

# **Brief de Proyecto – Sitio Web CheBurga**

## **1. Nombre del Proyecto**

CheBurga – Sitio web oficial para la hamburguesería argentina

## **2. Descripción del Producto**

Nuestro proyecto busca diseñar y desarrollar el sitio web oficial de **CheBurga**, una hamburguesería con identidad 100% argentina.

### **Funcionalidades clave (MVP):**

- Un menú visual con precios e imágenes HD.
- Ubicación interactiva con Google Maps y sus respectivos horarios.
- Botones directos a WhatsApp/Instagram para pedidos.
- Sección "Nosotros" con nuestra historia, de forma breve y llamativa.

El sitio refleja el estilo urbano, directo y de barrio de la marca. Buscando una experiencia rápida, clara mediante mobile-first. El foco inicial sera brindar información clave: menú, ubicación, contacto y redes.

## **3. Usuarios Objetivo**

- Jóvenes entre 15 y 35 años.
- Amantes de la comida rapida, urbana y con identidad local.
- Usuarios que se mueven con el celular, para mirar el menú o pedir desde Instagram/WhatsApp.
- Personas que buscan una experiencia auténtica y visualmente llamativa.
- Valoran autenticidad y diseño "instagramable".

## **4. Problemas a Resolver**

- CheBurga aún no tiene presencia web propia. Esto limita su alcance, su posicionamiento y la capacidad de brindar información confiable.
- El usuario no puede encontrar fácilmente horarios, precios ni dirección. Además, la marca pierde oportunidades de viralización y fidelización digital.
- Los potenciales clientes no logran acceder fácilmente a información clave como ubicación, menú y horarios, lo que impide la conversión inmediata desde redes.

## **5. Objetivos del Negocio**

- Tener un sitio funcional y atractivo para todos los publicos.
- Reforzar la identidad de CheBurga a través del diseño visual.
- Optimizar la visibilidad en buscadores y facilitar el acceso desde redes.
- Centralizar la información esencial (menú, dirección, contacto).
- Escalar en futuras etapas a pedidos online o reservas.

## 6. Restricciones

- Mobile-first obligatorio.
- Diseño liviano y accesible desde redes móviles.
- Presupuesto ajustado: sin integración de e-commerce por ahora.
- Implementación rápida y modular.
- Integración opcional vía WhatsApp o links a apps de delivery.

## 7.

Stakeholder	Influencia	Acciones Clave
Fundador	Establece la visión y los lineamientos de marca”	Aprueba diseño y contenidos.
Equipo Ux/UI	Diseñar experiencias intuitiva	Wireframes + UI Kit con identidad.
Desarrollador	Implementar web responsive	Optimizar velocidad en móviles.
Clientes	Acceso rápido a menú/ubicación.	Testear prototipo con usuarios reales.

---

## 8. Problem Statement

**¿Cómo podríamos ayudar a jóvenes que buscan comida rápida con onda, a descubrir CheBurga desde su celular, para que puedan acceder fácil al menú, saber dónde está y conectar con su estilo sin perder tiempo?**

---

## 9. Piezas requeridas (UX/UI)

- **Mapa del sitio**  
Definir la estructura jerárquica del sitio con foco en navegación simple y mobile-first.
- **Wireframes (mobile + desktop)**  
Prototipos de baja fidelidad para visualizar el recorrido del usuario y validar funcionalidades clave antes del diseño visual.
- **UI Kit (tipografía, paleta, componentes)**  
Documentar estilos visuales consistentes: tipografía, colores, botones, iconografía, y espaciados. Ideal que esté pensado como sistema escalable para futuros componentes.
- **Pantallas clave:**
  - **Home** → impacto visual + storytelling directo. Prioridad: imágenes, tono de marca y llamada a la acción clara.
  - **Menú** → visual, escaneable, con precios claros y fotos HD. Ideal para exploración rápida en pocos scrolls.
  - **Nosotros** → breve descripción de identidad barrial, historia y diferenciador de CheBurga.
  - **Dónde estamos** → incluir mapa embebido (Google Maps), horarios, medios de contacto directo.
  - **Pedidos / Redes** → botones CTA visibles a WhatsApp e Instagram. Evitar formularios complejos en esta etapa.
- **Accesibilidad mínima**
  - Contraste de colores adecuado para lectura en pantalla.
  - Tipografía legible en tamaños móviles.
  - Tap targets amigables (>44px).
  - Texto alternativo en imágenes clave (menú).
- **Estructura modular y escalable**  
El diseño debe facilitar futuras expansiones: e-commerce, sistema de reservas o nuevas secciones, sin necesidad de rediseñar desde cero.

## ¿Qué supuestos tuvimos que hacer como equipo sobre el producto y sus usuarios?

- **Que el público objetivo valora más la practicidad y la estética visual que las funciones avanzadas** como pedidos online (al menos en esta etapa).
  - **Que los usuarios accederán mayoritariamente desde el celular**, por lo que priorizamos una navegación mobile-first.
  - **Que el contacto directo a través de redes sociales (WhatsApp e Instagram)** es suficiente para cubrir la necesidad actual de pedidos y comunicación.
  - **Que la marca CheBurga ya tiene un tono definido** (urbano, callejero, joven) que debe reflejarse en todo el diseño.
  - **Que las imágenes y el diseño visual serán clave para atraer al usuario**, por eso se asumió la importancia de incluir fotos HD y un menú visualmente fuerte.
  - **Que el usuario busca información rápida y clara**, por lo tanto, evitamos estructuras complejas o navegación densa.
- 

## ¿Qué aprendimos al simular el rol de cliente/stakeholder?

- **Que el cliente tiene una visión clara de lo que quiere mostrar, pero no siempre sabe cómo traducirlo a lo digital**, por eso fue fundamental guiar y traducir esa visión en elementos visuales y funcionales.
  - **Que las prioridades del cliente están muy enfocadas en identidad y viralización**, más que en funciones técnicas complejas.
  - **Que la simplicidad, velocidad y estética son más valoradas que la robustez técnica en esta primera etapa.**
  - **Que el cliente necesita sentirse representado en el diseño**, por lo tanto, la fase de branding y storytelling visual es tan importante como la funcionalidad.
-

## ¿Qué decisiones tomamos que marcarán el rumbo del diseño en las próximas fases?

- **Adoptamos un enfoque mobile-first real**, no solo en lo visual sino en la jerarquización de contenidos y navegación.
- Decidimos **construir una estructura modular y escalable**, que en el futuro pueda ampliarse con pedidos online o reservas sin rediseñar desde cero.
- Optamos por **un menú visual fuerte, directo y escaneable**, priorizando imágenes y precios sin rodeos.
- Elegimos **botones de acción claros hacia redes sociales como canal principal de conversión**, en vez de formularios o procesos de login.
- Tomamos la decisión de **centrar el diseño en el estilo barrial y auténtico de la marca**, lo que influirá en la paleta de colores, tipografía y tono de los textos.
- Se priorizó **la optimización para buscadores (SEO básico)** y enlaces desde redes sociales para reforzar la presencia digital sin inversión en campañas pagas por ahora.