

# MANUAL DE IDENTIDAD

---

INGENIERÍA DE PRUEBAS

5NV70

---

**PLATAFORMA DE E-COMMERCE PARA LA VENTA DE ROPA UTILIZANDO  
REACT, NODE.JS Y MYSQL**

---

DÍAZ MARTÍNEZ MOISÉS

LUGO ANDON DIANA

MEDINA MENDÉZ JUAN MANUEL

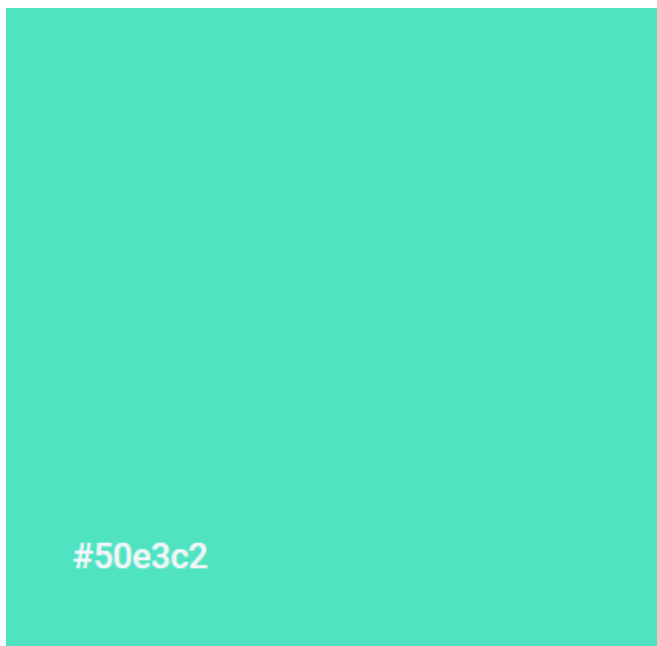
QUINTERO GÓMEZ JOSÉ LAUREANO

ROMERO GARCÍA ALDO

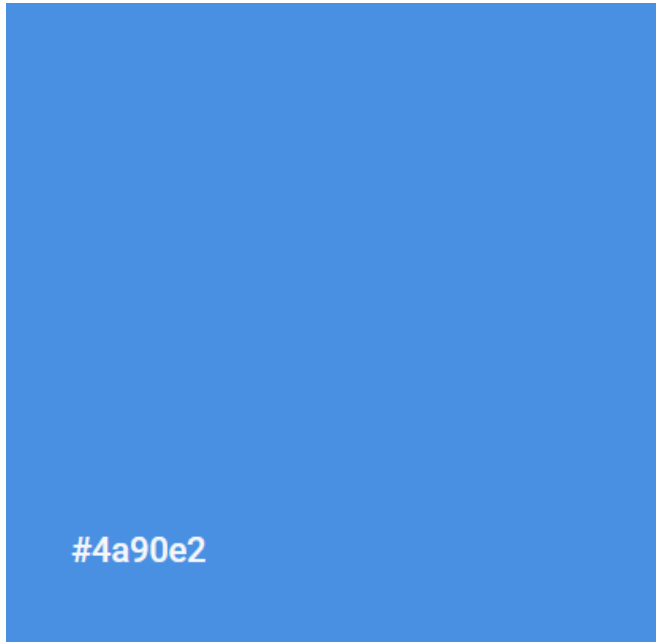
## Paleta de colores

- **Verde (#50E3C2, rgb (80, 227, 194), hsl (169, 70%, 60%):** Este color está relacionado con el crecimiento y la frescura, se emplea como color de fondo en los botones de acción claves o confirmar acciones. Al ser un color de aprobación en el subconsciente del usuario, el verde mejora la tasa de interacción en momentos claves como el registro o la confirmación de compras.

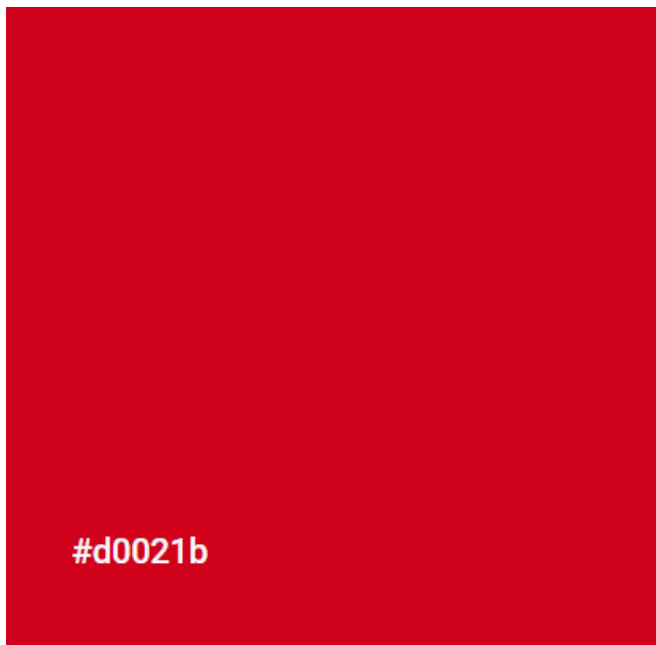
Es por ello que este color se utiliza en los botones de "Pagar" y "Registrarme", lo cual es adecuado para incentivar acciones positivas en la experiencia de usuario dentro del flujo de compra.



- **Azul (#4A90E2, rgb (74, 144, 226), hsl (211, 73%, 59%):** El azul se asocia con confianza, seguridad y profesionalismo, por lo que es ideal para procesos donde se requiere que el usuario sienta tranquilidad y seguridad, como al realizar un pago. Además, es un color que invita a la acción sin ser demasiado agresivo. Se aplica en botones de acciones importantes, como "Continuar con el pago", "Agregar al carrito", "Vaciar carrito", y "Proceder al pago". Es el color principal en acciones de confirmación y navegación en el proceso de compra.



- **Rojo (#D0021B, rgb (208, 2, 27), hsl (353, 98%, 41%):** Usado como color de advertencia. El rojo es un color que naturalmente atrae la atención debido a su asociación con peligro o urgencia. Su alta visibilidad asegura que el usuario preste atención cuando es necesario cumpliendo su función de alertar al usuario de cualquier acción incorrecta.



- **Gris claro (#F5F7FA, rgb (245, 247, 250), hsl (210, 20%, 97%):** Este tono neutro es utilizado como fondo principal en todas las pantallas del e-commerce. Proporciona un entorno limpio y moderno, permitiendo que otros elementos como los productos y botones destaquen.



- **Gris oscuro (#4A4A4A, rgb (74, 74, 74), hsl (0, 0%, 29%):** Se utiliza para los textos principales en combinación con el fondo claro, garantizando legibilidad en todas las interfaces. Este color oscuro es una alternativa al negro, proporcionando elegancia sin ser demasiado fuerte.



- **Gris medio (#9B9B9B, rgb (155, 155, 155), hsl (0, 0%, 61%):** Un color suave y neutral que permite diferenciar el contenido secundario del principal. Este tono gris complementa la paleta sin distraer la atención del usuario, manteniendo el enfoque en las acciones clave.

Usado en textos secundarios y elementos de menor importancia, como las notas legales al final de las pantallas.



## Tipografía

Se ha utilizado una combinación de fuentes para diferentes propósitos:

- **Fuente principal:** "*Roboto Slab*" "*Segoe UI*", "*Helvetica Neue*", serif, es una tipografía con serifa que transmite profesionalismo y confianza. Las serifas en esta fuente ayudan a guiar el ojo del usuario y dan una sensación más clásica y formal, lo que puede ayudar a construir credibilidad en el sitio. Es ideal para títulos y subtítulos que necesitan destacarse.
- **Fuente secundaria:** El cuerpo de texto usa sistemas sans-serif como *Arial*, *Helvetica*. Estas fuentes sin serifa son elegidas por su simplicidad y claridad, siendo perfectas para el texto del cuerpo optimizando la legibilidad, especialmente en dispositivos de pantalla pequeña como móviles.

## Tamaños de fuente

- o **Encabezado 1** (2.5rem): Este tamaño de fuente se usa en los títulos principales de las secciones, como en la página de confirmación de compra o en la vista del carrito de compras.  
El tamaño está diseñado para captar la atención del usuario y guiar la navegación.
- o **Encabezado 2** (2rem): Se utiliza para subtítulos importantes, como el resumen del carrito o instrucciones específicas en formularios.  
Su tamaño menor que el del encabezado principal asegura que estos elementos sigan siendo visibles sin sobrecargar visualmente al usuario.
- o **Texto principal** (1rem): Este es el tamaño estándar para la mayoría de los textos, como descripciones de productos y menús.  
Proporciona legibilidad óptima en dispositivos de cualquier tamaño, manteniendo una estética coherente.
- o **Textos menores** (0.875rem): Se aplica a información secundaria, como la frase de "Todos los derechos reservados" en el pie de página, o etiquetas dentro del carrito. Aunque es más pequeño, sigue siendo lo suficientemente claro para ser leído fácilmente sin distraer del contenido principal.

La selección de las fuentes y sus tamaños sigue las buenas prácticas de diseño web, garantizando que el contenido sea legible tanto en pantallas grandes como pequeñas.

## Imágenes

Algunas imágenes utilizan el formato .webp que permite cargar imágenes en el sitio web de forma más rápida porque que pesan menos que una imagen en formato .jpg o .png, sin embargo, algunos navegadores son incompatibles con este formato, por lo que la imagen puede ser cargada en el formato liviano (.webp) o el tradicional (.jpg o .png) dependiendo del navegador.

### ◇ **Logo**

El logo es una representación gráfica de un celular con una etiqueta de precio que se seleccionó como un elemento gráfico simbolizando la compra en línea, acompañado de la palabra "ECOMMERCE" en gris oscuro. Los colores aplicados en el logo son tonalidades de gris (#4A4A4A y #9B9B9B), que coinciden con los colores usados en la interfaz de usuario.

El tamaño del logo en la página principal es de 40vmin en su versión animada. En otras pantallas, el logo tiene un tamaño mínimo de 150px de ancho para garantizar su claridad y legibilidad.

La animación, lograda mediante el uso de la propiedad @keyframes en CSS, consiste en una rotación continua y suave, con una duración de 20 segundos por giro completo, creando una sensación de dinamismo sin distraer demasiado al usuario.



La elección de un ícono simple, con una tipografía clara y moderna, refuerza la identidad del e-commerce como una plataforma amigable y funcional para la compra de ropa en línea.

### ◇ **Productos**

La lista de productos en la página principal se presenta en un formato de cuadrícula, utilizando el sistema CSS Grid. Cada fila muestra hasta seis prendas, dependiendo del tamaño de la pantalla del dispositivo.

Las imágenes de las prendas mostradas en el sitio web se obtuvieron de fuentes en línea disponibles públicamente.

Se debe tener en cuenta que las imágenes no son parte de un inventario real y se utilizan con fines demostrativos dentro de la plataforma de e-commerce. No se planea que estas imágenes se utilicen comercialmente, ya que la distribución o venta de productos implicaría la necesidad de contar con derechos de autor o acuerdos de uso de imágenes de terceros.

## **Herramientas de diseño**

- ***Huemint***

Utilizado para extraer y seleccionar los colores hexadecimales que componen la paleta principal y secundaria del proyecto.

La paleta de colores fue cuidadosamente seleccionada para asegurarnos de que nuestras combinaciones refuercen la identidad visual a través de una estética moderna.

- ***Design Logo Maker***

Es una herramienta en línea que permite a los usuarios crear logotipos personalizados de manera rápida y sencilla, sin necesidad de contar con habilidades de diseño gráfico. La plataforma ofrece una variedad de plantillas y opciones de personalización que permiten a los usuarios seleccionar estilos, colores, tipografías y elementos gráficos.

Se utilizó debido a su facilidad de uso y a las opciones personalizables que ofrece.