

Guidelines para caso de estudio de BIO - AHORRO

Adam Navarro Megías
Fernando Lanzarot Facio

-Estas guidelines pretenden establecer unos estándares para el diseño de los bocetos de nuestro caso de estudio sobre mercados ecológicos y poder realizar un diseño cohesionado y con sentido.

Introducción

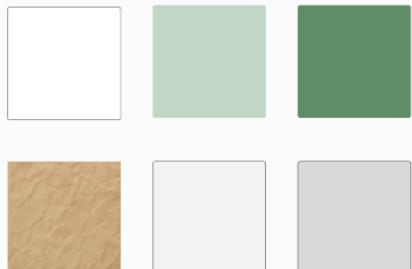
-Nuestro proyecto es un trabajo de prácticas de la asignatura de Diseño de Interfaces de Usuarios impartida en la UGR utilizando la temática de los mercados ecológicos con el objetivo de aprender el diseño de principio a fin.

-Nuestra empresa ficticia es **BIO - AHORRO** que como dice su nombre, se centra principalmente en juntar dos cosas que normalmente se ven incompatibles, ahorrar dinero y comprar “bio” o “eco”.

-Para nuestras guías de diseño nos queremos centrar principalmente en: buena visibilidad para que se entienda todo rápido y fácil, interfaz amistosa para todo tipo de usuarios, colores verdes y marrones cercanos a la naturaleza pero utilizando un diseño moderno/algo minimalista que sea agradable.

Fuentes de texto y colores

-Como hemos expresado en el moodboard hemos escogido colores claros y verdes y alguno más oscuro y marrón que representan tanto la idea como los valores de naturaleza, sostenibilidad, ecología y tierra, es decir, todo lo cercano al campo, serenidad, tranquilidad y salud.



-Esto lo estudia la psicología del color, que precisamente explica el efecto de distintas gamas de colores afectan a las personas (esto puede variar por la cultura o el momento en el tiempo).



-Por eso también nos representan imágenes que inspiran sostenibilidad y naturaleza como pueden ser:



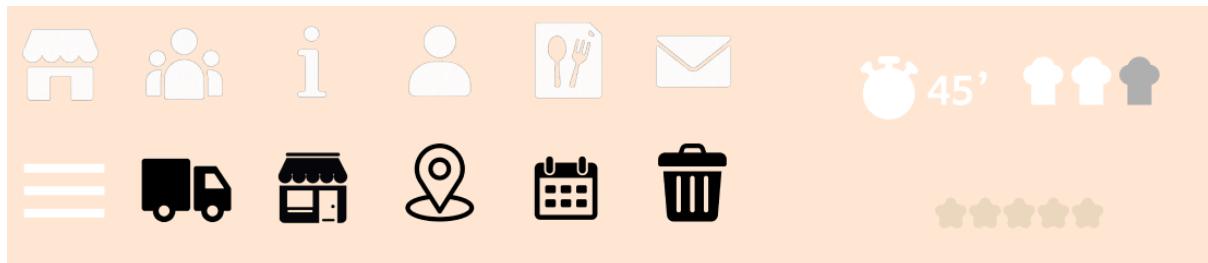
-Respecto a las tipografías utilizamos nunito, ya que es redonda, limpia y moderna, lo cual encaja perfectamente con lo que queremos, ya que necesitamos que sea clara y visible para todos con un toque de modernidad. La psicología también explica cómo esas características hacen que sea más amigable que otras fuentes más rectas como sans-serif, que se ven más profesionales y rectas.

-Para los encabezados utilizamos agbalumo, esta es menos conocida pero es una tipografía atractiva, también redondeada y está bastante decorada, lo que la hace una mala tipografía para textos pero útil para títulos o encabezados.

Iconos

-Los iconos tienen que ser simples y claros, que sean fácilmente reconocibles por familiaridad de otras páginas, ya que eso es lo que va a permitir que para nuevos usuarios sea intuitivo.

-Por ejemplo el menú utiliza las típicas tres líneas, para información se utiliza la “i”, etc.



Páginas:

Menú (Adaptado a móvil):

Menú inferior optimizado para móviles, permite navegar entre las principales secciones más utilizadas: Carrito, Tienda y Cuenta.

Menu Hamburguesa (Adaptado a móvil):

Menú desplegable que permite navegar entre todas las secciones principales disponibles en la aplicación

Carousel:

Carrusel visual para mostrar:

- Productos de temporada

Search (Búsqueda):

Barra de búsqueda para localizar productos, recetas o eventos por nombre o categoría.

Card Items:

Uso de tarjetas para representar productos, recetas o eventos. Cada una incluye imagen, nombre, precio/fecha, y acceso rápido al detalle.

Item Details:

Cada producto, receta o evento tiene su propia página con:

- Descripción detallada
- Ingredientes (si es receta)
- Información del productor (si es producto)
- Fecha, lugar y actividades (si es evento)

Form Input:

Formularios utilizados para:

- Registrarse en bio-ahorro
- Iniciar sesión en bio-ahorro
- Contactar con atención al cliente

Landing Page:

Página inicial para usuarios nuevos o no registrados. Presenta productos destacados, beneficios de consumir ecológico, accesos rápidos y un botón principal para comenzar.

Home Page:

Página principal que ve un usuario al entrar a *Bio-Ahorro*. Muestra productos de temporada, promociones y próximos eventos ecológicos.

Store Page (Grid & List):

Grid:

Visualización de productos en cuadrícula con imágenes destacadas.

List:

Visualización alternativa en lista vertical, más compacta, ideal para navegación rápida.

Ambas incluyen filtros y buscador.

Shopping Cart:

Carrito de compras del usuario. Muestra productos seleccionados, precios, cantidad y botón para finalizar la compra. Incluye opción de recogida en mercado o entrega a domicilio.

Events Page:

Listado de eventos ecológicos próximos, como mercados, talleres o charlas.

Cada tarjeta incluye:

- Imagen
- Nombre del evento
- Fecha
- Descripción del evento

Recipes Page:

Catálogo de recetas con ingredientes ecológicos.

Incluye secciones como:

- Recetas destacadas
- Filtrado por categoría (ensaladas, dulces, etc.)
- Compra de ingredientes

Info Page:

La página de información tiene que mostrar tanto información propia de la empresa/página como información externa, ya sean artículos, publicaciones en redes sociales relacionadas, ... Al final debería incluir información sobre los colaboradores que ya trabajan con nosotros, para así dar confianza y mostrar a otros posibles colaboradores y clientes con quien trabajamos.

La página de información no será para **eventos** estos ya se enseñan en la página principal y su propia página dedicada.

Info Page Extended:

Sigue lo mismo que la página de información, solo que se pueden ver más artículos.

Contact Page:

Para este apartado de contacto se incluyen tanto: contacto a través de email, teléfono, horarios de contacto y mensaje directo a través de chat.

Account Page:

Resumen del perfil del usuario, datos personales y accesos a:

- Historial de compras
- Botón para configurar cuenta
- Historial de reseñas

Edit Account Page:

Formulario para actualizar la información del usuario:

- Nombre
- Email
- Dirección
- Contraseña

También permite eliminar la cuenta, después de un proceso riguroso de seguridad.

Log In:

El log in no tiene que ser complejo, simplemente tener un pequeño formulario con el usuario y contraseña, pero incluir una casilla para recordar la sesión y un acceso a registrarse por si el cliente no lo estuviera (que no tenga que buscarlo en otra parte) facilitando el hacerse una cuenta

Register:

Sigue un poco el mismo patrón de log in, no complicarlo mucho para que el acceso sea simple y no tedioso hacerse una cuenta, con solo un checkbox para aceptar las condiciones de uso y los campos necesarios para hacer una cuenta. Al igual que el log in tiene un acceso directo a register, este también tiene un acceso a log in.

Recipe:

Vista detallada de una receta con:

- Imagen
- Dificultad
- Valoración
- Tiempo de elaboración
- Ingredientes
- Pasos
- Botón para añadir los ingredientes al carrito

Product:

Detalle de un producto ecológico:

- Imagen
- Descripción
- Precio
- Valoración
- Comentarios
- Productor
- Botón “Añadir al carrito”
- Carrusel de productos similares

Event:

Para los eventos es importante enseñar la información más relevante lo primero y de la forma más clara para que sepa el usuario de manera casi instantánea si le viene bien en base a las características, que no tenga que andar rebuscando por cosas como el horario, el lugar, etc. Por ello se implementará un mapa interactivo directamente en la página del evento, de tal forma que se vea el sitio, además de indicar fecha, horario, lugar exacto y si se necesita algo para entrar. Luego más secundario son detalles específicos del evento

Menú:

El menú será un desplegable fácilmente identifiable por el icono de menú (tres rayas horizontales) y será claro utilizando letras grandes e icono para cada apartado. Los iconos se pueden ver en el moodboard e indican de manera explícita la función. El menú podrá acceder a casi todos los apartados para que esté centralizado el acceso y no se pierdan los usuarios por distintos menús (nested menús).

Chatbot:

El chatbot no necesita ser nada especialmente elaborado, con un icono que indique un mensaje (estilo burbuja de mensaje) y que con un desplegable o un menú superpuesto se pueda mandar mensajes y responda.