cualquier sección sin necesidad de desplazarse hacia arriba, facilitando la interacción.
- Número de Elementos: El menú principal contiene cinco elementos clave: Página principal, dos íconos (para Registro y Cesta), Sobre Nosotros y Tienda. Cada elemento está diseñado para abarcar una funcionalidad específica y cubrir las necesidades de navegación de los usuarios.
- Palabras Elegidas: Aunque Registro y Cesta se representan mediante íconos, el resto de los elementos emplean palabras claras y concisas, utilizando un lenguaje directo que transmite confianza y profesionalidad:
 - Página principal: El usuario puede ver una vista general del sitio.
 - Sobre Nosotros: Un título que conecta emocionalmente al usuario con la marca a través de su historia y filosofía.
 - Tienda: Un término universal que indica dónde encontrar los productos para comprar.
- Orden: El orden de los elementos sigue una lógica pensada para la experiencia del usuario:
 - Página principal: El primer elemento para facilitar un acceso rápido a esta.
 - Tienda: Posicionado inmediatamente después de "Página principal", siendo el elemento más relevante para incentivar la compra.
 - Icono de Registro: Colocado tras la Tienda, permitiendo un acceso sencillo al área personal del usuario.

- Sobre Nosotros: Incluido después de las funciones principales, ofreciendo información sobre la marca y sus valores.
 - Icono de Cesta: Situado al final del menú, ya que representa el último paso en el proceso de compra, ayudando al usuario a revisar y finalizar su pedido.
- Número de Subniveles: El menú incluye subniveles en las siguientes secciones:
 - Sobre Nosotros:
 - Nuestra Historia: Información sobre la trayectoria de la marca.
 - Nuestras Granjas: Detalles sobre los orígenes de los ingredientes y la producción.

Pie de página

- Colocación: El pie de página está situado en la parte inferior de la página, como un área fija para complementar la navegación principal.
- Elementos del pie de página:
 - Redes Sociales: Incluye enlaces a las principales plataformas sociales de la marca (ej.: Instagram, Facebook), representadas mediante iconos fácilmente reconocibles.
 - Información de Contacto: Datos básicos como correo electrónico, número de teléfono y dirección física para facilitar el contacto con la empresa.
 - Términos de Uso: Un enlace directo a las políticas de privacidad, términos legales y condiciones de uso del sitio web.
- Palabras Elegidas: Se utilizan palabras claras y concretas, como "Contacto", "Política de Privacidad" o "Términos de Uso", además de iconos representativos para las redes sociales.
- Orden de los Elementos:
 - Redes sociales, ubicadas al inicio para fomentar la interacción con los usuarios.
 - Información de contacto, situada al centro para destacar la accesibilidad a la empresa.
 - Términos de uso, al final, para mantener su relevancia legal pero con menor protagonismo visual.
- Subniveles: No hay subniveles en el pie de página, ya que está diseñado para ser compacto y de acceso rápido.

