



Curso de  
**Diseño para  
programadores.**  
Samanta Martínez

# El proceso creativo





“

Me gustaría diseñar pero no  
tengo creatividad.

”



*Programador anónimo.*



## 1.Preparación.

Investigar, Recopilar.



## 2.Incubación.

Experimentar, Sintetizar.



## 3.Illuminación.

Idear, Imaginar.



## 4.Evaluación.

Criticar, Replantear.



## 5.Implementación.

Construir, Trabajar.

# El proceso creativo.



Olga necesita hacer un pastel de cumpleaños. Antes de empezar, hace una lista de insumos y busca recetas.



Después de investigar, Olga se da cuenta de que todas las recetas de pasteles requieren horno, entonces busca recetas de postres que no lo requieran.



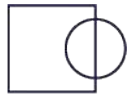
Tras considerar varias opciones, a Olga se le ocurre preparar un cheesecake frío de fresa.



# El proceso creativo.



Antes de empezar a cocinar, Olga revisa si tiene todo lo necesario y se da cuenta de que no tiene suficientes fresas, pero sí arándanos. Entonces replantea su idea y decide preparar un cheesecake de arándanos.



Una vez tiene todo listo, Olga prepara un delicioso cheesecake de arándanos.



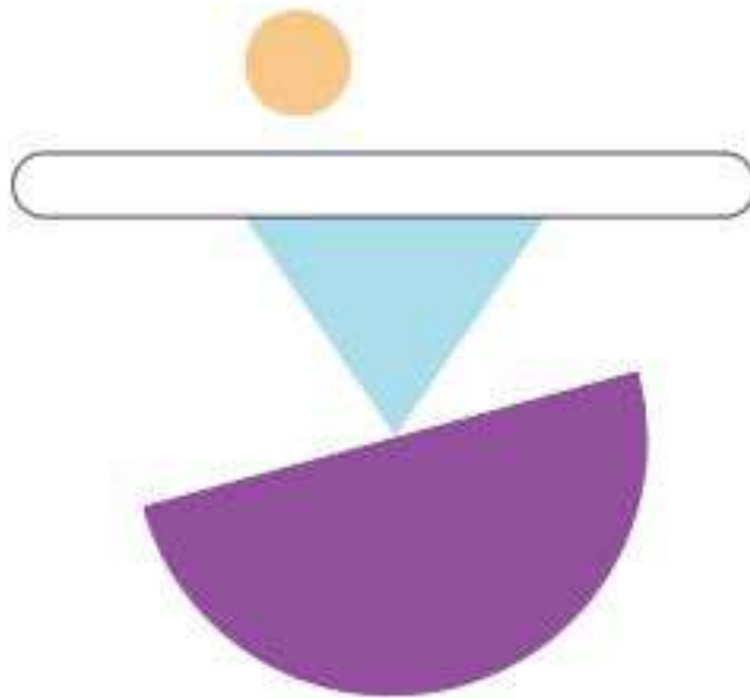


# Conceptos básicos de diseño

The background is a solid purple color. It features several white geometric shapes: a circle in the top-left corner, a jagged star-like shape on the left edge, a small dot in the top-right area, a jagged zigzag shape on the right edge, a small dot in the bottom-left area, and a circle in the bottom-right corner.

# Balance





**Balance**





# CREATIVE TWISTS ON BREAKFAST



ARMAT

click

# WHEAT VODKA



40%

Vodka in its purest form. Sourced from the highland fields, wheat is fermented and distilled four times. To achieve true purity, the vodka is then triple-filtered and infused with a hint of oats and malty aroma.

## Technical Details

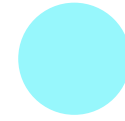


• Strawberry

Made by Concept Studio

# Contraste





**Contraste**



AVROX



BUY NOW

# ENERGY EIGHT

BY AVROX

YOUR NEW  
EXERCISE PARTNER



SIMPLY ADD  
TO WATER.  
SHAKE & DRINK





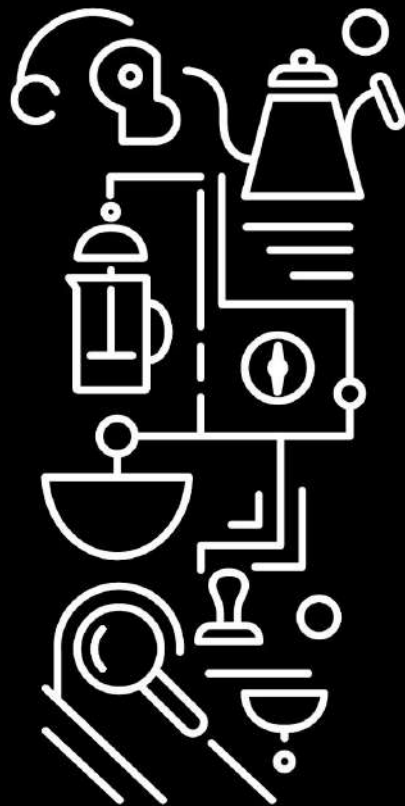
# Alineación





**Alineación**





# two chimps

Awesome **Coffee**. No Nonsense. Freshly roasted,  
ethically sourced coffee & coffee subscriptions  
tailored for you.

SHOW ME THE COFFEE

or re-order [here](#)



The background is a solid purple color. It features several white geometric elements: a circle in the top-left corner, a jagged star-like shape on the left side, a small dot in the top-right area, a jagged zig-zag shape on the right side, a small dot in the bottom-left area, and a circle in the bottom-right corner.

# Proximidad



The image is an abstract graphic design on a white background. It features several geometric elements: a small cyan rectangle in the top left; a cyan circle in the top right; a dark blue circle in the middle right; two orange starburst shapes, one in the middle left and one in the bottom right; a black circle outline in the middle left; and a purple dot in the bottom right. A teal zigzag line is also present in the bottom right corner. The word "Proximidad" is written in a bold, dark blue font in the lower center.

**Proximidad**

## FRESH & LOCAL

*explore our menus*



DINNER  
*menu*

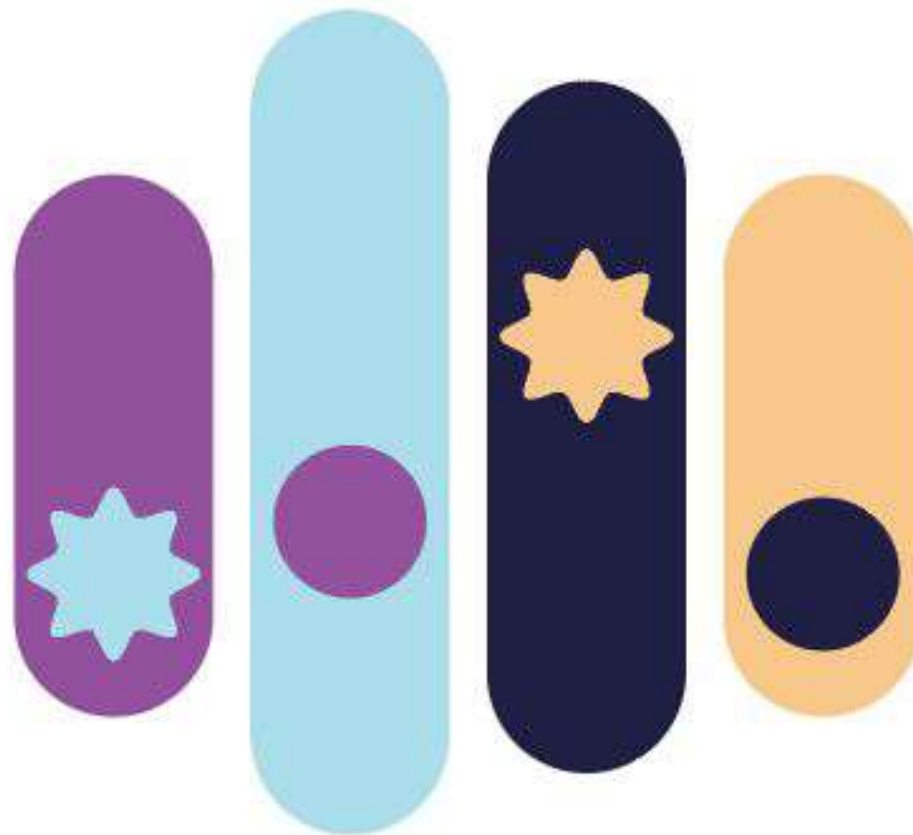


LUNCH  
*menu*



CATERING  
*menu*

# Repetición



**Repetición**





The background is a solid purple color. It features several white geometric elements: a circle in the top-left corner, a jagged star-like shape on the left edge, a small dot in the upper-right area, a jagged zig-zag shape on the right edge, a small dot in the bottom-left area, and a circle in the bottom-right corner.

# Espacio



**Espacio**

# Home of great wines

LEPA VIDA BOUTIQUE WINERY





# **Diseño responsivo (Responsive design)**

# Diseño responsivo.

- Empieza por dispositivos móviles.
- Separa las capas de contenido y funcionalidad.
- Usa sistemas de grillas y columnas.





# **Mejora progresiva (Progressive enhancement)**

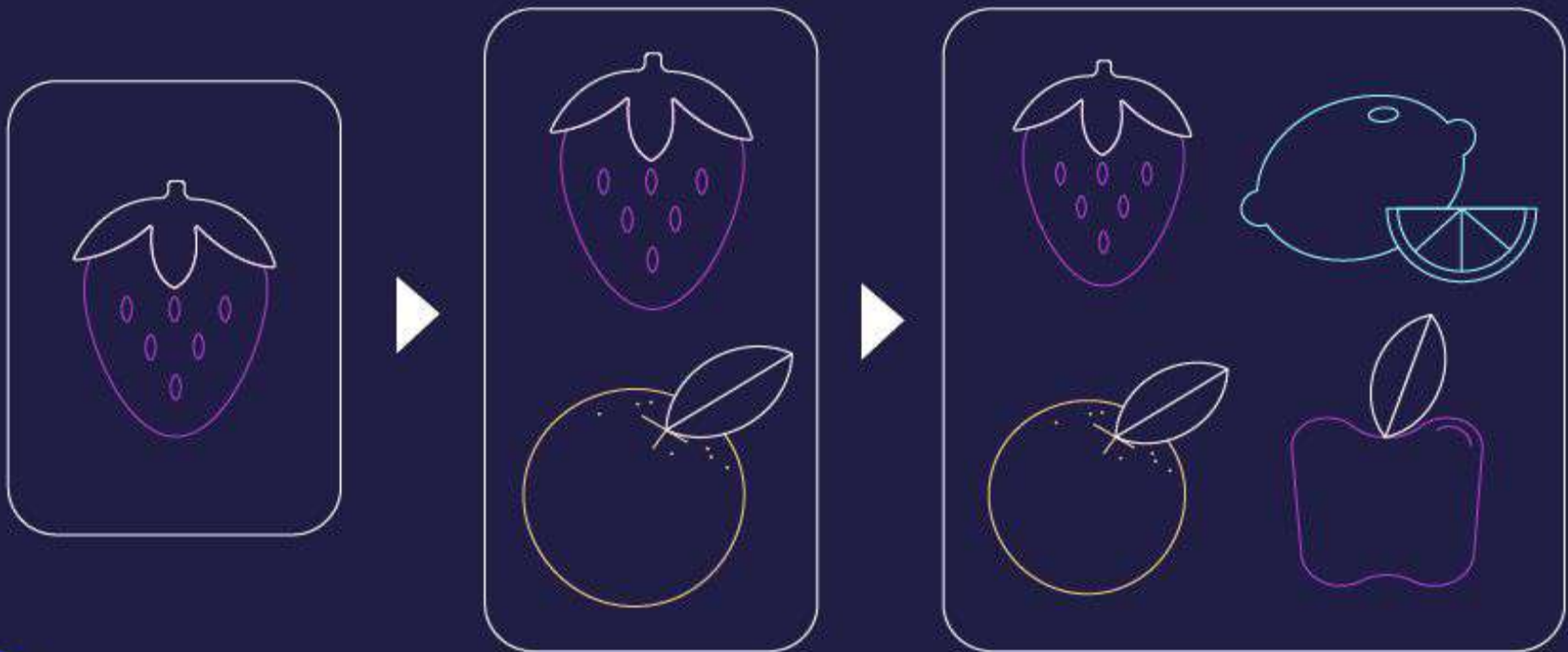


# Mejora progresiva

Consiste en partir de una base sólida a la que se le van añadiendo mejoras dependiendo de factores como tamaño de pantalla o sistema operativo.



# Mejora progresiva





# **Degradación agraciada (Graceful degradation)**

# ▮ Degradación 'agraciada'

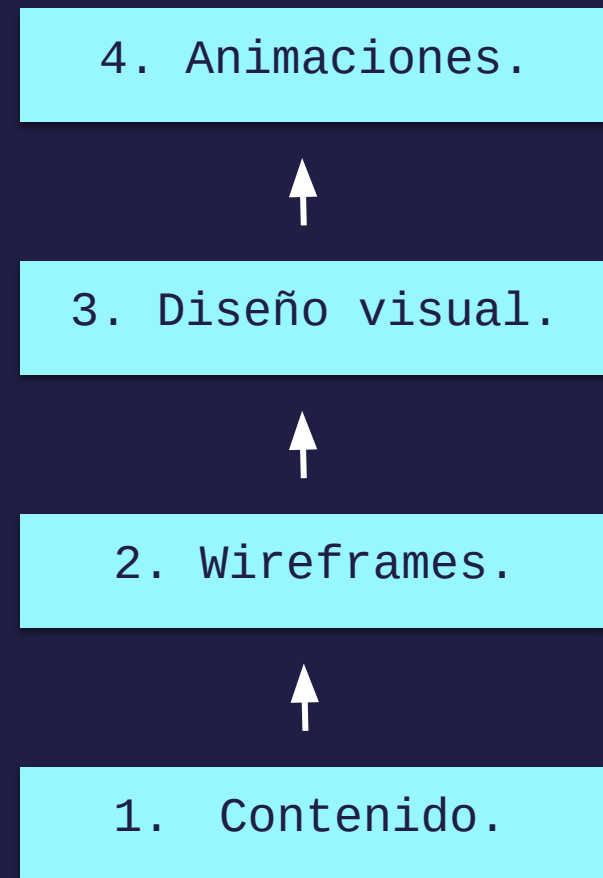
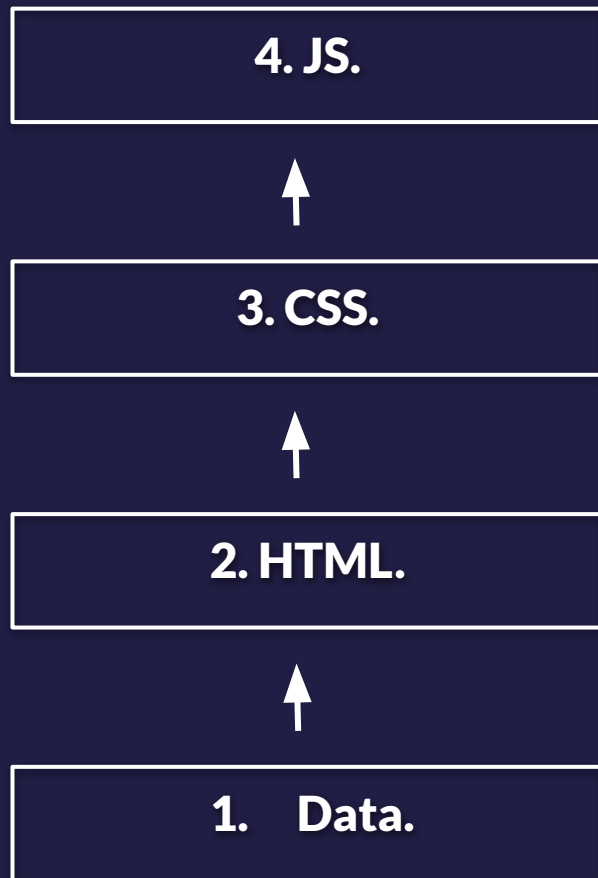
Consiste en partir de una versión completa a la que se le van removiendo capas de complejidad para garantizar su funcionamiento en todos los tamaños de pantalla y sistemas operativos.



# Degradación 'agraciada'.



# Mejora progresiva aplicada.





# Accesibilidad y diseño





“

El poder de la Web está en su  
universalidad.  
El acceso de todas las personas  
independientemente de la  
discapacidad es un aspecto esencial.

”



*Tim Berners-Lee, W3C Director.*

# ▮ Tips básicos de accesibilidad.

- Utiliza los encabezados de manera ordenada para organizar la estructura del contenido (HTML5 semántico).
- Utiliza tamaños de fuente accesibles.
- Utiliza colores que tengan un contraste adecuado.
- Garantiza que el código de color no sea la única forma de relacionar contenido.



# ▮ Tips básicos de accesibilidad.

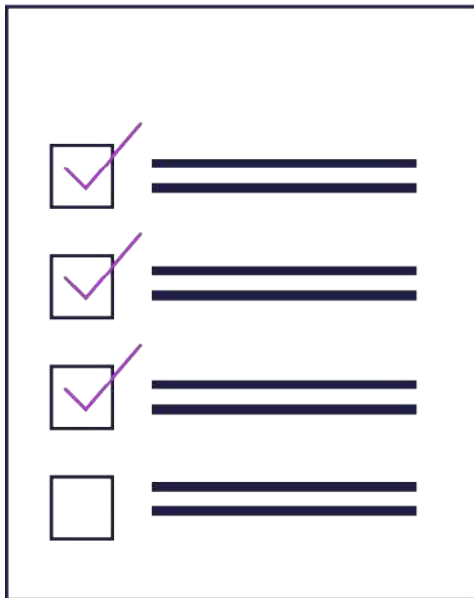
- Diseña teniendo en cuenta los estados “focus” y “active” de los componentes.
- Añade etiquetas y textos descriptivos a los campos de formulario.
- Escribe contenido descriptivo que pueda reemplazar videos e imágenes.
- Garantiza que las animaciones no bloqueen el acceso al contenido.





# **Brief y requerimientos técnicos**

# Brief y requerimientos técnicos.



El brief es la hoja de ruta para empezar a diseñar. Es el resultado de las conversaciones con el cliente e incluye datos sobre marca, objetivos y requerimientos de un proyecto.

# Contenido del brief.

Las secciones más comunes de un brief son:

- Descripción del cliente o empresa.
- Objetivos o retos.
- Target o audiencia.
- Competencia.
- Distribución.



# Creación del brief.



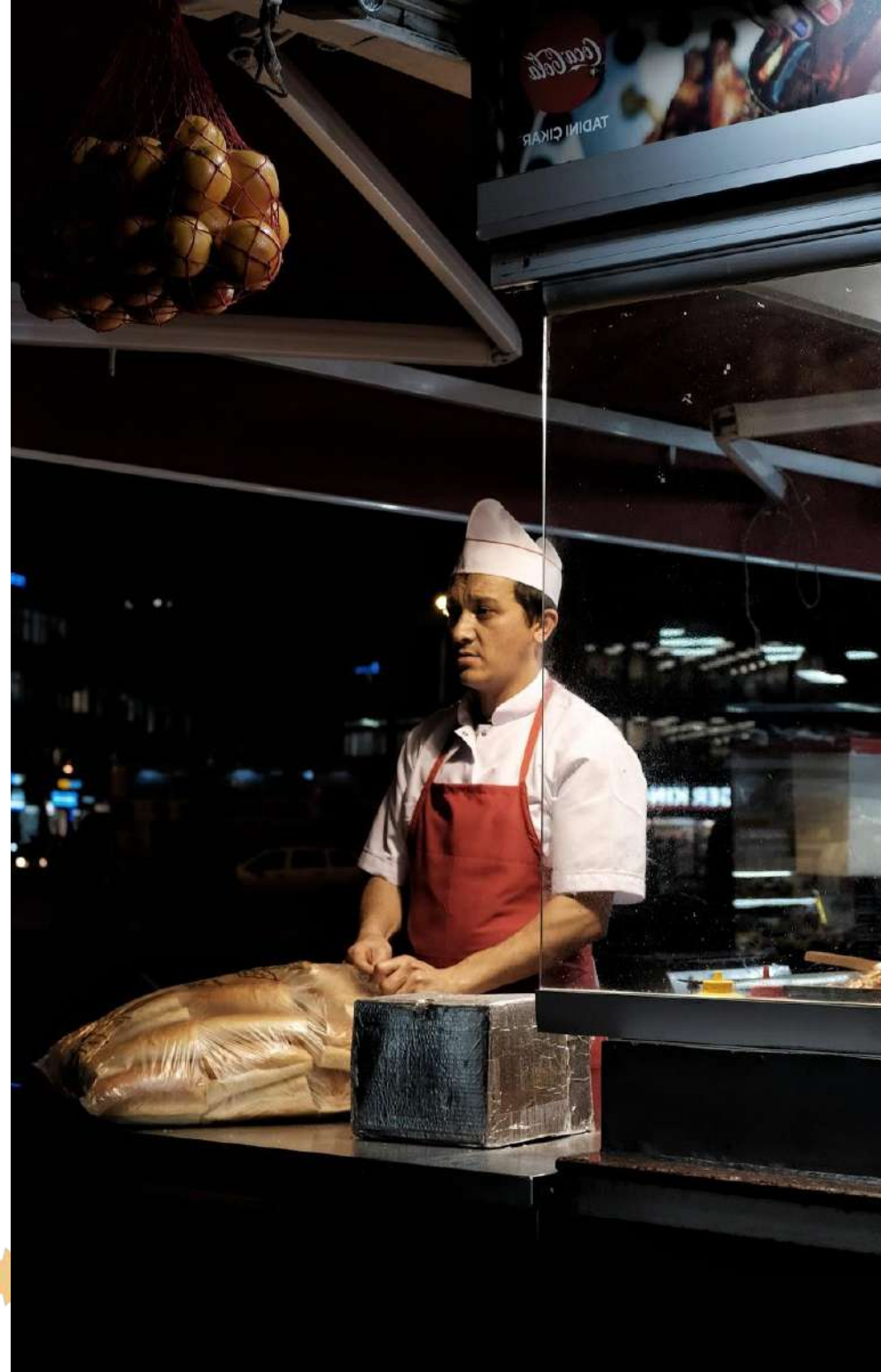
Seymour tiene un restaurante de hamburguesas desde hace 10 años pero **está perdiendo clientela debido al aumento de la competencia.**



Seymour se dio cuenta de que su marca estaba desactualizada y ya no estaba llamando la atención de su **público objetivo**: las personas entre 18 y 35 años.



A seymour se le ocurrió cambiar su marca de *'hamburguesas al vapor'* a *'steam burger'*

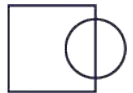




# Creación del brief.







Después de cambiar su marca y actualizar su logo, Seymour considera crear una página web en donde sus clientes puedan **consultar el menú de su restaurante, hacer reservaciones, pedir domicilios y consultar promociones.**



Con su idea de negocio definida. Seymour decide contactarte para hacer su página web.








# **Diseño UX**

## **(Diseño de experiencia de usuario)**



“  
Si queremos que a nuestros  
usuarios les guste nuestro  
software, deberíamos diseñarlo  
para que se comporte como una  
buena persona: respetuoso,  
generoso y colaborador.

”



*Alan Cooper, diseñador de software y programador.*

# Etapas del diseño UX.

1. Investigación.

2. Análisis.

3. Diseño.

4. Pruebas de usuario

# Diagramas de flujo



# Requerimientos.

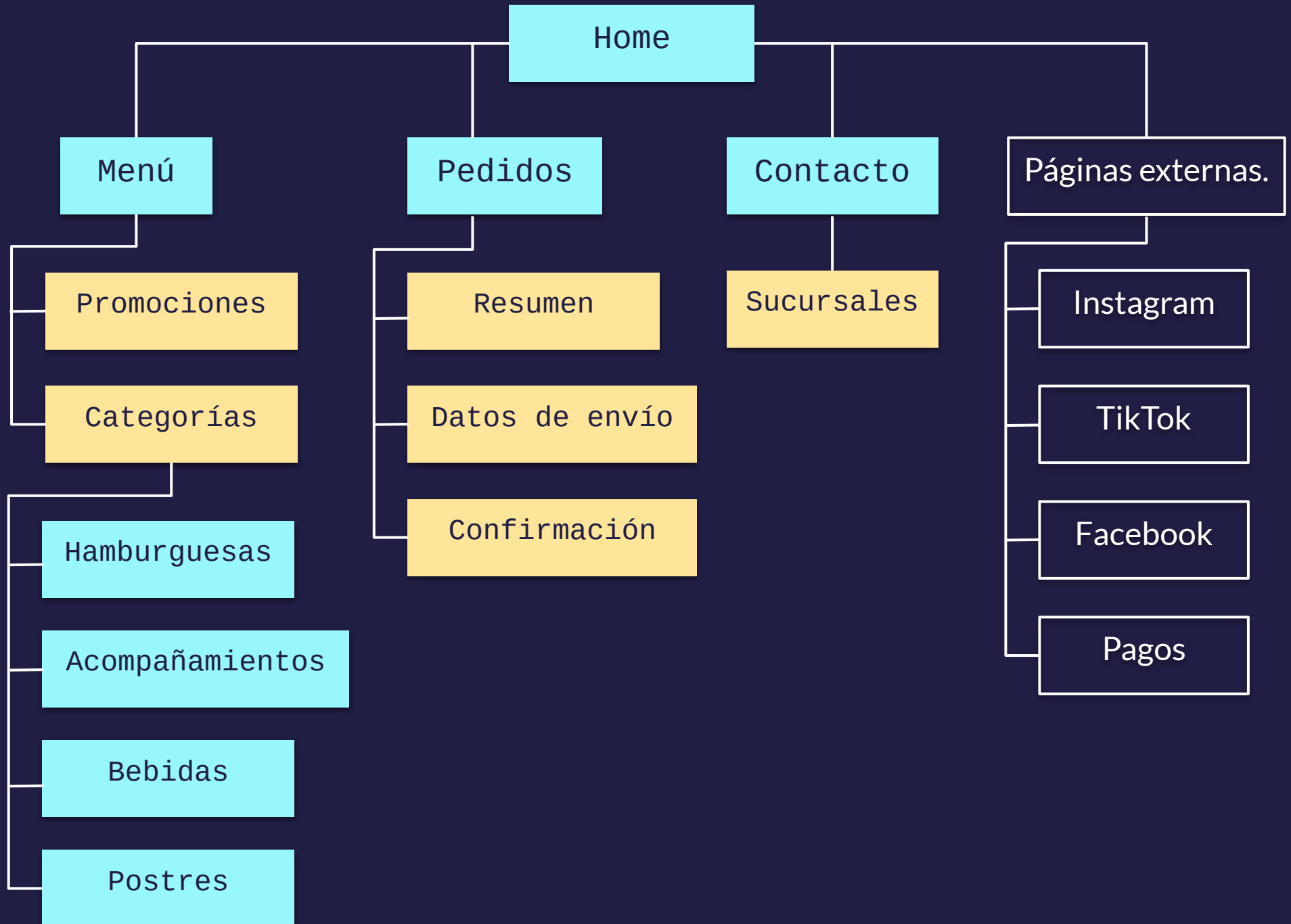
## Objetivo.

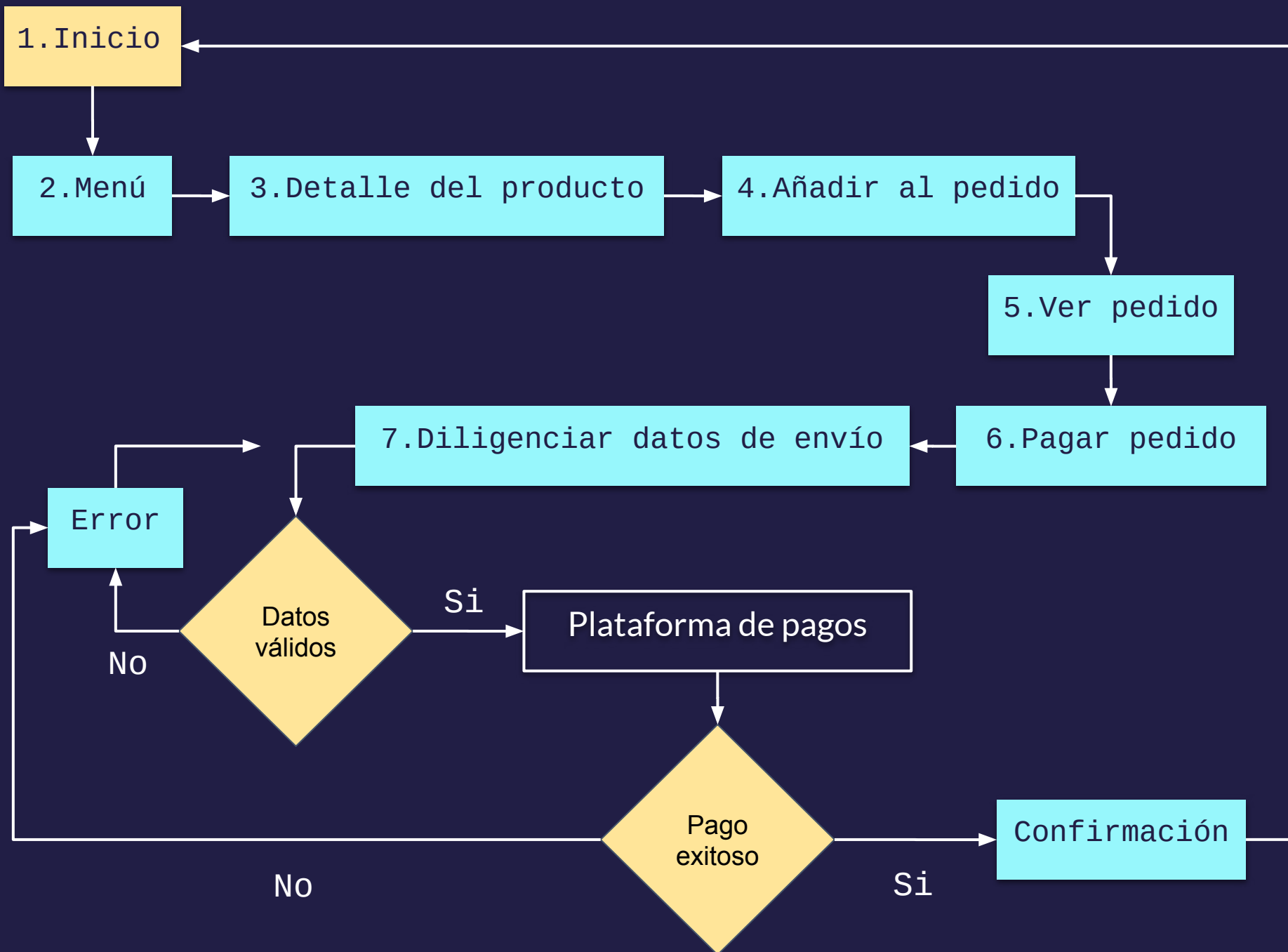
- Dar a conocer sus productos.
- Aumentar la presencia en línea.
- Hacer pedidos online.
- Dar a conocer su marca.

## Requerimiento.

- Menú y promociones.
- Redes sociales.
- Pedidos.
- Contacto y sucursales.









# Wireframes



≡ TITULO  
llamativo  
CTA

Menu

HAMBURGERSAS

Titulo  
Precio

Titulo - Precio

Agregar +

Sucursales

Ciudad  
Direccion  
telefono

≡ logo

Descubre  
Stem Burgers  
Horario

Menu

Hamburguesas | Acompañados | Bebidas | Postros

1  
2  
3  
4  
5

20% Sube un video a tik tok contandonos por qui te gis ta

Sucursales

# Steam Burgers

Texto secundario

Menu

## Ingredientes

10 años de tradicion con los mejores ingredientes premium.

## Nuestro menú

1

2

3

4

Nombre del plato

Descripcion de los ingredientes no mayor a cuatro lineas de texto.

\$15.00 +

Nombre del plato

Descripcion de los ingredientes no mayor a cuatro lineas de texto.

\$15.00 +

Nombre del plato

Descripcion de los ingredientes no mayor a cuatro lineas de texto.

\$15.00 +

Ver pedido

## Reto semanal





Sube un video a tu instagram con el hashtag #steamBurgers contandonos por que te gustan nuestras hamburguesas y obten 20% de descuento en tu pedido.

## Contacto

Telefono  
Direccion  
Horario

Instagram  
Facebook  
TikTok





# **Diseño UI**

## **(Diseño de interfaz de usuario)**

# ‖ Diferencias entre UI y UX.

## UX

Se enfoca en la investigación, prototipado y arquitectura de la información.

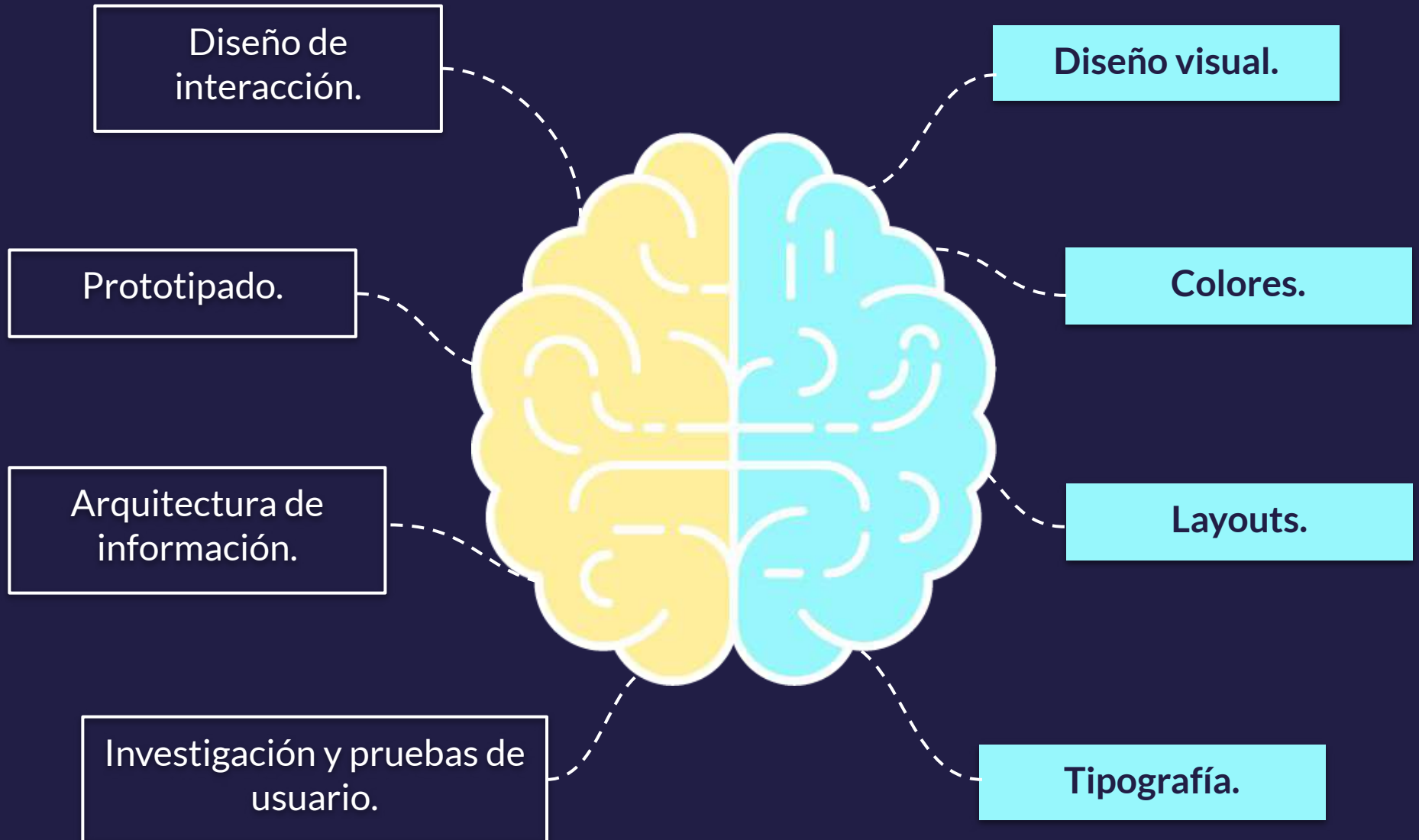
## UI

Se enfoca en la capa de estilos visuales que va por encima de la estructura de contenido.





# UX UI





# Moodboard y línea gráfica

# Moodboard

Un moodboard es una colección de referencias visuales que se usa como fuente de inspiración para un diseño.



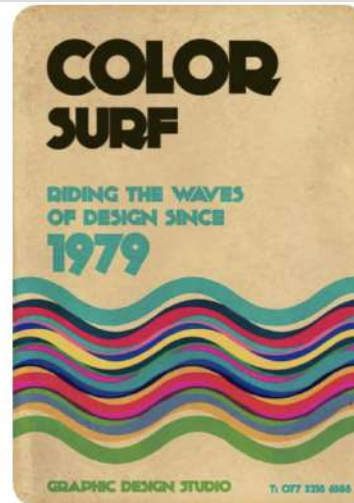




The 40 Tastiest Cheese Burger Combinations in Existence



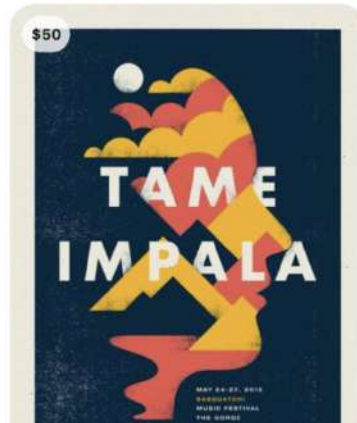
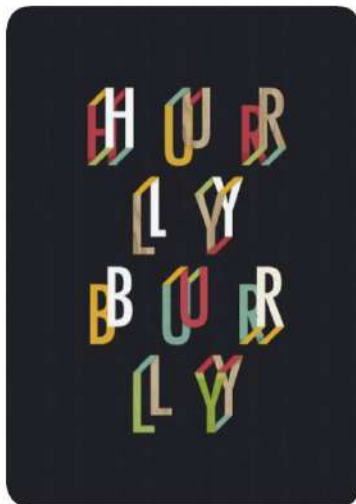
Hash brown cheeseburgers with pickled jalapeños - Simply...



Tumblr



Typography Inspiration | Part 11



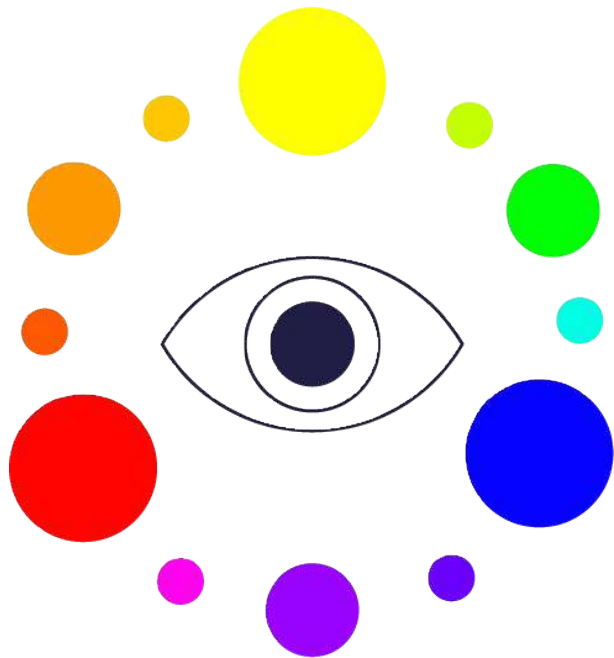
Cinema Tickets Retro Sign Colorful Typography Stock Vector...





# Teoría del color

# Psicología del color.



Es un área de estudio que se dedica a investigar la forma en la que el cerebro percibe los colores y los asocia a conceptos y sentimientos.





## Pasión.

Comida.  
Deportes.  
Entretenimiento.

## Diversión.

Arte.  
Comida.  
Eventos.

## Felicidad.

Comida.  
Compras.  
Ocio.



## Armonía.

Ambiente.  
Comida.  
Educación.



## Seguridad.

Agro.  
Bancos.  
Inmobiliarias.

## Sabiduría.

Productos niños.  
Salud.  
Tecnología.

## Confianza.

Finanzas.  
Salud.  
Seguros.

## Misterio.

Religión.  
Productos  
alternativos.



## Amor.

Belleza.  
Moda.  
Productos niños.

## Estabilidad.

Agro.  
Legal.  
Construcción.

## Neutral.

\*Todas las  
industrias.



## Elegancia.

\*Todas las  
industrias.

# Color para web.

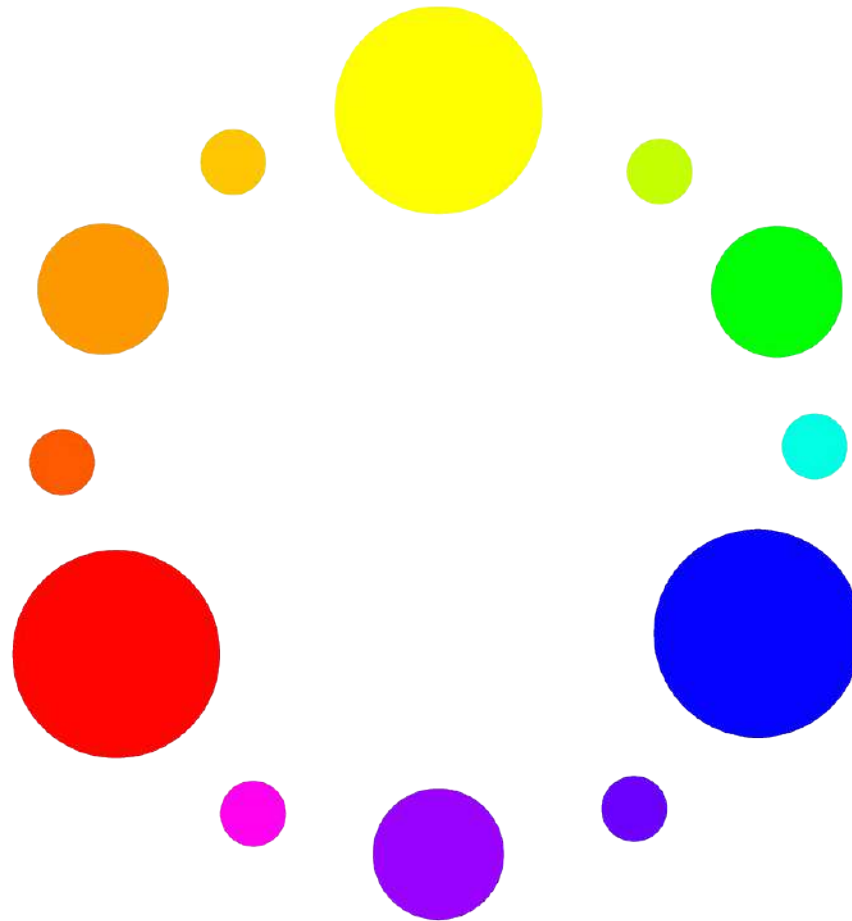
- Utiliza color RGB y hexadecimales.
- Crea un código de color consistente.
- Menos es más. El exceso de color hace que los usuarios no se puedan enfocar en una acción a la vez.
- Asegurate de que tu elección de color sea accesible.
- Define una paleta de color.





# Paletas de color

# Colores primarios, secundarios y terciarios



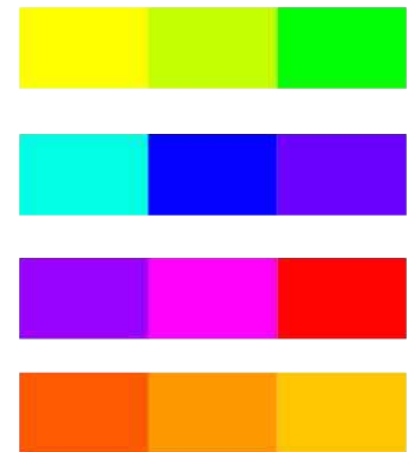
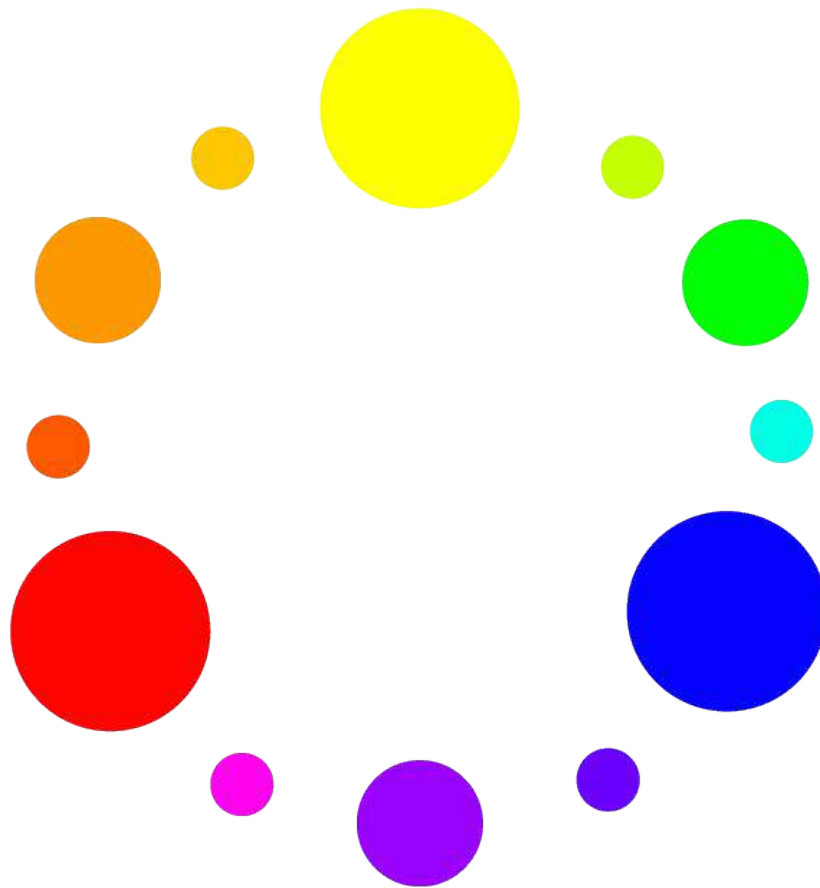
# Combinación monocromática

(Un color + diferente opacidad)



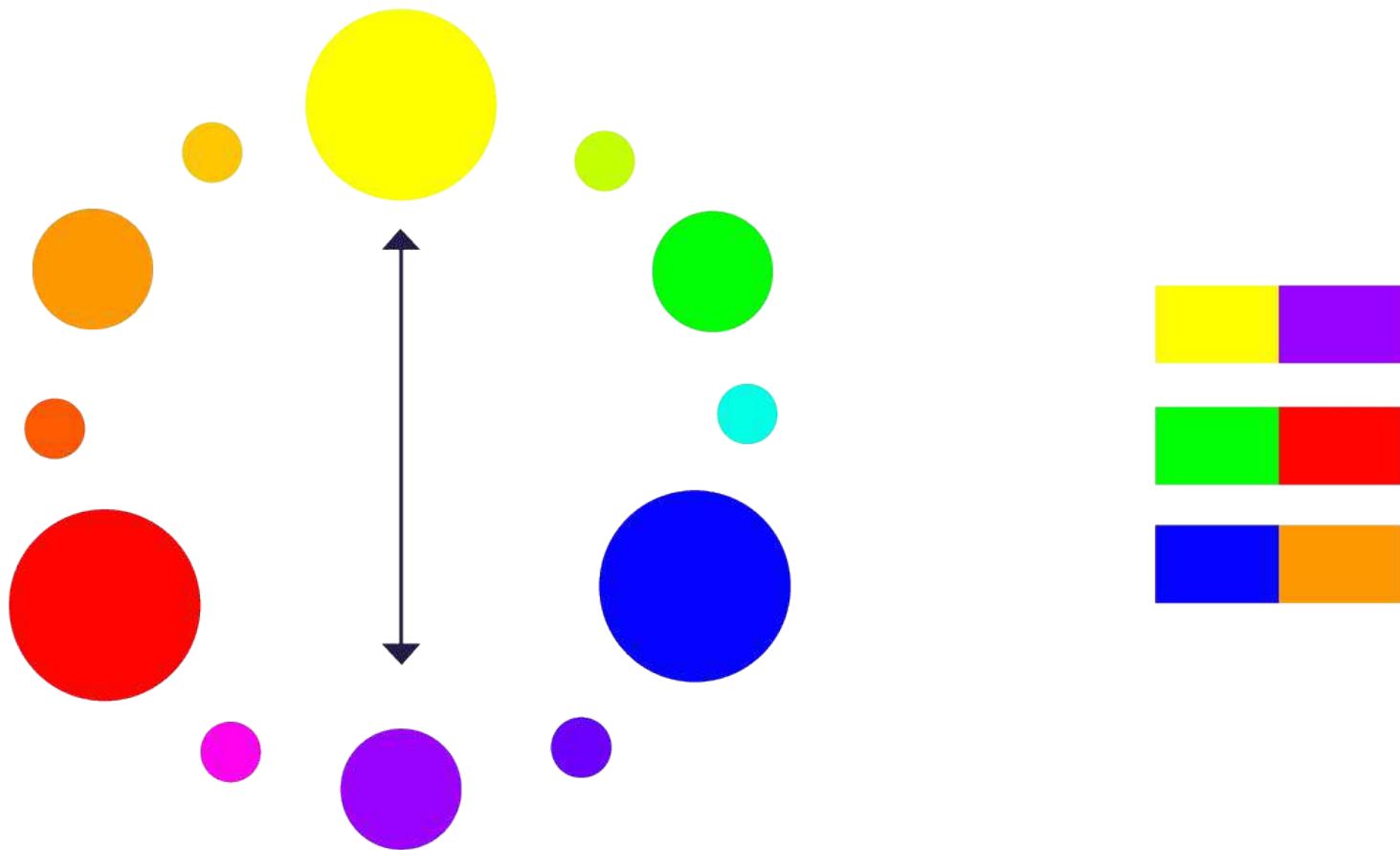


# Combinación análoga

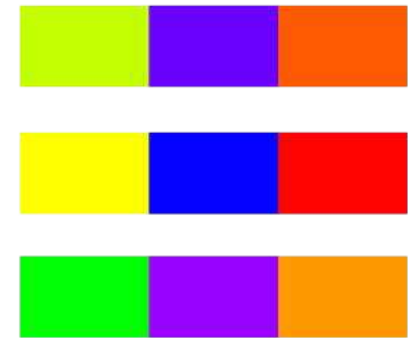
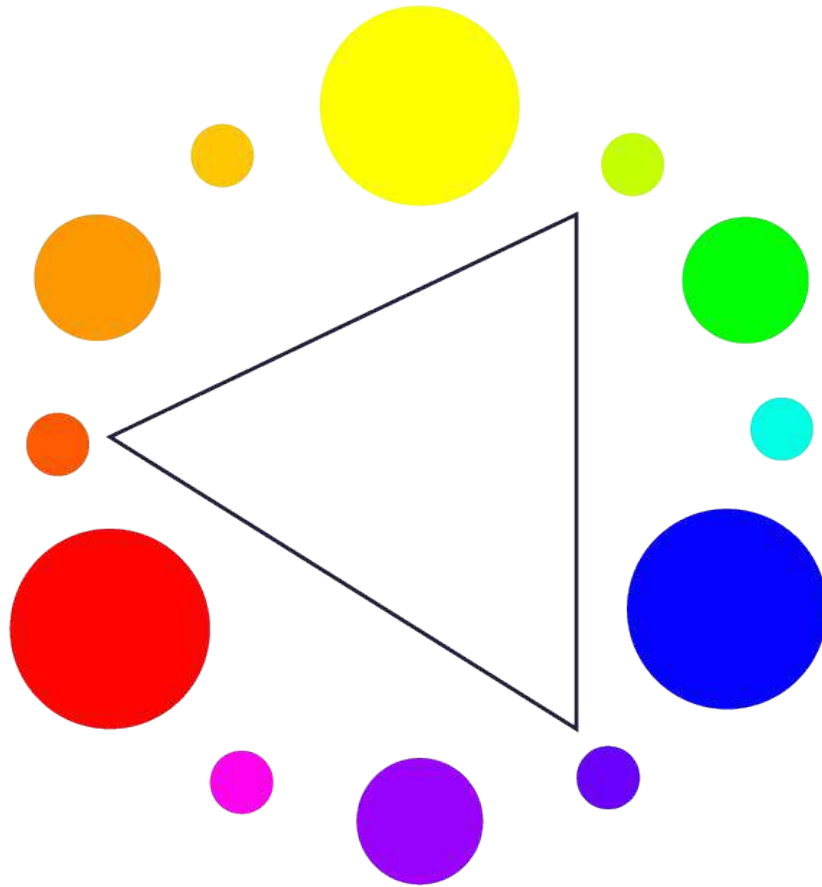


# Combinación complementaria

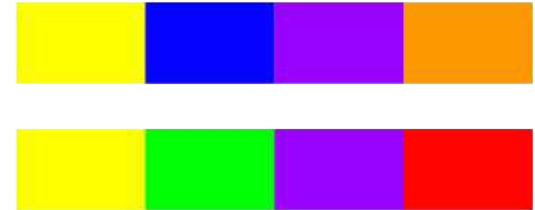
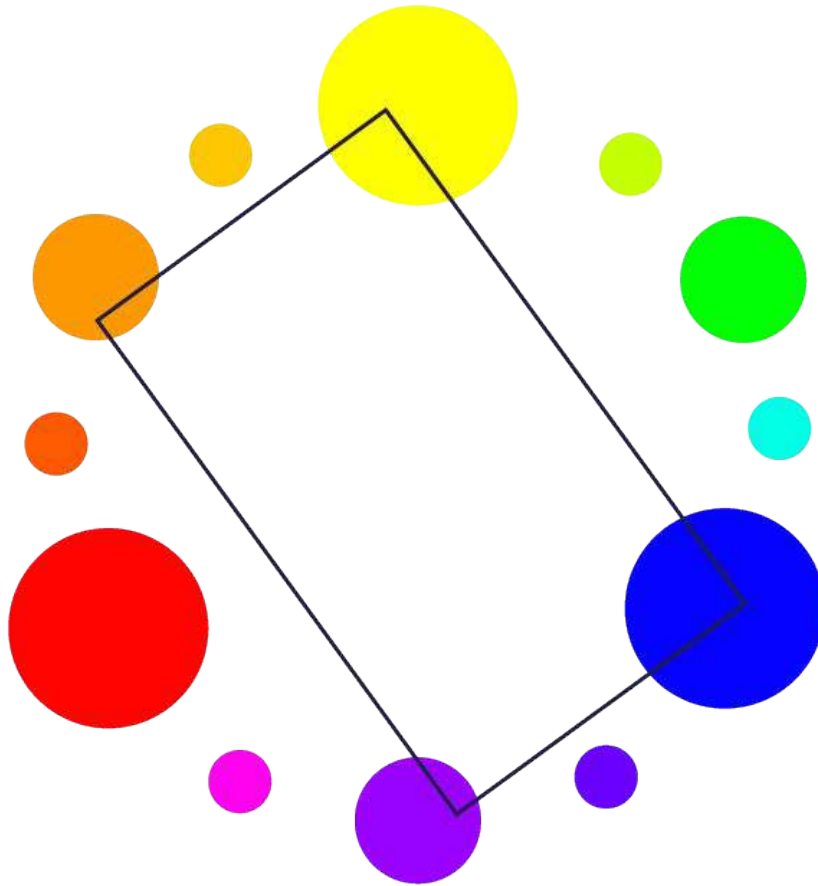
(Primario + secundario)



# Combinación Triádica.



# Combinación tétrada.



# Tipografía.



# Tips para el uso eficiente de tipografías.

- Mantén el número de fuentes al mínimo.
- Trata de usar fuentes estándar.
- Limita la cantidad de texto.
- Elige tipografías que sean legibles en diferentes tamaños.
- Mantén altos de línea espaciados.
- Asegurate de tener suficiente contraste.
- Evita usar animaciones intermitentes.



# Serif

Personalidad	Fuentes	Combina con	Usos
Tradicional. Sofisticada. Confiable. Práctica. Formal.	Droid Serif. Georgia. <b>Merriweather.</b> Playfair Display. Times.	Sans serif. Script. Display.	Logos. Textos de párrafo. Títulos. Impresos.

# Sans Serif

Personalidad	Fuentes	Combina con	Usos
Moderna. Limpia. Humanista. Geométrica. Universal.	Droid Sans. Lato. Open Sans. Roboto. Verdana.	Serif. Script. Slab Serif.	Logos. Textos de párrafo. Títulos. Textos pequeños.



# Script

Personalidad	Fuentes	Combina con	Usos
Elegante. Clásica. Formal. Sofisticada. Estilizada.	<i>Courgette.</i> <i>Lobster.</i> <i>Merienda.</i> <i>Pacífico.</i> <i>Satisfy.</i>	Serif. Sans serif.	Logos. Títulos. Invitaciones.



# Imágenes para web

# Formatos de imágenes para web

## JPG:

Indicado para fotografías o imágenes con degradados.

## PNG:

Indicado para imágenes decorativas que requieran un fondo transparente.



# Formatos de imágenes para web

## SVG:

Indicado para iconos y animaciones de baja complejidad. Es vectorial y permite editar sus propiedades con CSS.

## GIF:

No recomendado para animaciones de larga duración debido a su peso.



# Elegir imágenes para mi diseño.

- Elige imágenes que aporten al contenido.
- Utiliza imágenes en las que tu público objetivo se vea reflejado.





# Elegir imágenes para mi diseño.

- Elige imágenes consistentes con tu paleta de colores.
- Cuidado con las licencias.





# ▮ Rendimiento y accesibilidad.

- Evita exportar imágenes con texto incrustado.
- Exporta las imágenes al tamaño del contenedor final.
- Considera el uso de estrategias como 'lazy loading'.
- Asegurate de añadir 'alt text' a las imágenes que tengan un fin comunicativo.





# **Gráficos en movimiento para web**



# Formatos de gráficos en movimiento

## CSS animado:

Indicado para animaciones sencillas y transiciones.

## SVG animado:

Indicado para animaciones de elementos vectoriales.



# Formatos de gráficos en movimiento

## JS (Canvas, WebGL):

Indicado para animaciones complejas como animaciones de datos o 3D.

## Videos:

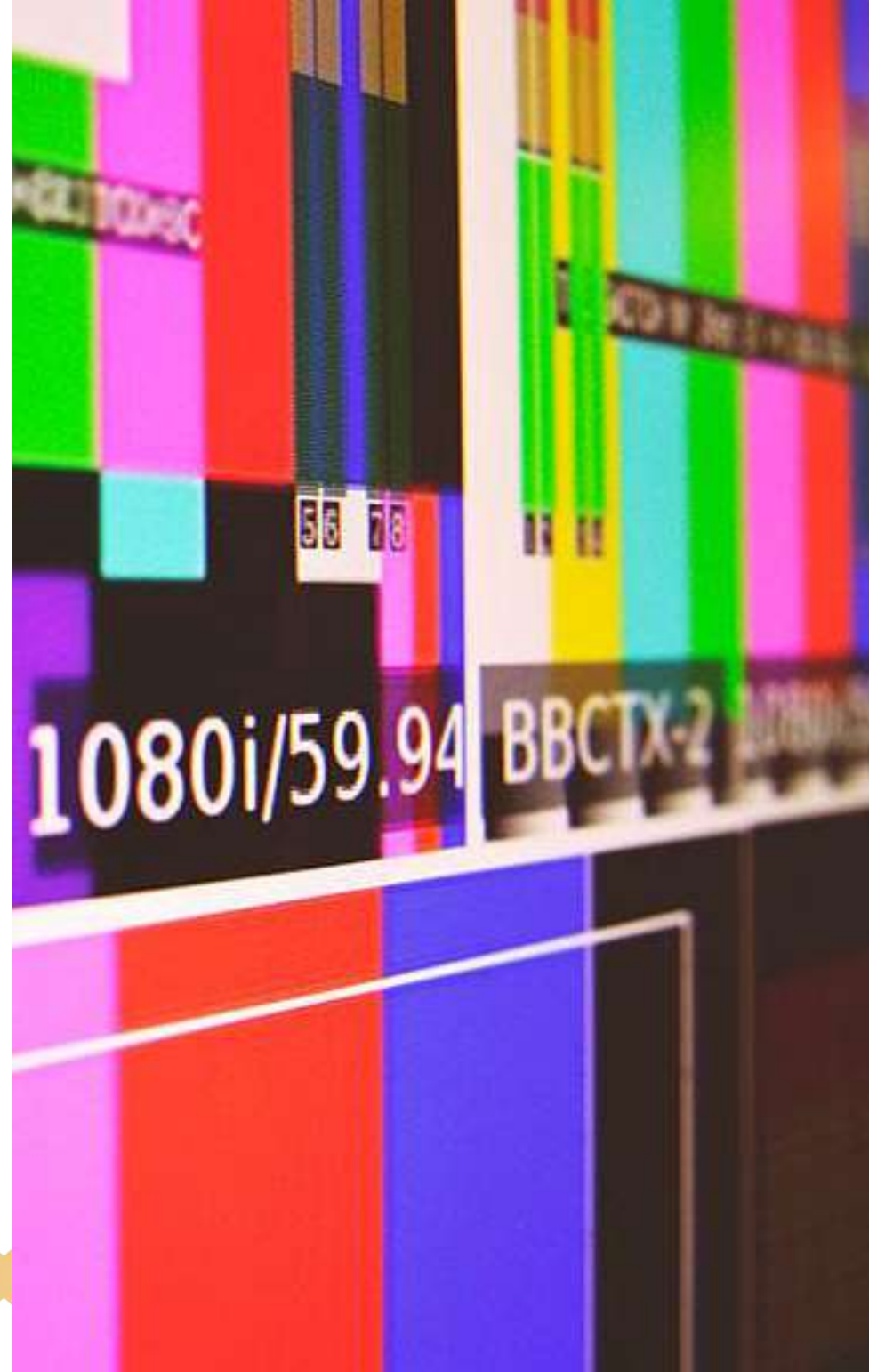
Indicado para filmaciones y animaciones de alta complejidad y corta duración.





# Elegir gráficos en movimiento

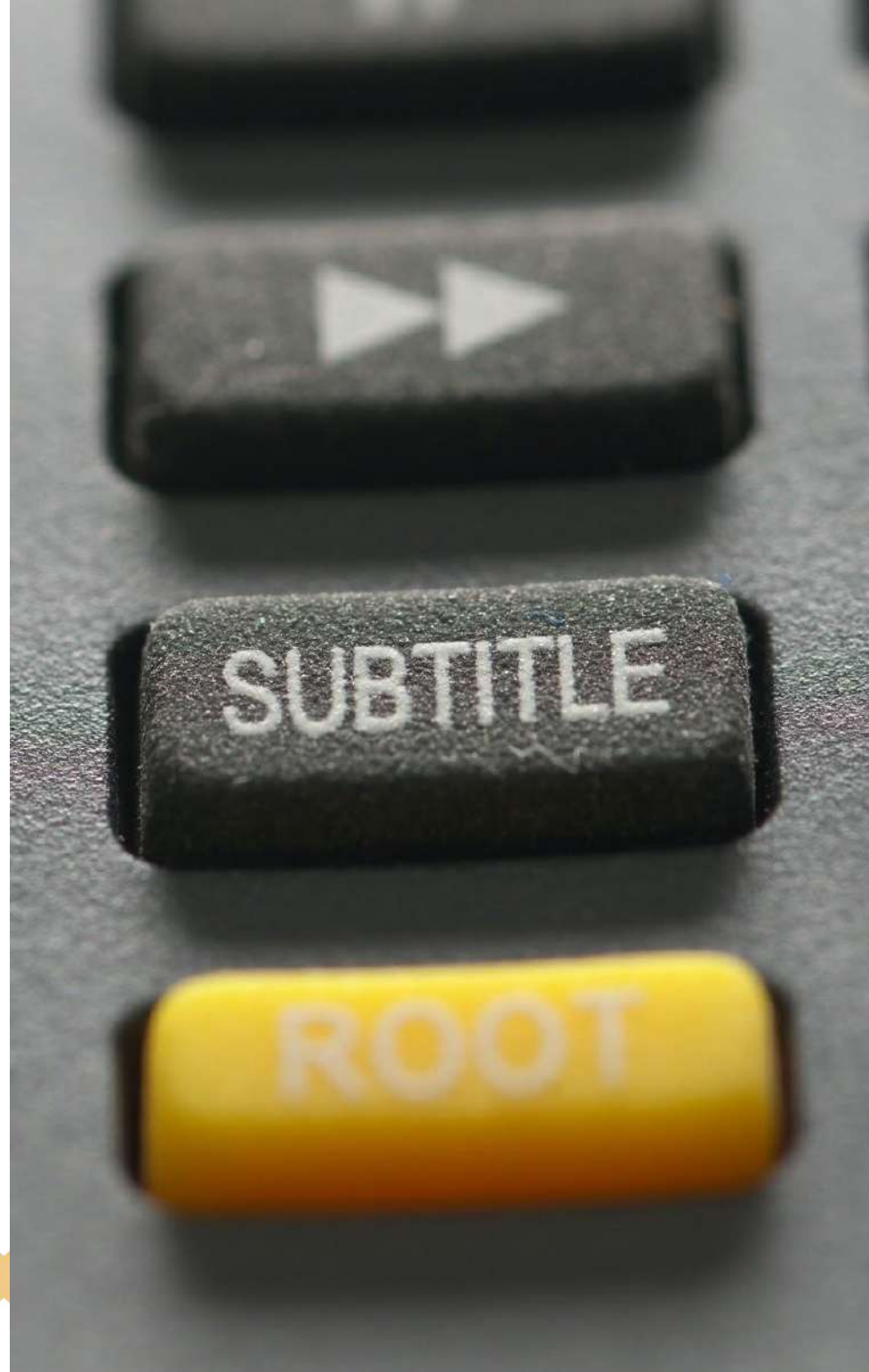
- Elige animaciones que aporten al contenido.
- Procura que no se reproduzcan automáticamente y si lo hacen, que no tengan sonido.





# Elegir gráficos en movimiento

- Evita que tus animaciones tengan flashes.
- Si tus animaciones aportan al contenido, añade subtítulos o transcripciones.



# Elegir gráficos en movimiento.

- Evita que las animaciones bloqueen la lectura básica del contenido.
- Recuerda que las animaciones y videos afectan el rendimiento de tu página.

