## **1) Propósito del Home**

**Por qué (objetivo social):** GOLDEN BITE busca **generar conciencia alimentaria**: explicar de forma sencilla qué hay detrás de cada bocado—ingredientes, porciones, alérgenos y alternativas—para que **cualquier persona** tome decisiones informadas y se relacione con la repostería desde el **disfrute consciente**.

**Para qué (venta):** Conectar ese conocimiento con una **experiencia de compra clara y honesta**, destacando productos de alta calidad, etiquetados con transparencia y filtros útiles (alérgenos, estilo de vida), para que el usuario encuentre su postre ideal **sin fricciones**.

## **2) Arquitectura del Home (wireframe conceptual)**

### **Hero (above the fold)**

* **H1 propuesto:** “Repostería para disfrutar con conciencia”
* **Subtítulo:** “Saborea calidad artesanal con información clara de ingredientes y alérgenos.”
* **CTA 1 (ruta comercio):** “Ver la tienda”
* **CTA 2 (ruta social):** “Aprende sobre ingredientes”
* **CTA secundario:** “Explorar categorías”

### **Propuesta de valor (3 balas)**

* **Transparencia total:** lista de ingredientes y alérgenos visible.
* **Elecciones informadas:** guías rápidas y glosario útil.
* **Compromiso ambiental:** empaques responsables y proveedores locales.

### **Tienda destacada**

* **Mini-categorías/chips:** Pasteles | Tartaletas | Cupcakes | Sin azúcar | Veganos | Sin gluten\* (\*si aplica)
* **Píldoras de ayuda (guías rápidas):**
  1. “Cómo leer ingredientes en repostería”
  2. “Guía rápida de alérgenos comunes”
  3. “Porciones y conservación en casa”

### **Bloque editorial**

* **Artículos iniciales:**
  + *“Azúcar, endulzantes y sabor: ¿qué debo saber?”* — Diferencias, usos y consideraciones.
  + *“Harinas y texturas: del bizcocho esponjoso al brownie húmedo”* — Efecto de tipos de harina.
  + *“Alérgenos en repostería: identificación y prevención”* — Buenas prácticas para consumidores.
* **Enlace:** “Ver todos los artículos”
* **Glosario sugerido:** definiciones breves (p. ej., *gluten, emulsión, leudante, conservante, frosting, ganache*).

### **Conoce al equipo**

* **Formato mínimo:** Foto (opcional), **rol**, nombre, **pronombres opcionales**, 1 línea de **mini-manifiesto** (p. ej., “Creamos postres deliciosos y claros—sabes lo que comes.”).

### **Prueba social y valores**

* **Testimonios** (con consentimiento): 2–3 reseñas destacadas con iniciales o nombre y ciudad.
* **Sellos/compromisos:** “Hecho a mano”, “Info de alérgenos”, “Empaque eco”, “Proveedores locales”.

### **FAQ breve (4–6 ítems)**

* **Compras y envíos** (zonas, tiempos, costos).
* **Devoluciones/reembolsos** (condiciones).
* **Objetivo social** (por qué educamos).
* **Privacidad** (datos para pedidos/newsletter).
* **Alergias** (cómo identificar y solicitar aclaraciones).
* **Conservación** (cómo guardar, vida útil).

### **Newsletter / Comunidad (opcional)**

* **Copy:** “Recibe recetas, guías y novedades. Te escribiremos solo cuando sea útil.”
* **Finalidad de datos:** explicación breve, enlace a políticas.

### **Footer**

* **Legales:** Términos, Privacidad, Cookies.
* **Contacto:** WhatsApp/Email, horario de atención.
* **Redes sociales:** enlaces y accesos alternativos (texto + íconos con alt).

## **3) Microcopy sugerido (plantillas)**

### **H1 y subtítulo**

* **H1 (variantes):**
  1. “Repostería para disfrutar con conciencia”
  2. “Sabor honesto, información clara”
  3. “Postres deliciosos, decisiones informadas”
* **Subtítulo (variantes):**
  1. “Ingredientes transparentes, opciones para ti.”
  2. “Encuentra tu postre ideal con información útil.”
  3. “Calidad artesanal y guías para elegir mejor.”

### **CTAs principales (A/B)**

* **Ruta comercio:**
  + A) “Ver la tienda”
  + B) “Comprar ahora”
* **Ruta social:**
  + A) “Aprende sobre ingredientes”
  + B) “Explora guías y glosario”
* **CTA secundario:**
  + A) “Explorar categorías”
  + B) “Ver opciones por estilo de vida”

### **Bullets de valor**

* “Ingredientes y alérgenos visibles en cada producto.”
* “Guías rápidas para elegir mejor según tus necesidades.”
* “Compromiso con empaques responsables y proveedores locales.”

### **Subtítulos por bloque**

* **Tienda destacada:** “Encuentra tu favorito” — “Filtra por estilo de vida y alérgenos.”
* **Editorial:** “Aprende y disfruta” — “Artículos breves para elegir con confianza.”
* **Equipo:** “Quienes hornean y cuentan” — “Conoce el porqué de nuestra cocina.”
* **Valores y testimonios:** “Lo que creemos, lo que dicen” — “Compromisos y experiencias reales.”
* **FAQ:** “Preguntas frecuentes” — “Respuestas rápidas a tus dudas.”
* **Newsletter:** “Únete a la comunidad” — “Te enviaremos solo lo útil.”

## **4) Principios de UX inclusiva**

* **Filtros sin género** y lenguaje **no binario** (“para ti / para cualquier persona”).
* **Imágenes diversas** (edad, tono de piel, contextos, corporalidades).
* **Pronombres opcionales** en perfiles del equipo.
* **Privacidad clara**: finalidad de datos, control de suscripción, baja fácil.
* **Contenido legible**: frases cortas, jerarquía visual, iconografía de apoyo.

## **5) Checklist de accesibilidad (A11y)**

* **Contraste AA/AAA** en texto y botones; tamaños de fuente adecuados.
* **Foco visible** en navegación por teclado; orden lógico de tabulación.
* **Alt text** significativo en imágenes (producto, decorativas marcadas como decorativas).  
  **1) Propósito del Home**

**Por qué (objetivo social):** GOLDEN BITE busca **generar conciencia alimentaria**: explicar de forma sencilla qué hay detrás de cada bocado—ingredientes, porciones, alérgenos y alternativas—para que **cualquier persona** tome decisiones informadas y se relacione con la repostería desde el **disfrute consciente**.

**Para qué (venta):** Conectar ese conocimiento con una **experiencia de compra clara y honesta**, destacando productos de alta calidad, etiquetados con transparencia y filtros útiles (alérgenos, estilo de vida), para que el usuario encuentre su postre ideal **sin fricciones**.

## **2) Arquitectura del Home (wireframe conceptual)**

### **Hero (above the fold)**

* **H1 propuesto:** “Repostería para disfrutar con conciencia”
* **Subtítulo:** “Saborea calidad artesanal con información clara de ingredientes y alérgenos.”
* **CTA 1 (ruta comercio):** “Ver la tienda”
* **CTA 2 (ruta social):** “Aprende sobre ingredientes”
* **CTA secundario:** “Explorar categorías”

### **Propuesta de valor (3 balas)**

* **Transparencia total:** lista de ingredientes y alérgenos visible.
* **Elecciones informadas:** guías rápidas y glosario útil.
* **Compromiso ambiental:** empaques responsables y proveedores locales.

### **Tienda destacada**

* **Mini-categorías/chips:** Pasteles | Tartaletas | Cupcakes | Sin azúcar | Veganos | Sin gluten\* (\*si aplica)
* **Píldoras de ayuda (guías rápidas):**
  1. “Cómo leer ingredientes en repostería”
  2. “Guía rápida de alérgenos comunes”
  3. “Porciones y conservación en casa”

### **Bloque editorial**

* **Artículos iniciales:**
  + *“Azúcar, endulzantes y sabor: ¿qué debo saber?”* — Diferencias, usos y consideraciones.
  + *“Harinas y texturas: del bizcocho esponjoso al brownie húmedo”* — Efecto de tipos de harina.
  + *“Alérgenos en repostería: identificación y prevención”* — Buenas prácticas para consumidores.
* **Enlace:** “Ver todos los artículos”
* **Glosario sugerido:** definiciones breves (p. ej., *gluten, emulsión, leudante, conservante, frosting, ganache*).

### **Conoce al equipo**

* **Formato mínimo:** Foto (opcional), **rol**, nombre, **pronombres opcionales**, 1 línea de **mini-manifiesto** (p. ej., “Creamos postres deliciosos y claros—sabes lo que comes.”).

### **Prueba social y valores**

* **Testimonios** (con consentimiento): 2–3 reseñas destacadas con iniciales o nombre y ciudad.
* **Sellos/compromisos:** “Hecho a mano”, “Info de alérgenos”, “Empaque eco”, “Proveedores locales”.

### **FAQ breve (4–6 ítems)**

* **Compras y envíos** (zonas, tiempos, costos).
* **Devoluciones/reembolsos** (condiciones).
* **Objetivo social** (por qué educamos).
* **Privacidad** (datos para pedidos/newsletter).
* **Alergias** (cómo identificar y solicitar aclaraciones).
* **Conservación** (cómo guardar, vida útil).

### **Newsletter / Comunidad (opcional)**

* **Copy:** “Recibe recetas, guías y novedades. Te escribiremos solo cuando sea útil.”
* **Finalidad de datos:** explicación breve, enlace a políticas.

### **Footer**

* **Legales:** Términos, Privacidad, Cookies.
* **Contacto:** WhatsApp/Email, horario de atención.
* **Redes sociales:** enlaces y accesos alternativos (texto + íconos con alt).

## **3) Microcopy sugerido (plantillas)**

### **H1 y subtítulo**

* **H1 (variantes):**
  1. “Repostería para disfrutar con conciencia”
  2. “Sabor honesto, información clara”
  3. “Postres deliciosos, decisiones informadas”
* **Subtítulo (variantes):**
  1. “Ingredientes transparentes, opciones para ti.”
  2. “Encuentra tu postre ideal con información útil.”
  3. “Calidad artesanal y guías para elegir mejor.”

### **CTAs principales (A/B)**

* **Ruta comercio:**
  + A) “Ver la tienda”
  + B) “Comprar ahora”
* **Ruta social:**
  + A) “Aprende sobre ingredientes”
  + B) “Explora guías y glosario”
* **CTA secundario:**
  + A) “Explorar categorías”
  + B) “Ver opciones por estilo de vida”

### **Bullets de valor**

* “Ingredientes y alérgenos visibles en cada producto.”
* “Guías rápidas para elegir mejor según tus necesidades.”
* “Compromiso con empaques responsables y proveedores locales.”

### **Subtítulos por bloque**

* **Tienda destacada:** “Encuentra tu favorito” — “Filtra por estilo de vida y alérgenos.”
* **Editorial:** “Aprende y disfruta” — “Artículos breves para elegir con confianza.”
* **Equipo:** “Quienes hornean y cuentan” — “Conoce el porqué de nuestra cocina.”
* **Valores y testimonios:** “Lo que creemos, lo que dicen” — “Compromisos y experiencias reales.”
* **FAQ:** “Preguntas frecuentes” — “Respuestas rápidas a tus dudas.”
* **Newsletter:** “Únete a la comunidad” — “Te enviaremos solo lo útil.”

## **4) Principios de UX inclusiva**

* **Filtros sin género** y lenguaje **no binario** (“para ti / para cualquier persona”).
* **Imágenes diversas** (edad, tono de piel, contextos, corporalidades).
* **Pronombres opcionales** en perfiles del equipo.
* **Privacidad clara**: finalidad de datos, control de suscripción, baja fácil.
* **Contenido legible**: frases cortas, jerarquía visual, iconografía de apoyo.

## **5) Checklist de accesibilidad (A11y)**

* **Contraste AA/AAA** en texto y botones; tamaños de fuente adecuados.
* **Foco visible** en navegación por teclado; orden lógico de tabulación.
* **Alt text** significativo en imágenes (producto, decorativas marcadas como decorativas).
* **Encabezados semánticos** (H1-H2-H3 coherentes).
* **Formularios etiquetados** (labels, errores descriptivos, hints).
* **Contenido comprensible** (lectura B1-B2), no depender solo de color para comunicar.

## **6) Mapa de páginas y plantillas (Flask/Jinja, sin código)**

* **base.html** — Layout global (header, nav, footer, modales, toasts).
* **home.html** — Bloques: hero, valor, tienda destacada, editorial, equipo, valores/testimonios, FAQ, newsletter.
* **articulos\_list.html** / **articulo\_detalle.html** — Listado y detalle con índice lateral, tiempo de lectura, glosario contextual.
* **tienda\_list.html** / **producto\_detalle.html** — Filtros (categoría, alérgenos, estilo de vida), etiquetas claras, recomendaciones.
* **equipo.html** — Perfiles breves, pronombres opcionales, manifiesto extendido.
* **politicas.html** — Privacidad, cookies, términos (lenguaje claro).
* **glosario.html** (opcional) — Términos clave con buscador.

## **7) Métricas y objetivos del Home**

* **Descubrimiento:** % usuarios que ven hero completo y chips de categoría; **scroll depth**.
* **Interés:** CTR a **“Ver la tienda”** y a **“Aprende sobre ingredientes”**; tiempo en bloque editorial.
* **Confianza:** clics en etiquetas de **ingredientes/alérgenos**, visitas a **políticas**.
* **Conversión:** **Add-to-Cart**, inicio de checkout, tasa de conversión.
* **Comunidad:** suscripciones newsletter, compartidos en redes.

## **8) Roadmap de contenidos**

* **MVP (Semana 1):** hero con 2 CTAs + 1 secundario, 3 bullets de valor, chips de categorías, 3 artículos semilla (títulos + 1 línea), mini-equipo (2 perfiles), bloque de valores/testimonios (1–2), FAQ (5 ítems), footer legal.
* **Iteración 1 (Semana 2–3):** glosario básico, guías rápidas ampliadas, ficha de producto con tabla nutricional (si aplica), mejoras A11y.
* **Iteración 2 (Semana 4–6):** newsletter/comunidad, manifiesto extendido, más testimonios con consentimiento, comparador de productos, etiquetas de huella ambiental (si procede).

## **9) Criterios de aceptación del MVP**

* **CTAs visibles** en el hero (comercio + social + secundario).
* **3 bullets** de propuesta de valor presentes y legibles.
* **3 artículos** listados con titular + 1 línea.
* **Mini-equipo** con roles y mini-manifiesto.
* **FAQ 5 ítems** respondidos con claridad.
* **Footer legal** con enlaces funcionales.

## **10) Contenido pendiente por el equipo**

* **Logotipo** en alta resolución y versión accesible (alto contraste).
* **Fotos** del equipo y de productos con consentimiento y alt text preparado.
* **3 artículos semilla** (título + 2 líneas + imagen opcional).
* **Políticas** de privacidad, cookies y términos (legibles, breves).
* **Definir categorías y filtros** (alérgenos, estilo de vida) según inventario real.
* **Testimonios** con consentimiento explícito y lineamientos de uso de nombres/initiales.
* **Encabezados semánticos** (H1-H2-H3 coherentes).
* **Formularios etiquetados** (labels, errores descriptivos, hints).
* **Contenido comprensible** (lectura B1-B2), no depender solo de color para comunicar.

## **6) Mapa de páginas y plantillas (Flask/Jinja, sin código)**

* **base.html** — Layout global (header, nav, footer, modales, toasts).
* **home.html** — Bloques: hero, valor, tienda destacada, editorial, equipo, valores/testimonios, FAQ, newsletter.
* **articulos\_list.html** / **articulo\_detalle.html** — Listado y detalle con índice lateral, tiempo de lectura, glosario contextual.
* **tienda\_list.html** / **producto\_detalle.html** — Filtros (categoría, alérgenos, estilo de vida), etiquetas claras, recomendaciones.
* **equipo.html** — Perfiles breves, pronombres opcionales, manifiesto extendido.
* **politicas.html** — Privacidad, cookies, términos (lenguaje claro).
* **glosario.html** (opcional) — Términos clave con buscador.

## **7) Métricas y objetivos del Home**

* **Descubrimiento:** % usuarios que ven hero completo y chips de categoría; **scroll depth**.
* **Interés:** CTR a **“Ver la tienda”** y a **“Aprende sobre ingredientes”**; tiempo en bloque editorial.
* **Confianza:** clics en etiquetas de **ingredientes/alérgenos**, visitas a **políticas**.
* **Conversión:** **Add-to-Cart**, inicio de checkout, tasa de conversión.
* **Comunidad:** suscripciones newsletter, compartidos en redes.

## **8) Roadmap de contenidos**

* **MVP (Semana 1):** hero con 2 CTAs + 1 secundario, 3 bullets de valor, chips de categorías, 3 artículos semilla (títulos + 1 línea), mini-equipo (2 perfiles), bloque de valores/testimonios (1–2), FAQ (5 ítems), footer legal.
* **Iteración 1 (Semana 2–3):** glosario básico, guías rápidas ampliadas, ficha de producto con tabla nutricional (si aplica), mejoras A11y.
* **Iteración 2 (Semana 4–6):** newsletter/comunidad, manifiesto extendido, más testimonios con consentimiento, comparador de productos, etiquetas de huella ambiental (si procede).

## **9) Criterios de aceptación del MVP**

* **CTAs visibles** en el hero (comercio + social + secundario).
* **3 bullets** de propuesta de valor presentes y legibles.
* **3 artículos** listados con titular + 1 línea.
* **Mini-equipo** con roles y mini-manifiesto.
* **FAQ 5 ítems** respondidos con claridad.
* **Footer legal** con enlaces funcionales.

## **10) Contenido pendiente por el equipo**

* **Logotipo** en alta resolución y versión accesible (alto contraste).
* **Fotos** del equipo y de productos con consentimiento y alt text preparado.
* **3 artículos semilla** (título + 2 líneas + imagen opcional).
* **Políticas** de privacidad, cookies y términos (legibles, breves).
* **Definir categorías y filtros** (alérgenos, estilo de vida) según inventario real.
* **Testimonios** con consentimiento explícito y lineamientos de uso de nombres/initiales.