

Diseño de Interfaces

Práctica 1- PRÁCTICA ACCESIBILIDAD
Elena Rodríguez Fustes y Nicolas Manteiga Camba

7 de Marzo de 2025

ÍNDICE

1. INTRODUCCIÓN.....	2
2. DECISIONES DE DISEÑO.....	2
2.1 Colores y estética.....	2
2.2 Código y Tecnologías.....	3
3. VERIFICACIÓN.....	3
3.1 Home.....	3
3.2 Miembros.....	3
3.3 Productos.....	4
3.4 Detalles del Producto.....	5
3.5 Contacto.....	5
3.6 Formulario de registro.....	6
4. VALIDACIÓN.....	7
5. CONCLUSIÓN.....	8
6. ENLACES.....	8

1. INTRODUCCIÓN

El objetivo de esta práctica es diseñar una interfaz gráfica para un e-commerce especializado en **merchandising de VTubers**, garantizando una experiencia de usuario clara, atractiva y accesible. La estructura de la web debe facilitar la navegación entre productos y secciones, asegurando que los usuarios puedan explorar y adquirir artículos de sus VTubers favoritos.

- **Inicio:** cuenta con una presentación de V-Mercher y destaca los servicios y empresas colaboradoras.
- **Productos:** se muestran diferentes artículos de merchandising, incluyendo ropa, accesorios y coleccionables, con imágenes en miniaturas, títulos y botón de “Añadir al Carrito”.
- **Página de producto y/o detalles:** contiene información detallada, imágenes de mayor tamaño, un botón de "Añadir al carrito" para facilitar la compra y otro de volver a productos.
- **Contacto:** que incluye información como redes sociales, correo electrónico, dirección y un mapa interactivo.
- **Formulario de registro:** permite a los usuarios registrarse en la plataforma de forma sencilla, con diferentes validaciones en los datos introducidos.

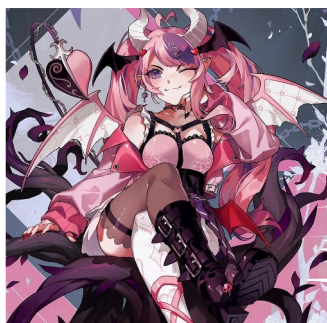
El diseño de la tienda sigue principios de usabilidad y accesibilidad, asegurando que la experiencia de compra sea fluida en distintos dispositivos y resoluciones.

2. DECISIONES DE DISEÑO

Guiándose en el aspecto de algunos de los VTubers más famosos, la estética de la tienda busca ser sencilla, moderna y funcional, basada en una paleta de colores oscuros y complementada con tonos rosas y morados, lo que aporta un estilo llamativo y acorde a la temática de los VTubers.

2.1 Colores y estética

Para los fondos, textos y colores, el diseño de la página se basó en una de las VTubers más famosas, Ironmouse.



Ironmouse, Vshoujo x Smite colab

- **Fondo:** Tonos oscuros (#222222/#191919) para dar un aspecto elegante y mejorar la legibilidad al ser tonos oscuros.
- **Texto:** Blanco y tonos pastel para un contraste óptimo.

- **Acentos:** Morado y rosa (#d182c7/#a97ef2) en elementos clave como botones, enlaces, títulos y fondos de textos reforzando la identidad visual.

2.2 Código y Tecnologías

HTML5 y CSS3: Código con etiquetas semánticas para mejorar la accesibilidad y el SEO, asegurando que toda la página sea accesible para la mayor cantidad de gente posible.

Bootstrap: Se ha utilizado para lograr un diseño responsive y facilitar la maquetación con su sistema de rejillas, mayoritariamente en la sección de productos.

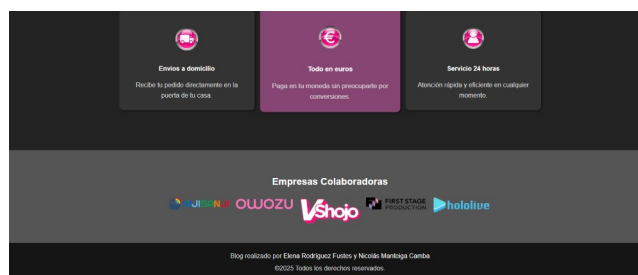
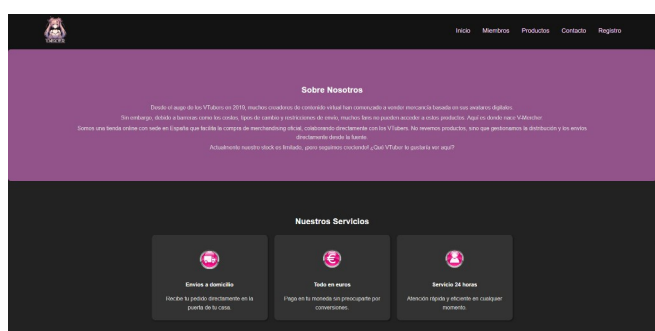
Flexbox y CSS Grid: Se combinan ambas tecnologías para distribuir los elementos de manera eficiente en diferentes tamaños de pantalla, incluidas las pantallas móviles.

3. VERIFICACIÓN

Cada sección incluye un encabezado que consta del logo de la página, una barra de navegación que enlaza a los diferentes apartados y un pie de página con el nombre del equipo y los derechos de autor correspondientes.

3.1 Home

En la página de “Inicio” se ha implementado una presentación general de la tienda online, donde se introduce el universo del merchandising de VTubers. El diseño cuenta con elementos visuales llamativos e interactivos, un banner de bienvenida, información de los servicios que ofrece y logos de las empresas colaboradoras, ofreciendo una primera impresión atractiva y profesional.



3.2 Miembros

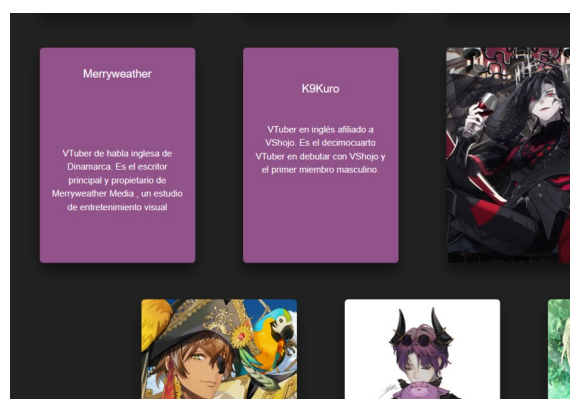
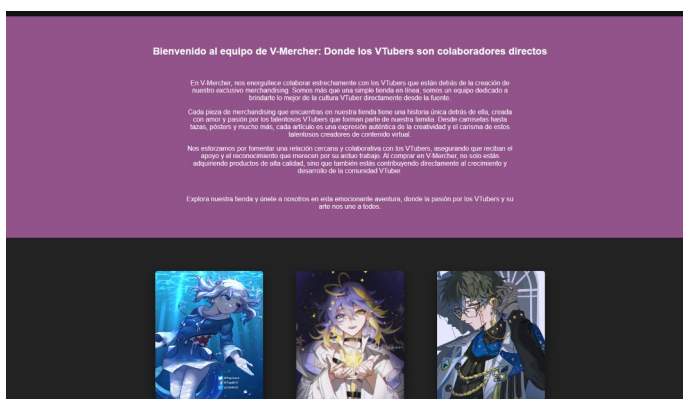
La página de “Miembros” mantiene la estructura común del sitio (cabecera con logo y navegación, pie de página con información del equipo). Su función es presentar a los VTubers que

son colaboradores oficiales y activos de la web, cuyos productos están y/o estarán disponibles en la tienda, ofreciendo información visual y textual sobre cada uno. El contenido mostrado en la página costa de:

Introducción: Al igual que en el inicio, esta sección cuenta con información sobre el funcionamiento de la página, donde buscamos informar de la colaboración Vtubers-tienda y tienda-usuarios.

Lista de VTubers: Diseño de tarjetas sobre cada Vtuber que contiene:

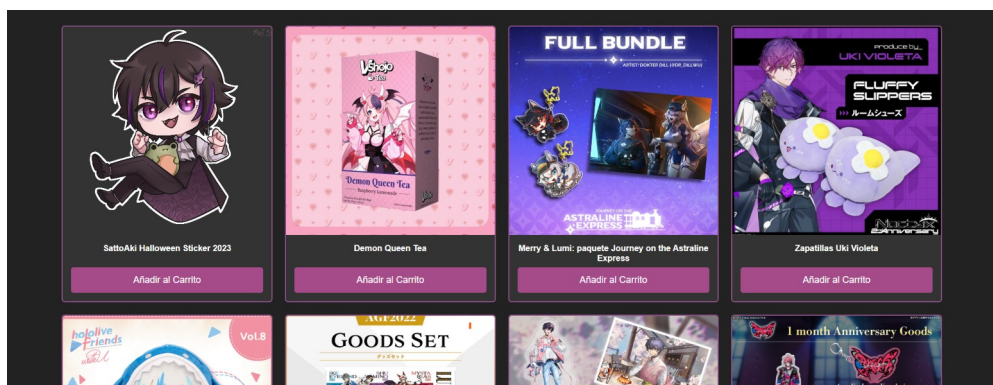
- **Imagen representativa:** Una ilustración del colaborador para dar apoyo visual y un fácil reconocimiento.
- **Nombre:** Hover que muestra el nombre del Vtuber al arrastrar el ratón sobre la card.
- **Descripción breve:** Información relevante sobre el creador de contenido.



3.3 Productos

La sección de “*Productos*” continua con una estructura base idéntica a las anteriores. En el cuerpo principal se muestran, ocho productos disponibles organizados en tarjetas visuales que permite a los usuarios visualizar rápidamente los productos y acceder a más información si lo desean. Cada tarjeta contiene:

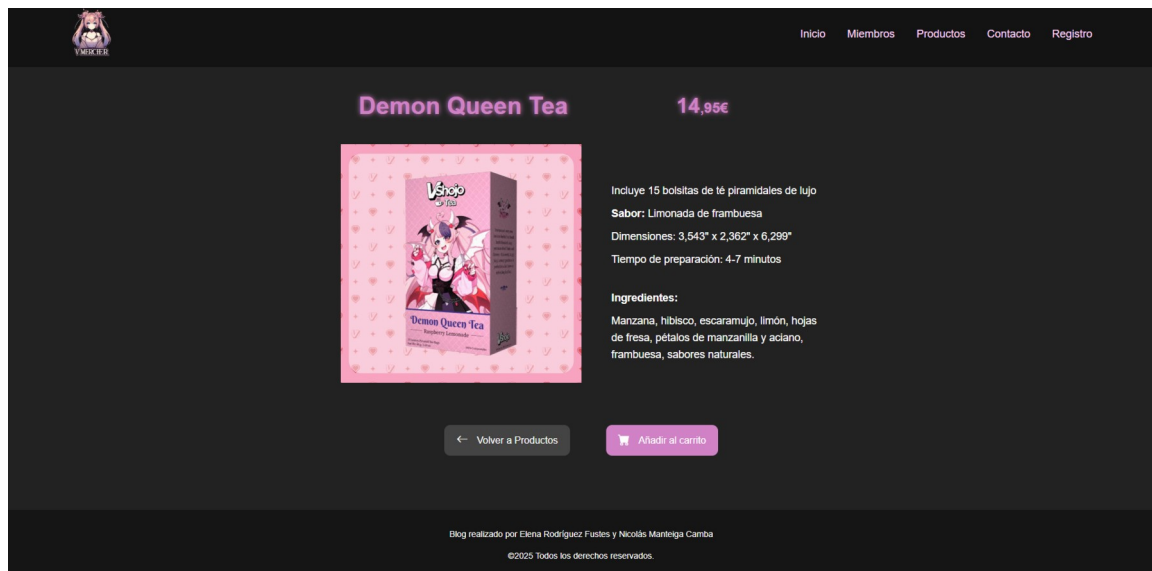
- **Imagen en miniatura:** Al hacer clic, la imagen se abre en otra pestaña en su tamaño original.
- **Nombre del producto:** Presentado como enlace que lleva a la página de detalles del producto.
- **Añadir al carrito:** Botón para guardar el producto en tu carrito, aún no funcional.



3.4 Detalles del Producto

Las páginas de detalles (3) mantienen la coherencia con el resto de la web. En este apartado se busca profundizar en la información de cada producto mediante:

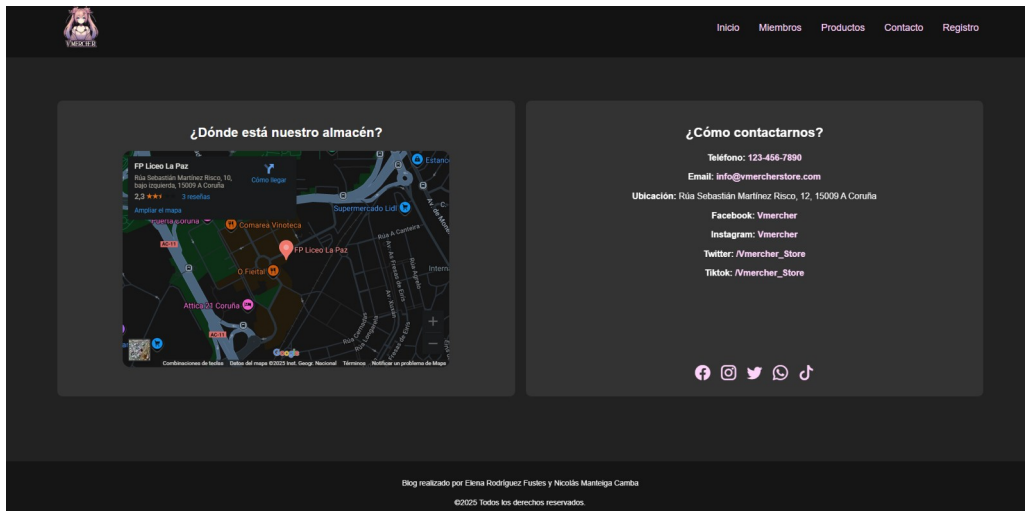
- **Imagen ampliada:** Busca permitir una mejor visualización del producto.
- **Nombre y precio del producto:** Con tipografía destacada para resaltar la información esencial con un solo vistazo.
- **Detalles específicos:** Dependiendo del producto se incluyen diferentes características, como dimensiones, materiales o cualquier otra información relevante.
- **Botón "Añadir al carrito":** Aunque no implementa funcionalidad de compra, su presencia refuerza el aspecto visual y aporta dinamismo a la experiencia de usuario.
- **Botón "Volver a productos":** Como su nombre indica, te permite volver a página de productos para seguir con tu compra u observar otras ofertas.



3.5 Contacto

La página de "Contacto" sigue la misma estructura y se centra en ofrecer múltiples formas de comunicación, entre las que aparecen:

- **Información de contacto:** Dirección física del almacén, número de teléfono y enlaces a redes sociales (Facebook, Instagram, Twitter, etc.).
- **Mapa interactivo:** Incrustado mediante un iframe de Google Maps para mostrar la ubicación de la tienda, facilitando así la identificación del punto de referencia físico.
- **Opciones adicionales:** Cuenta con los iconos a las redes sociales de la web, donde al hacer clic en uno, te abre el perfil de la tienda de dicha red.



3.6 Formulario de registro

Por último, la página de “Registro” está diseñada para captar la información de los nuevos usuarios mediante un formulario que integra diversos tipos de campos, todos ellos accesible por teclado y con distintos niveles de requisitos:

- **Campos de texto:** Para nombre, correo electrónico y otros datos básicos.
- **Campo de contraseña:** cuenta con otra sección de repetir contraseña para verificar que sea correcta.
- **Campos de fecha y teléfono:** Para registrar la fecha de nacimiento o cualquier otra información relevante, aplicando validaciones de tamaño y obligatoriedad.
- **Restricciones y validaciones:** Implementadas para asegurar la correcta entrada de datos, mejorando la experiencia del usuario y la integridad de la información.
- **Botones:** Cuenta con dos botones para borrar los datos del formulario o enviarlos una vez rellenados de forma correcta.

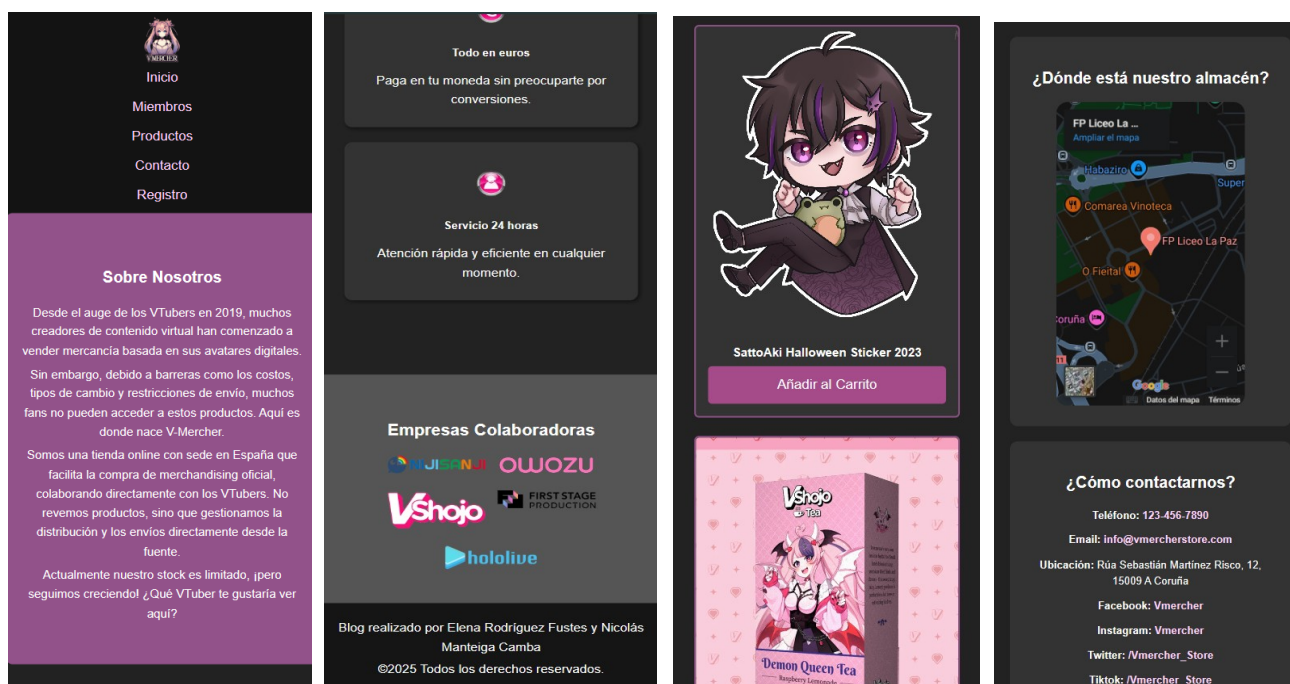
 A screenshot of the 'Formulario de Registro' (Registration Form) on the Vmercher website. The form is titled 'Formulario de Registro' and contains several input fields: 'Ingrese nombre usuario', 'Ingrese su Correo', 'Ingrese su Contraseña', 'Repita su Contraseña', 'Ingrese su Teléfono', a date field with a placeholder 'dd/mm/aaaa', a dropdown menu for 'Mayor interés...', and a text area for 'Comentarios'. Below the form, there is a checkbox for 'Estoy de acuerdo con Términos y Condiciones' and a 'Registrar' button.

 A screenshot of the bottom section of the registration form. It shows a dropdown menu for 'Mayor interés...', a text area for 'Comentarios', a checkbox for 'Estoy de acuerdo con Términos y Condiciones', and two buttons: 'Registrar' and 'Borrar'. Below these buttons is a link that says '¿Ya tienes Cuenta?'. At the bottom, there is a footer with the text 'Blog realizado por Elena Rodríguez Fustes y Nicolás Mantiega Camba' and '©2025 Todos los derechos reservados.'

4. VALIDACIÓN

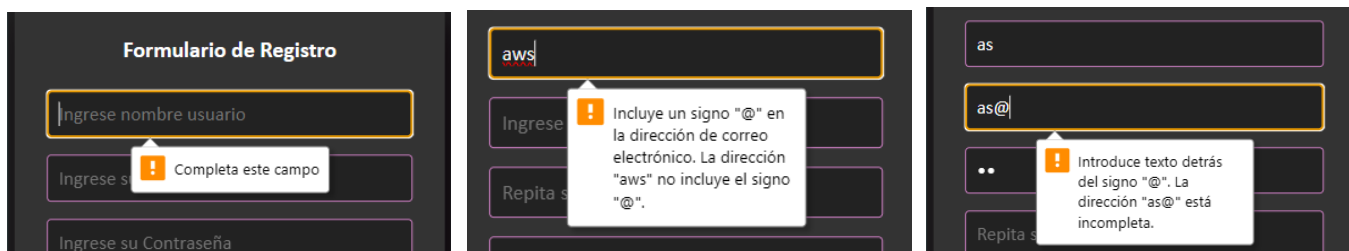
Para garantizar una experiencia de usuario óptima y accesible, la página ha sido diseñada para ser responsive, permitiendo que su contenido se adapte de forma fluida a distintos dispositivos, ya sean ordenadores, tablets o móviles.

A continuación, se presentan diversas capturas que demuestran cómo la interfaz se ajusta, asegurando una navegación intuitiva, una correcta disposición de los elementos y una experiencia visual coherente en cualquier resolución.



El formulario de registro ha sido diseñado con distintas restricciones para garantizar una correcta entrada de datos por parte del usuario. Estas validaciones mejoran la seguridad y la experiencia de uso, evitando errores en la información ingresada.

A continuación, se muestran capturas que evidencian cómo el formulario aplica restricciones en los diferentes campos:



5. CONCLUSIÓN

El desarrollo de este e-commerce de merchandising para VTubers ha estado enfocado en garantizar una experiencia de usuario accesible, clara y eficiente. A lo largo del proceso, se ha priorizado la usabilidad, asegurando una navegación intuitiva y evitando una sobrecarga de elementos innecesarios que pudieran dificultar la interacción.

Desde el punto de vista visual, el diseño se ha inspirado en la estética de VTubers reconocidos, utilizando una paleta de colores oscuros con toques vibrantes en morado y rosa para reflejar la identidad de la comunidad. Además, se ha trabajado en una estructura coherente y un sistema responsivo que permite que la web se adapte correctamente a cualquier dispositivo, facilitando la experiencia tanto en escritorio como en móvil.

Para futuras mejoras, sería recomendable profundizar en la interactividad con los usuarios y optimizar aún más la accesibilidad. Algunas posibles mejoras incluyen:

- **Personalización del contenido:** Implementar recomendaciones de productos basadas en los intereses del usuario.
- **Expansión del catálogo:** Incluir más categorías de productos y colaboraciones con nuevos creadores.
- **Optimización del proceso de compra:** Simplificar aún más la experiencia de compra con opciones de pago accesibles y un sistema de carrito mejorado.
- **Enlaces a redes sociales:** Posibilidad de incluir botones que redirigen a las plataformas oficiales de cada VTuber (YouTube, Twitch, Twitter, etc.).
- **Acceso a productos relacionados:** Vincular los productos de cada VTuber, facilitando la navegación directa a sus artículos en la tienda.

Este proyecto representa un avance significativo en la creación de una plataforma intuitiva y atractiva para los seguidores de VTubers, ofreciendo un entorno accesible y funcional para la compra de merchandising.

6. ENLACES

En caso de ser necesario, a continuación se aportan los diferentes enlaces de la práctica:

- Guía de estilos: https://design.penpot.app/guia_estilos
- Mockups: <https://design.penpot.app/mockups>
- Código en Github: https://github.com/ElenaRguez/Practica_Accesibilidad_Web