



Patatas Mora – Página web

Por Rodrigo de Miguel Fuente

Índice

Índice	2
Reunión con el cliente	2
Estimación de costes	3
Planificación del proyecto	4
Competidores visitados	5
Principios de diseño	5
Navegación	5
Sketch	7
Wireframe	10
Mockup	11
Paletas consideradas	12
Fuentes	13
Iconos	13
Disposición	13
Imágenes	13
Organización del proyecto	14
Uso de Node.js y npm	15
Pruebas de accesibilidad	16
GitHub	17

Reunión con el cliente

El cliente es una tienda de frutas y verduras local llamada Patatas Mora.

La página solicitada debe dejar a los clientes darse de alta e iniciar sesión para que puedan ser notificados de los precios y ofertas en sus productos favoritos y para que puedan tener asociadas ofertas personales.

Esta página estará dedicada a las compras de los productos.

Tendrá las siguientes secciones:

- página de inicio con las ofertas, los productos a buen precio y el inicio de sesión.
- información, con una breve historia del local, con los contactos y con los proveedores.
- productos, con una página de compra (reservarlo o pedirlo a domicilio en caso de vivir cerca) con un pequeño foro de discusión del producto, para que los potenciales clientes del comercio pregunten sobre el producto.

Deberá ser obvio como llegar a la página de los productos.

Tras una lluvia de ideas se ha decidido usar tonos verdes, ya que son los colores predominantes en la tienda física.

Nos reuniremos cada 2 semanas para hablar del estado de la página y posibles cambios o mejoras.

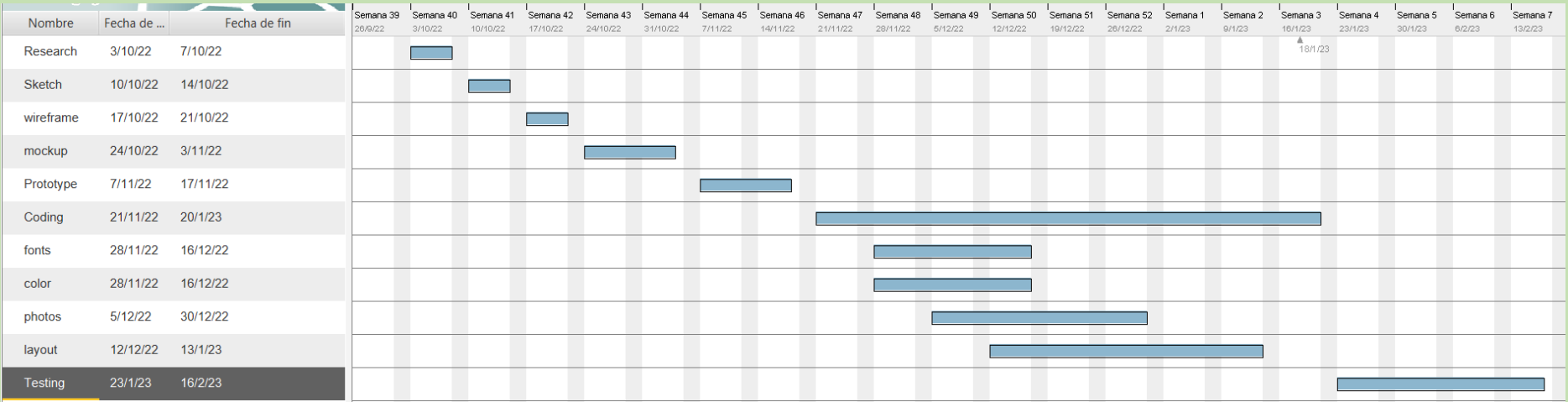
Se estima que el desarrollo terminará en marzo.

Estimación de costes

El cliente dispone de 1050€ para la página, esto incluye una página sencilla con los requisitos ya mencionados. El cambio imprevisto de los requisitos o extensión de los mismos podrá aumentar el coste dependiendo de la complejidad que conlleve.

Planificación del proyecto

Se ha estimado que el proyecto durará cuatro meses y medio, para visualizar mejor esto, se ha preparado un diagrama de Gantt con las partes del proyecto y su duración estimada.



Este grafico está sujeto a modificaciones por imprevistos, y, por simplicidad, no incluye las reuniones cada 2 semanas (o cuando pertinente) con el cliente.

Competidores visitados

(a lo largo de todo el desarrollo)

<https://www.granadafruits.es/>

Idea tomada: **buena disposición de las ofertas**

<https://huertatropical.com/>

Idea abandonada: **paleta de colores con amarillo**

<https://www.marinea.es/marinea/alicante/supermercado/tienda-de-fruta/>

Idea abandonada: **popup muy grande, demasiada información previa a los productos**

<https://www.tiendafrutasloscuriosos.com/gb/>

Idea abandonada: **demasiados colores**

Idea tomada: **foro para cada producto**

Otra idea abandonada ha sido el uso de fondo blanco, ya que me ha parecido que puede resultar molesto y dañino a los ojos si se está mucho tiempo en una página. Esta idea ha sido deducida de multitud de páginas, en conjunto.

Principios de diseño

Se ha usado la ley de similitud para el menú, haciendo que claramente se distingan los botones de navegación principales del de inicio de sesión.

La ley de la región común se ha usado para asociar precios y ofertas a un producto.

En la página individual para cada uno de los productos se usa la ley de proximidad para relacionar las partes sin poner ninguna delimitación física.

Se usa el espacio negativo para dar una sensación de simplicidad y no sobrecargar la página

Navegación

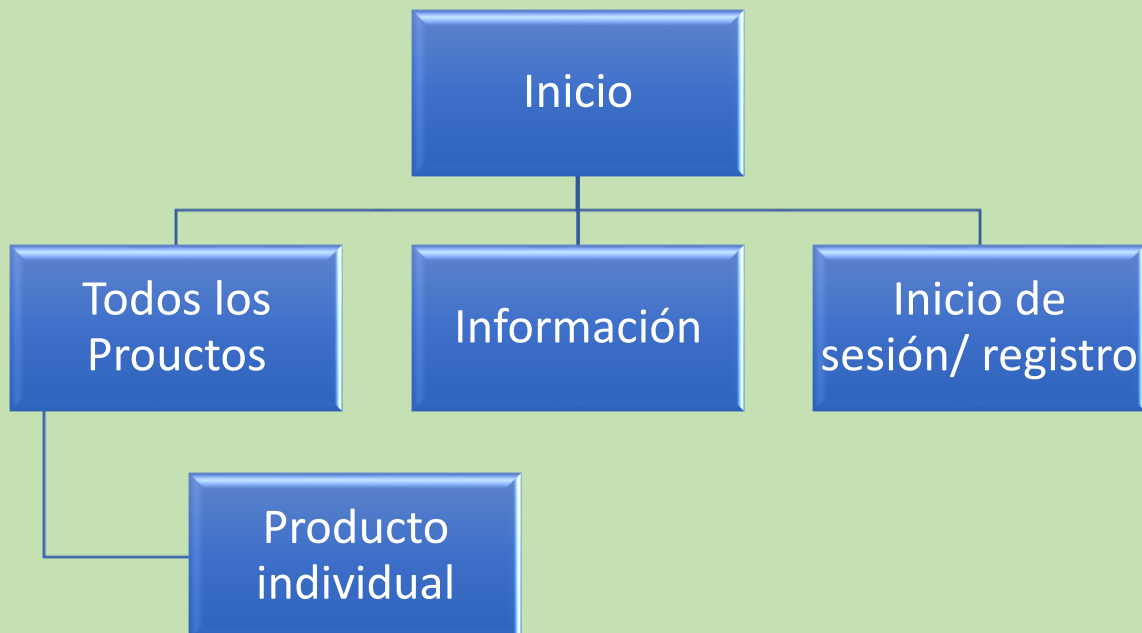
La navegación es uno de los aspectos más cuidados en la página, ha de ser intuitiva y los botones grandes, claros y visibles, ya que esperamos usuarios de avanzada edad con poco hábito de uso de internet.

En la cabecera se encuentra el logo y el menú. El logo de por sí es un enlace a la página principal. El menú consiste de 3 botones de navegación y uno de iniciar sesión. Los botones de navegación te llevan a la página de inicio, a la de productos y a la de información sobre el local. El botón de iniciar sesión te lleva a la página de iniciar sesión donde hay un botón para registrarse.

Cada producto en la página de inicio y la de productos lleva a la página de compra del producto.

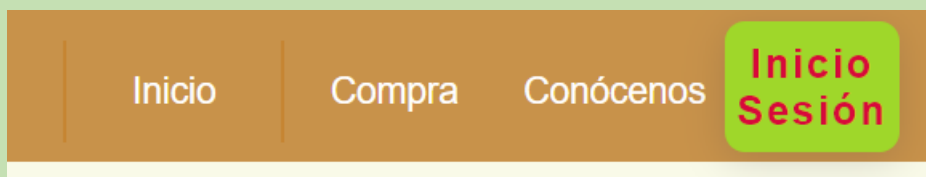
Hay también breadcrumbs para encontrar la ruta por la cual se llega a la página.

Mapa de navegación:

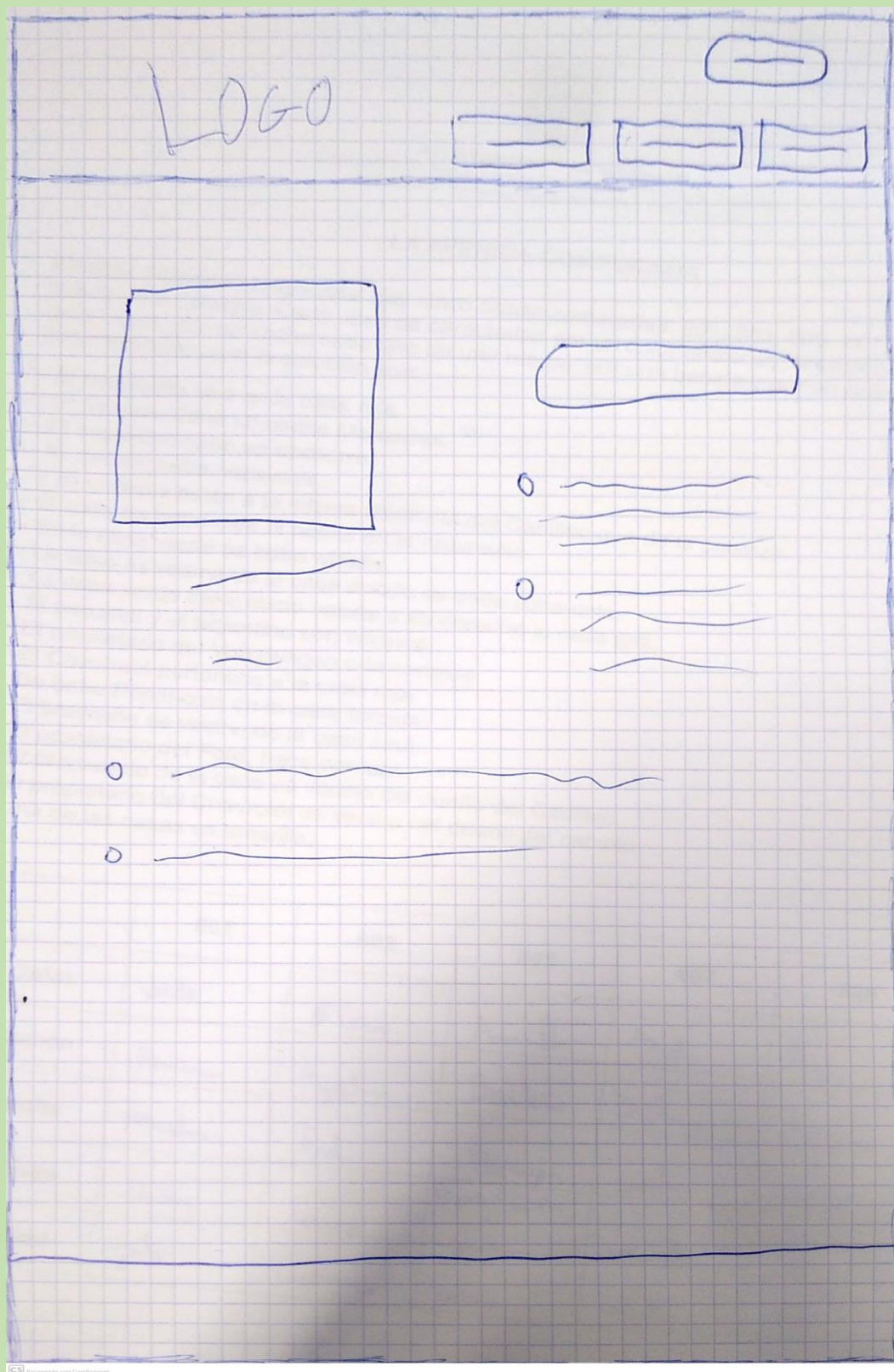


Los botones de navegación son claros, y su delimitación exacta aparece cuando el cursor está por encima.

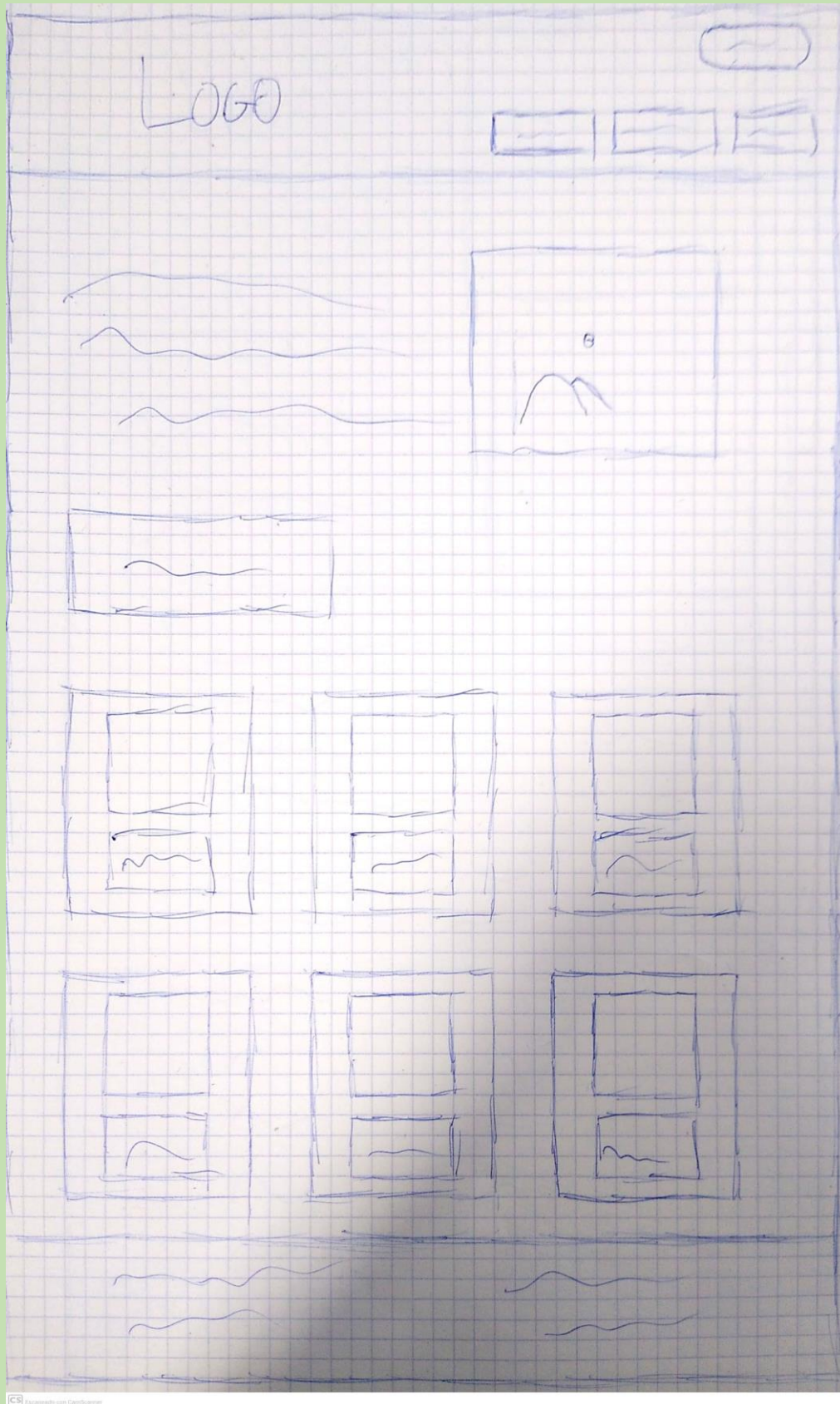
En este caso el primer botón tiene la delimitación, mientras los otros no.



Sketch



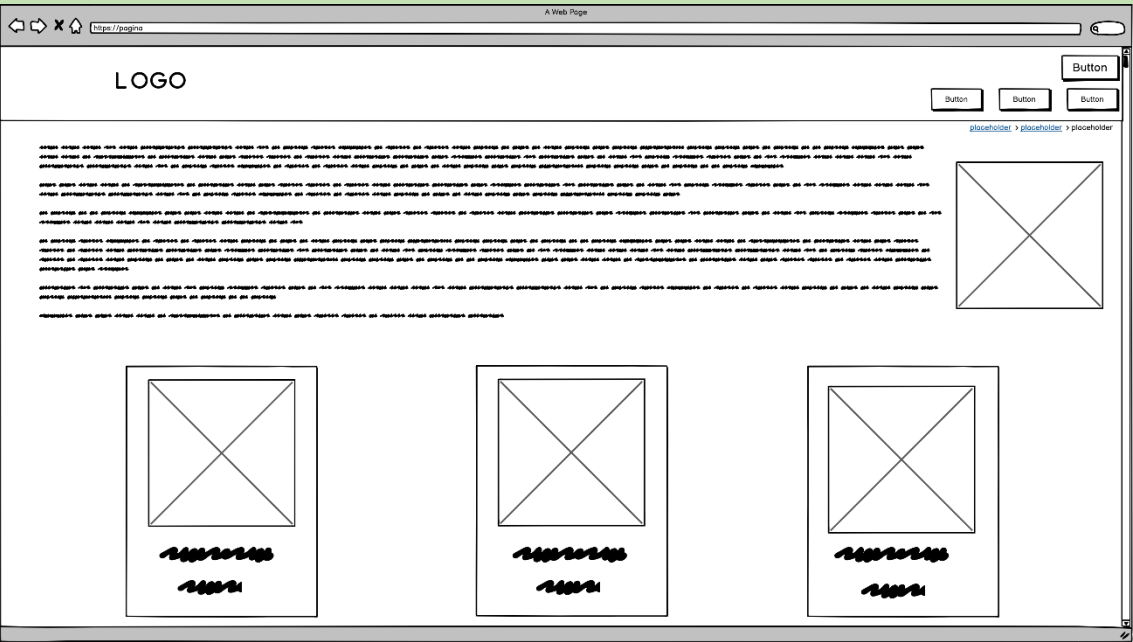
(Página del producto)



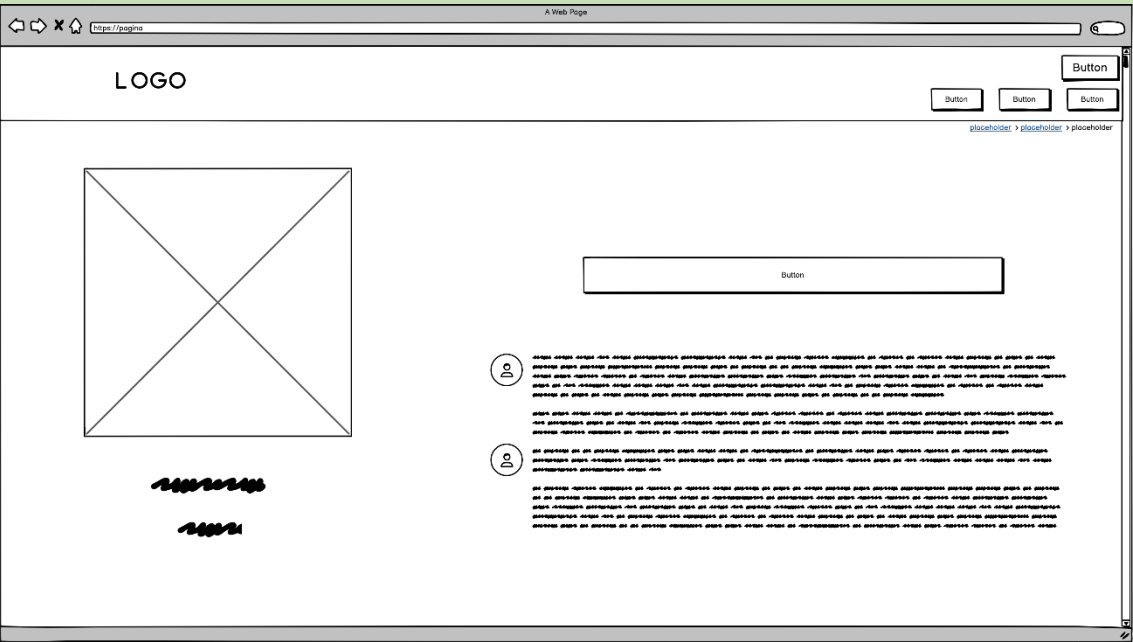
(página principal)

El cliente ha decidido quitar el cuadro para el texto en los productos.

Wireframe



(Página de Inicio)

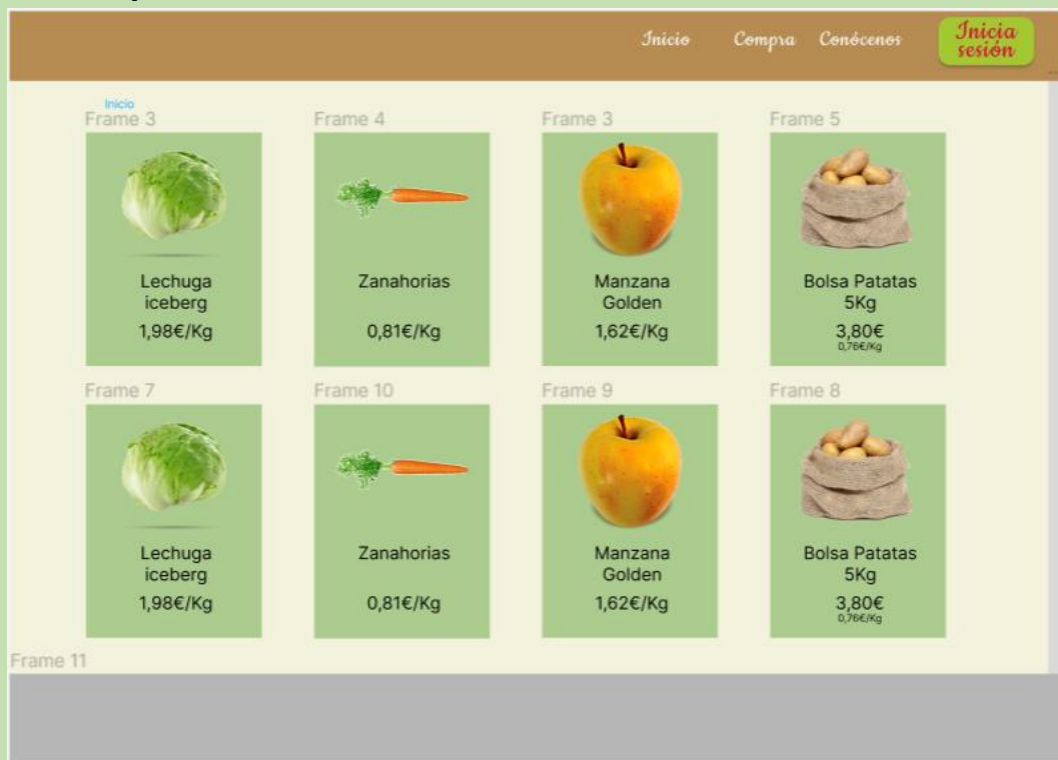


(Página del producto concreto)

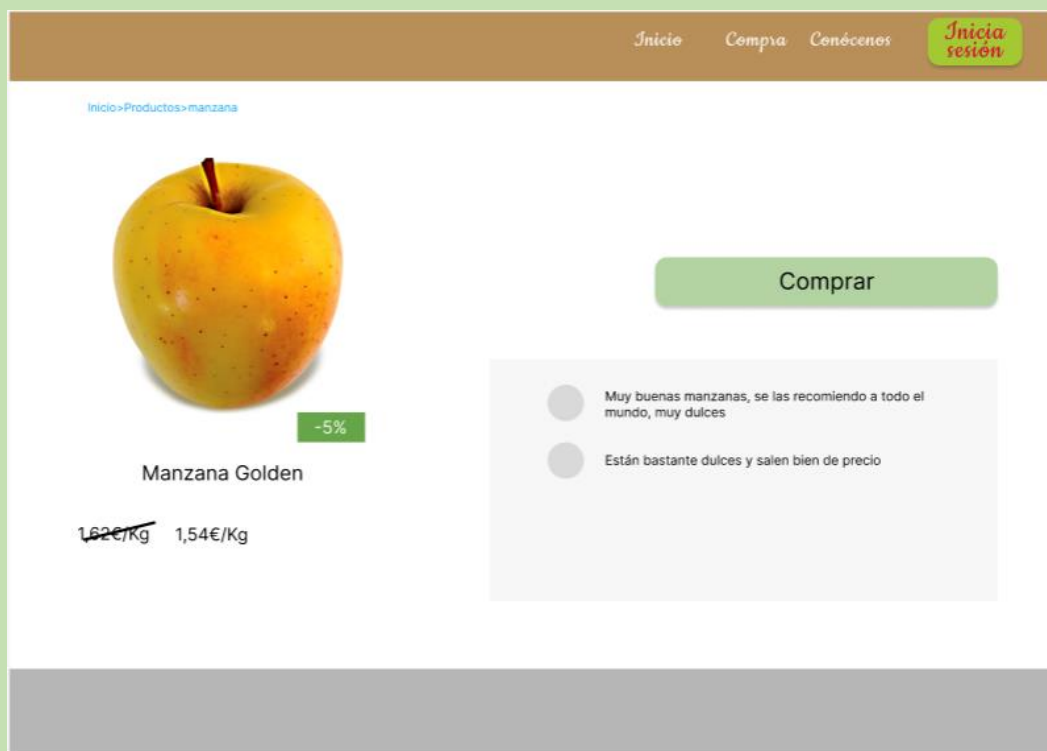
En la reunión con el cliente se ha decidido reducir la cabecera, moviendo todos los botones al mismo nivel. También se ha decidido retirar la información del local en la página de inicio para dar más importancia a las ofertas.

Ahora la página de inicio será muy similar a la de comprar los productos, con la diferencia de que la página de inicio solo tendrá ofertas que al dueño le interese, mientras que en la de productos hay prioridad en los productos favoritos del usuario.

Mockup



(Página principal)



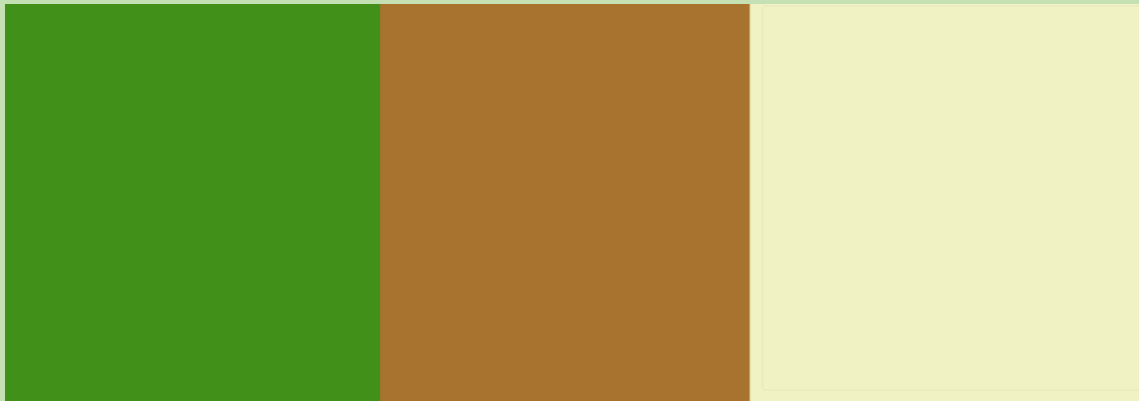
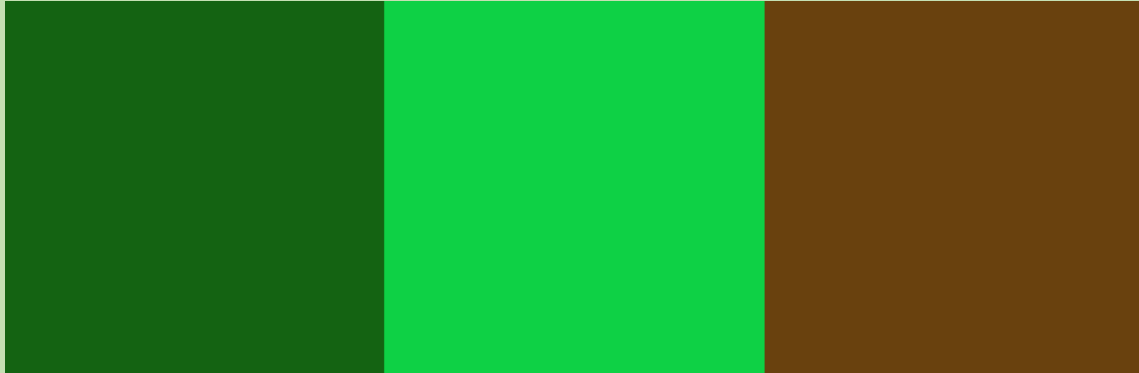
(Página del producto)

En la reunión con el producto el cliente ha pedido que se vean los descuentos en la página de inicio

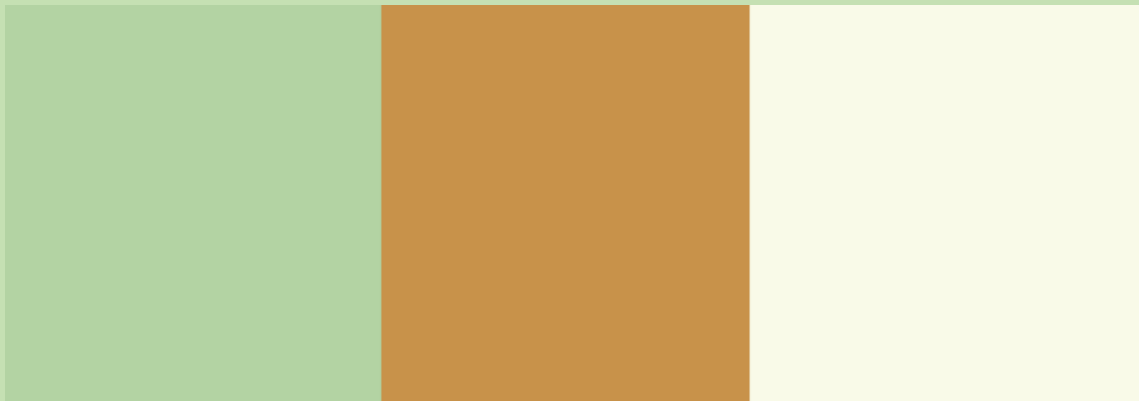
Paletas consideradas

Inicialmente se consideraron colores amarillos y verdes, pero tras ver páginas en estos colores se abandonó la paleta y se pasó a tonos de marrón y verde, que evoquen la tierra y naturaleza. Los tonos en si han variado también, ya que los inicialmente elegidos eran muy fuertes y no eran tan agradables a la vista.

Iteraciones anteriores de la paleta han sido:



Al final la decisión ha sido usar los colores c8924a, f9fae8 y rgba(65, 144, 26, 0.4), más tenues que las otras paletas.



Fuentes

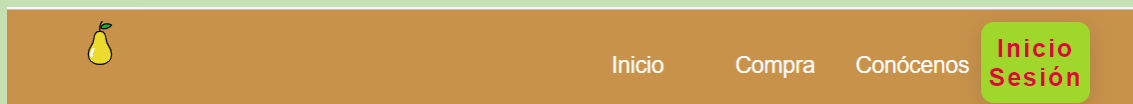
Se han considerado multitud de fuentes, entre ellas Times New Roman, Verdana, Calibri, Georgia, Cambria e Impact, pero se ha elegido Gill Sans MT tras probar y descartar las otras.

Iconos

La página carece de icono alguno, ya que no ha habido necesidad para estos. En un principio se pensó en poner uno para las redes sociales de la página, no obstante nos decantamos por no hacerlo porque incita a salir de la página.

Disposición

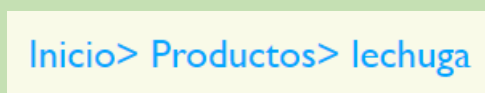
La página tiene un header y un footer, en el header está el logo y el menú:



Y el footer tiene información de contactos:



En todas las páginas hay breadcrumbs que hacen fácil seguir por donde se ha llegado hasta ellas.



Para acceder a cualquier producto hay que tocar sobre él, el botón de comprar que tienen es solo una indicación y una guía, en realidad se puede tocar en cualquier otra parte del cuadro del producto

Imágenes

Imágenes obtenidas de <https://www.pngegg.com/> para los productos.

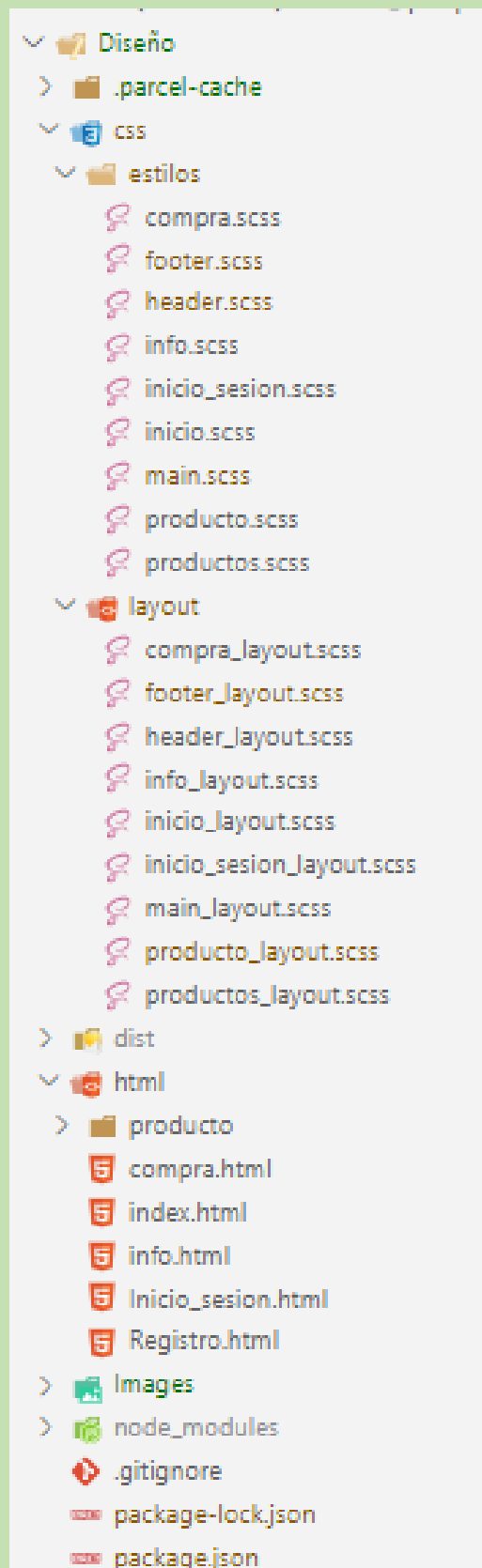
Imagen svg del logo sacada de <https://www.svgrepo.com> y editada posteriormente.

Todas las imágenes son de libre uso y de dominio público.

Las imágenes apenas varían de tamaño de una resolución a otra, ya que la página se adapta al espacio disponible. Esto ayuda a que no sea necesario cargar imágenes distintas para los distintos dispositivos, dejando en la página de inicio y de compra imágenes de 320 píxeles de

ancho y en la página del producto una de doble este tamaño. El alto varía levemente de imagen a imagen.

Organización del proyecto



El proyecto está dividido en 3 carpetas: Imágenes, css y html, dentro de la de html hay una carpeta de productos con cada producto concreto y una página inaccesible desde las otras que funciona como modelo para crear más productos: con tan solo duplicar este archivo, usar la función de buscar y reemplazar en el duplicado y cambiando `_producto` por el producto deseado se crea otro producto.

Dentro de css hay una carpeta con los layouts y otra con los estilos, teniendo, cada una de estas, multitud de códigos en SASS.

Uso de Node.js y npm

El proyecto ha sido realizado haciendo uso de Node.js y npm para optimizar y mejorar el proyecto y prepararlo para producción. El archivo package.json del proyecto es el siguiente

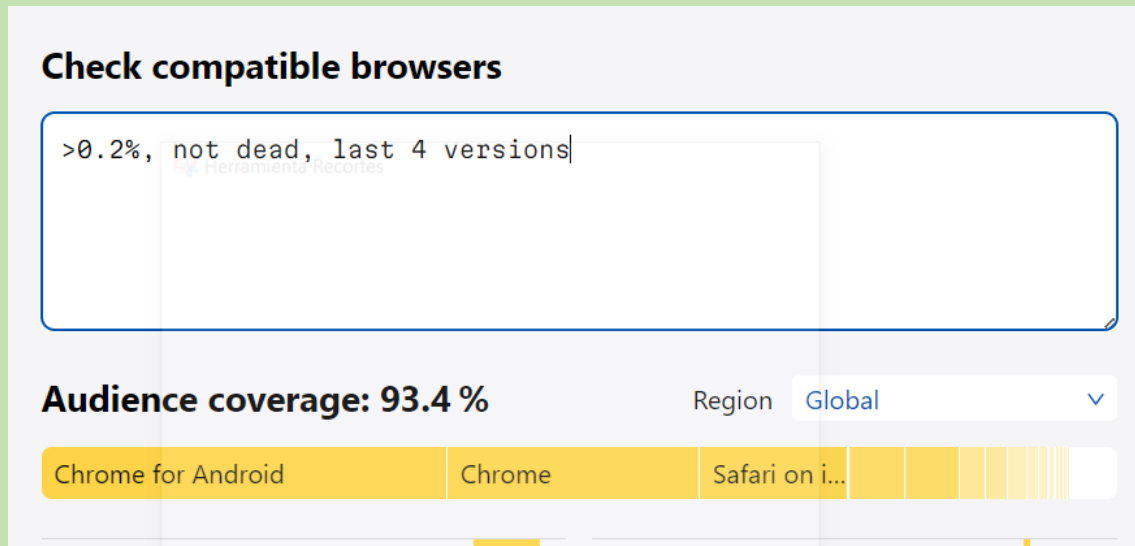
```
{
  "name": "design",
  "version": "1.0.0",
  "description": "",
  "browserlist": ">0.2%, not dead, last 4 versions",
  "scripts": {
    "test": "echo \"Error: no test specified\" && exit 1",
    "parcel:desarrollo": "parcel html/index.html",
    "parcel:produccion": "parcel build html/index.html",
    "limpieza": "rimraf dist .cache .parcel-cache .cache-loader",
    "desarrollo": "npm-run-all limpieza parcel:desarrollo",
    "produccion": "npm-run-all limpieza parcel:produccion"
  },
  "repository": {
    "type": "git",
    "url": ""
  },
  "author": "Rodrigo de Miguel",
  "license": "ISC",
  "devDependencies": {
    "@parcel/transformer-sass": "^2.8.3",
    "npm-run-all": "^4.1.5",
    "parcel": "^2.8.3",
    "parcel-plugin-imagemin": "^4.0.2",
    "sass": "^1.58.0"
  },
  "dependencies": {
    "autoprefixer-cli": "^1.0.0",
    "bootstrap": "^5.2.3",
    "bootstrap-icons": "^1.10.3",
    "npm-run-all": "^4.1.5",
    "rimraf": "^4.1.2"
  }
}
```

Los scripts del proyecto son: 'parcel:desarrollo', que permite ejecutar el proyecto en modo desarrollo; 'parcel:produccion', que optimiza los archivos, eliminando información innecesaria (como espacios en blanco); 'limpieza', que elimina archivos como dist y algunos de caché; 'desarrollo', usa limpieza justo antes de parcel:desarrollo y 'produccion', que, similar a desarrollo, primero usa el comando limpieza y luego parcel:produccion.

Otro punto de interés con el uso de parcel son los prefijos para navegadores, dando un amplio rango de buscadores en los que la página puede funcionar.

En el caso de este proyecto, los prefijos usados se ven en la línea `"browserlist": ">0.2%, not dead, last 4 versions"` (todos los navegadores que tienen más de 0.2% de cuota de mercado, que no estén obsoletos, y para sus últimas 4 versiones)

Como se puede observar en la siguiente imagen, estas opciones cubren un 93.4% de l cuota de mercado

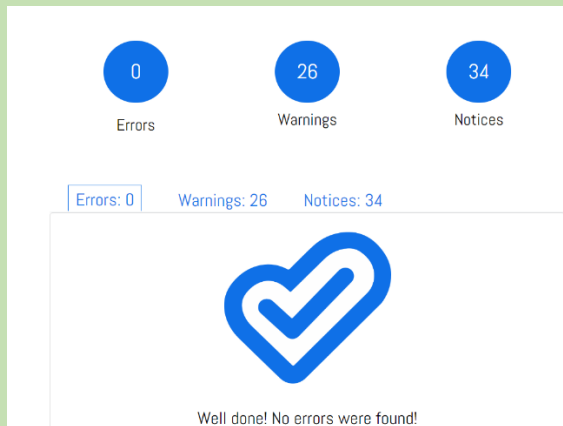


<https://browsersl.ist/#q=>0.2%252C+not+dead%2C+last+4+versions>

Pruebas de accesibilidad

Se ha creado la página con textos suficientemente grandes para ser entendibles, los botones tienen colores que resaltan con el fondo y son grandes. La página está poco sobrecargada, facilitando encontrar lo que se busca. Las imágenes son grandes, obvias y concisas, permitiendo ser reconocidas sin que la vista sea un limitante. La página no tiene sonido, así que no ha hecho falta modificación alguna en este aspecto. El tamaño de los botones ayuda a no equivocarse al clicar, especialmente útil si se tiene alguna enfermedad motriz en las manos.

Para comprobar que efectivamente la página es tan accesible como se supone, se ha subido a un host gratuito (firebase) y se ha pasado el enlace por accessibilitycheck.org



Aunque hay bastantes warnings, el resultado que se ha obtenido suficientemente es satisfactorio ya que no hay errores graves.

GitHub

El proyecto se puede encontrar en:

<https://github.com/Rodrigo-De-Miguel-Fuente/proyecto-DIW>