

# SITIO WEB DE LA PIZZERIA TOTES

Alejandro Muñoz Guadamuz, Jessica Porras Canales, Sergio Mata López,  
Steven Montero Ulloa

*Escuela de Ingeniería en Sistemas de Computación,*

*Universidad Fidélitas San José, Costa Rica.*

[amunoz20341@ufide.ac.cr](mailto:amunoz20341@ufide.ac.cr) [smata20256@ufide.ac.cr](mailto:smata20256@ufide.ac.cr)

[jporras20626@ufide.ac.cr](mailto:jporras20626@ufide.ac.cr)

[smontero30912@ufide.ac.cr](mailto:smontero30912@ufide.ac.cr)

**Resumen—**La investigación se enfoca en la implementación de una página web para mejorar la experiencia del cliente en una pizzería local. Se busca superar la limitación de la falta de presencia en línea del establecimiento, permitiendo a los clientes acceder fácilmente a información sobre el menú, precios y promociones. Se llevará a cabo un análisis exhaustivo de las necesidades del cliente y del mercado de la comida rápida para desarrollar una plataforma intuitiva y funcional. Se espera que esta iniciativa fortalezca la relación con los clientes y sirva como ejemplo para otras pequeñas empresas en la industria de la restauración.

**Palabras Clave—** Implementación, Página web, Experiencia del cliente, Pizzería local, Presencia en línea, Información, Menú, Precios, Promociones, Análisis de necesidades, Mercado de comida rápida, Plataforma intuitiva y funcional, Fortalecimiento de la relación con los clientes, Pequeñas empresas, Industria de la restauración.

## I. INTRODUCCIÓN

En un contexto cada vez más digitalizado, la presencia en línea se ha vuelto indispensable para las empresas que buscan mantenerse competitivas y satisfacer las demandas de los consumidores. Sin embargo, muchas pequeñas empresas, como las pizzerías locales, aún enfrentan desafíos para adaptarse a esta nueva era tecnológica. La falta de una plataforma digital puede limitar su capacidad para llegar a nuevos clientes y brindar una experiencia satisfactoria a los existentes. En este sentido, el presente estudio se enfoca en la implementación de una página web para mejorar la experiencia del cliente en una pizzería local, abordando la necesidad de adaptación a las tendencias digitales y la optimización de los servicios ofrecidos.

## I. JUSTIFICACION

Hablando en un entorno empresarial cada vez más digitalizado, la presencia en línea se ha vuelto esencial para garantizar la competitividad y relevancia de las empresas. En este contexto, el proyecto propuesto busca abordar los desafíos específicos que enfrenta una pizzería local al carecer de una presencia digital. La falta de una plataforma en línea limita significativamente la capacidad de la pizzería para adaptarse a las tendencias tecnológicas actuales y satisfacer las demandas cambiantes de los consumidores.

enfoque de diseño centrado en la Experiencia del Usuario (UX) y la Interfaz de Usuario (UI), se presenta como una solución estratégica. Esto permitirá a la pizzería no solo tener una presencia digital, sino también mejorar la experiencia del cliente en diversos aspectos.

La razón fundamental detrás de este proyecto es la necesidad de que la pizzería se adapte y evolucione con el panorama empresarial actual. Al crear una presencia en línea, la pizzería podrá llegar a nuevos clientes, proporcionar información fácilmente accesible sobre su menú y promociones, y permitir que los clientes realicen pedidos de manera conveniente a través de la plataforma digital.

La implementación de la página web busca fortalecer la relación con los clientes existentes al darles una experiencia más satisfactoria y eficiente. Con un diseño intuitivo y funcionalidades clave, como opciones de personalización de pedidos y un proceso de pago eficiente, se busca optimizar los servicios ofrecidos y fomentar la fidelidad del cliente.

En resumen, este proyecto se justifica en base a la necesidad crítica de la pizzería local de adaptarse a las tendencias digitales, mejorar la experiencia del cliente y garantizar su competitividad a largo plazo en un entorno empresarial cada vez más digital. La implementación de una página web con enfoque en UX/UI representa una inversión estratégica para el crecimiento y la sostenibilidad del negocio en la era digital actual.

## I. ANTECEDENTES DEL PROBLEMA

En el contexto actual de digitalización empresarial, la presencia en línea se ha vuelto vital para la competitividad y relevancia de las empresas. Sin embargo, las pizzerías locales enfrentan obstáculos significativos al intentar adaptarse a esta nueva era tecnológica.

En primer lugar, la mayoría de estas pizzerías experimenta limitaciones en su capacidad para adoptar tecnologías digitales. Factores como recursos financieros limitados, falta de conocimientos especializados y resistencia al cambio han generado un escenario donde la adopción de plataformas digitales se convierte en un desafío.

La competitividad en el sector de alimentación también se ha intensificado, especialmente con el auge de las plataformas de entrega de alimentos en línea. Aquellas pizzerías locales que carecen de una presencia digital se enfrentan a una desventaja frente a competidores que ofrecen servicios en línea, afectando

constituyen otro factor crucial. La preferencia de los clientes por servicios en línea, desde la exploración de menús hasta la realización de pedidos y pagos, ha alterado las expectativas del consumidor, y las pizzerías locales que no se han adaptado a estos cambios experimentan una pérdida de clientela.

La importancia cada vez mayor de la Experiencia del Usuario (UX) en el entorno digital ha llevado a una nueva dinámica en la relación cliente-negocio. Aquellas empresas que han implementado un diseño centrado en el usuario han destacado en la atracción y retención de clientes.

Numerosos estudios de casos respaldan la idea de que la adopción de soluciones digitales ha llevado al éxito de muchas pizzerías y restaurantes locales, mejorando su visibilidad y fortaleciendo su conexión con los clientes.

La pandemia reciente ha exacerbado la necesidad de presencia en línea como parte integral de la resiliencia empresarial. Las empresas con presencia digital han demostrado ser más capaces de enfrentar los desafíos económicos y operativos asociados con crisis, evidenciando la importancia estratégica de la digitalización.

Podemos decir que los antecedentes revelan que la falta de presencia digital en las pizzerías locales se ha convertido en un obstáculo crítico. Y Estas empresas se encuentran en una encrucijada donde la adaptación a las tendencias digitales se presenta como esencial para garantizar la sostenibilidad y competitividad a largo plazo en el dinámico sector de la restauración. La implementación de una página web con un diseño centrado en UX/UI surge como una respuesta estratégica para abordar estos desafíos y asegurar un futuro próspero en la era digital actual.

## II. OBJETIVOS

### A. Objetivo General

Implementar una página web con enfoque en Experiencia del Usuario (UX) y Diseño de Interfaz de Usuario (UI) para una pizzería local, con el fin de mejorar su presencia en línea, adaptarse a las tendencias digitales y optimizar los servicios ofrecidos, garantizando así su competitividad y sostenibilidad en un entorno empresarial cada vez más digitalizado

### B. Objetivos Específicos

- Desarrollar un prototipo de página web:
  - Crear un diseño funcional y atractivo que refleje la identidad de la pizzería y facilite la navegación.
- Centrarse en la Experiencia del Usuario (UX):
  - Garantizar que la página web ofrezca una experiencia positiva y satisfactoria para los usuarios, desde la exploración del menú hasta la realización de pedidos y pagos.
- Optimizar la Información del Menú y Promociones:
  - Proporcionar información detallada y fácilmente accesible sobre el menú, precios y promociones para informar a los clientes de manera efectiva.

enfoque cuantitativo, empleando herramientas estadísticas para visualizar los resultados. Gráficos y tablas se utilizarán para presentar los hallazgos, mientras que métodos

- Implementar Funcionalidades de Personalización de Pedidos:
  - Integrar opciones que permitan a los clientes personalizar sus pedidos según sus preferencias individuales.
- Facilitar el Proceso de Pedido en Línea:
  - Diseñar un sistema eficiente de pedidos en línea que simplifique el proceso para los clientes, desde la selección de productos hasta la confirmación y pago.
- Incorporar un Proceso de Pago Seguro:
  - Garantizar la seguridad de las transacciones en línea mediante la implementación de un proceso de pago eficiente y seguro.
- Mejorar la Relación con Clientes Existentes:
  - Implementar funcionalidades que fortalezcan la relación con los clientes habituales, como programas de lealtad, descuentos exclusivos o seguimiento de historial de pedidos.
- Realizar Pruebas de Usabilidad y Ajustes Iterativos:
  - Conducir pruebas de usabilidad para identificar áreas de mejora y realizar ajustes iterativos en el diseño de la página web.

## V. MARCO METODOLOGICO

La investigación adopta un enfoque cuantitativo para examinar de manera sistemática la implementación de una página web enfocada en la Experiencia del Usuario (UX) y el Diseño de Interfaz de Usuario (UI) en una pizzería local. Este enfoque busca proporcionar una evaluación objetiva y cuantificable del impacto de la presencia de los clientes y la experiencia y satisfacción a la hora de hacer la compra.

La población seleccionada para este estudio consiste en clientes actuales y potenciales de la pizzería local bajo consideración. Se seleccionará aleatoriamente una muestra representativa de 20 participantes para garantizarla inclusión de clientes que hayan interactuado con los servicios presenciales y los servicios en línea de la pizzería.

La recopilación de datos se hará mediante una encuesta en línea diseñada para este estudio. Se utilizará Google Forms como plataforma para la creación y distribución de la encuesta. El cuestionario se estructurará para abordar aspectos clave, como la percepción de la experiencia del usuario en la página web, la satisfacción general del cliente y la eficacia percibida de los servicios en línea.

La invitación a participar en la encuesta se hará de forma que se comparta un link y, presencial, uno de los trabajadores le compartirá el link al cliente mediante un correo electrónico. Se establecerá un período definido para la recopilación de datos, y se enviarán notificaciones a los participantes para agradecer la respuesta. Y la encuesta se completará de manera anónima para salvaguardar la confidencialidad de la información proporcionada.

Ahora en la parte de la fase de análisis de datos implicará un

estadísticos adecuados se aplicarán para identificar patrones, correlaciones significativas y tendencias. Este análisis cuantitativo proporcionará una visión objetiva y cuantificable de la percepción de

los clientes con respecto a la implementación de la página web.

Se registrará por principios éticos sólidos en todas las etapas de la investigación. Se informará debidamente a los participantes sobre el propósito del estudio y se dará su consentimiento antes de participar. La confidencialidad y privacidad de la información se salvaguardarán, presentando los resultados de manera agregada para evitar la identificación individual.

Enfoque metodológico se erige como un marco robusto para comprender a fondo y de manera cuantificable la eficacia de la implementación de la página web en la pizzería local, contribuyendo a una toma de decisiones informada y estratégica.

#### V. PREGUNTAS DE LA INVESTIGACION

- ¿Qué características consideras imprescindibles en la página web de una pizzería para facilitar la experiencia del cliente?
- ¿Qué funcionalidades te gustaría ver en la página web de la pizzería que mejorarían tu interacción con el negocio?
- Como empleado de la pizzería, ¿qué herramientas o secciones crees que deberían estar presentes en la página web para optimizar la gestión interna y mejorar la comunicación con el equipo?
- ¿Qué aspectos del proceso de pedido y entrega de pizzas crees que podrían mejorarse a través de la implementación de una página web eficiente y fácil de usar?

#### VI. METODOLOGIA

Para llevar a cabo la investigación cuantitativa destinada a impulsar la creación de una página web para una pizzería que actualmente carece de presencia en línea, hemos decidido utilizar Google Forms como la principal herramienta de recopilación de datos. La elección de Google Forms se sustenta en su capacidad para adaptarse a nuestros objetivos de investigación, proporcionando una plataforma versátil y fácil de usar que nos permitirá diseñar un cuestionario cuantitativo específico para nuestras necesidades.

En esta investigación, que adopta una perspectiva exploratoria y descriptiva, buscamos recopilar datos cuantitativos sobre la pizzería, centrándonos en aspectos tangibles como menús y servicios ofrecidos y en la percepción de los clientes. Al emplear preguntas cerradas, escalas de medición y opciones estructuradas en Google Forms, facilitaremos la recopilación de datos cuantificables, permitiéndonos analizar eficientemente la información recopilada.

La aplicación de este método cuantitativo nos posibilitará identificar patrones, tendencias y preferencias claras de los clientes. Además, la plataforma nos ofrecerá herramientas para realizar análisis estadísticos robustos, respaldando así

nuestras decisiones en el desarrollo estratégico de la página web. Este enfoque cuantitativo se centra en obtener resultados medibles, proporcionando una base sólida para la toma de decisiones informadas y orientando la creación de la página web de manera efectiva.

Con el análisis cuantitativo, buscamos no solo cuantificar la información superficial sobre la pizzería, sino también obtener insights significativos que respalden la elaboración de una página web funcional y atractiva visualmente. Al cuantificar aspectos como la calidad del servicio, la satisfacción del cliente y otros elementos clave, podemos optimizar la experiencia en línea para los clientes, brindando así una propuesta de valor sólida y ajustada a sus preferencias. Este enfoque cuantitativo permitirá maximizar el impacto y la relevancia de la página web, alineándola de manera efectiva con las expectativas y necesidades cuantificables de la audiencia objetivo.

#### IX. ENCUESTA

1. ¿Te gustaría poder ver el menú completo de la pizzería en línea antes de realizar un pedido?
2. ¿Te interesaría tener la opción de realizar pedidos en línea a través de la página web de la pizzería?
3. ¿Qué información consideras importante que esté disponible en la página web de la pizzería? (Opciones: Horarios de apertura, ubicación y dirección, promociones especiales, información sobre ingredientes y alérgenos, fotos de los productos, etc.)
4. ¿Te gustaría recibir notificaciones sobre promociones especiales o descuentos a través de la página web de la pizzería?
5. ¿Prefieres ver fotos de las pizzas y otros productos en la página web antes de hacer un pedido?
6. ¿Qué métodos de pago te gustaría tener disponibles al realizar pedidos en línea? (Opciones: Tarjeta de crédito/débito, PayPal, pago en efectivo al momento de la entrega, etc.)
7. ¿Te gustaría tener la opción de personalizar tu pedido (¿añadir o quitar ingredientes, elegir el tamaño de la pizza, etc.) a través de la página web?
8. ¿Consideras importante tener un sistema de seguimiento del pedido en línea que te permita conocer el estado de tu pedido en tiempo real?
9. ¿Qué opina ¿s sobre la posibilidad de atención al cliente en la página web si tiene preguntas o problemas con tu pedido?

#### X. INTERPRETACION Y ANALISIS DE RESULTADOS

El cuestionario proporcionado nos dice que existen varias de preferencias y necesidades de los clientes en relación con la experiencia de la compra por Internet en una pizzería. Las personas las cuales se le realizaron la encuesta en general muestran un interés en poder visualizar el menú completo antes

de hacer un pedido para poder observar las distintas opciones y de una forma muy en general de lo que se está vendiendo al público, así también como realizar pedidos a través de la página web, aunque también existe una excepción. La información que se considera importante en la página web incluye horarios de apertura, ubicación, promociones, ingredientes y fotos de los productos. La mayoría de los encuestados están abiertos a recibir notificaciones sobre promociones especiales y valorar la opción de personalizarlos pedidos. Además, prefieren tener múltiples métodos de pago disponibles, ya que consideran que es importante tener un seguimiento del pedido en línea y dejar reseñas o comentarios sobre toda su experiencia en el proceso de la compra en la pizzería. Además, como un plus, muestran interés en acceder a un servicio de atención al cliente en línea. Entonces todos los resultados destacan la importancia de ofrecer una experiencia de compra en línea completa, transparente y personalizada para satisfacer las expectativas de cada persona que llegue a realizar alguna compra en línea y sustentar las necesidades de los clientes en el sector de la comida rápida como es la pizzería totes como tal.

Ahora en la parte de la interpretación de los resultados obtenidos de este cuestionario nos dice que hay una serie de ciertas tendencias y necesidades comunes entre los clientes cuando se trata de comprar pizza por internet. Hablando en general, los encuestados muestran un fuerte interés en todo el proceso y la transparencia en su experiencia de compra. Quieren poder ver el menú completo en línea antes de ordenar, lo que sugiere que valoran la capacidad de explorar sus opciones con anticipación. Además, la mayoría está interesada en realizar pedidos a través de la página web, lo que se destaca la importancia de ofrecer una plataforma de pedidos en línea que sea amigable al público y fácil de usar.

Y con la información que consideran importante en el sitio web de la pizzería, como los horarios de la tienda, la ubicación, las promociones, los ingredientes y las fotos de los productos, indica

que los clientes valoran la accesibilidad y la transparencia de la información. Además, están abiertos a recibir notificaciones sobre promociones especiales y valoran la capacidad de personalizar sus pedidos. La preferencia por tener múltiples métodos de pago disponibles muestra la importancia de ofrecer opciones sencillas para poder adaptarse a las preferencias individuales de los clientes. El deseo de poder darle un seguimiento del pedido en línea y dejar reseñas o comentarios destaca la importancia de la transparencia y la comunicación durante todo el proceso de compra.

Y con todo esto básicamente con estos resultados obtenidos nos podemos dar cuenta de que subrayan la importancia de proporcionar una experiencia de compra en línea completa y personalizada para sustentar las expectativas y necesidades de los clientes en la parte de la

pizzería. Esto incluye ofrecer información detallada, opciones flexibles de pedido y pago, así como una comunicación clara y un servicio al cliente receptivo.

## XI. RESULTADOS POR MEDIO DE GRAFICOS



Fig.1 Grafico de resultados de la encuesta

En este punto del proyecto, el grafico presente de la encuesta podemos ver que las respuestas de los 4 encuestados se cierra en un si o no, siendo así con 10 preguntas muy precisas por el lado de abajo y con este análisis podemos observar que la gran mayoría acertó con un si el otro restante con un no.

## XII. TECNICA DE DIGRAMA DE AFINIDAD

### Experiencia de Compra en Línea en Pizzería



Fig.2 Diagrama de afinidad

En este diagrama entendemos y tenemos una visualización mucho mas clara de cómo sería la experiencia de la compra en línea siguiendo los pasos desde la visualización del menú hasta por ultimo los métodos de pago.

## XIII. 3 INSIGHTS UBICADOS EN LAS ENTREVISTAS

### Insight sobre Preferencias de Sabor Local:

"Nos dimos cuenta de que la mayoría de nuestros clientes locales prefieren la pizza con ingredientes frescos y sabores tradicionales".



**Análisis:** Explica cómo la comprensión de los gustos de los clientes influyó en las decisiones del menú y cómo la pizzería adaptó su menú para satisfacer las expectativas de sus clientes.

*Insight sobre Experiencia del Cliente:*

"Los clientes aprecian no sólo la calidad de la pizza, sino también la velocidad de entrega y la amabilidad de nuestro personal".

**Análisis:** Examina cómo la experiencia que tiene el cliente, más allá del producto, también afecta la lealtad y la reputación que tiene el negocio.

*Insight sobre Estrategias de Marketing Efectivas:*

"Las promociones locales y la presencia en las redes sociales fueron clave para atraer nuevos clientes".

**Análisis:** Investiga cómo la pizzería utilizó estrategias de marketing específicas para llegar a la comunidad local. Exploramos la efectividad de estas estrategias y cómo se han adaptado con el tiempo.

¿Qué son los user personas?

Los "user personas", también conocida como "persona de usuario" o simplemente "persona", es una representación ficticia de los diferentes tipos de usuarios que interactúan con un producto, servicio o sistema. Estas representaciones se basan en datos y datos demográficos reales, así como en comportamientos, necesidades, motivaciones y objetivos específicos.

¿Por qué los user person son de suma importancia en la experiencia del usuario?

Los user personas son de suma importancia en la experiencia del usuario por varias razones:

**Personalización:** los usuarios permiten a los diseñadores y desarrolladores crear productos y servicios que satisfagan las necesidades únicas de los usuarios. Al comprender la demografía, los comportamientos, las necesidades y las frustraciones de los diferentes grupos de usuarios, puede diseñar experiencias más personalizadas y relevantes.

**Empatía:** desarrollar personajes de usuario le permite a su equipo ponerse en el lugar de sus usuarios y comprender mejor sus motivaciones, objetivos y desafíos. Esto fomenta la empatía por los usuarios y ayuda a crear productos que resuelven problemas reales y mejoran la calidad de vida de los usuarios.

**Decisiones informadas:** los usuarios proporcionan una base sólida para la toma de decisiones durante el proceso de diseño y desarrollo. Tener un perfil claro de su público objetivo le permite a su equipo priorizar las características, funcionalidades y mejoras que son más relevantes y beneficiosas para ese público específico.

**Reduzca el riesgo:** al comprender mejor a sus usuarios a través de sus perfiles, podrá identificar problemas potenciales y abordarlos antes de que ocurran. Esto reduce el riesgo de crear un producto que no cumpla con las expectativas del usuario o no se utilice.

**Comunicación eficaz:** los usuarios sirven como una herramienta de comunicación eficaz entre los miembros del equipo, alineando a todos en torno a la identidad y las necesidades del usuario. Esto facilita la colaboración y garantiza que todos trabajen hacia un objetivo común de mejorar la experiencia del usuario.

#### XIV. 3 USER PERSONAS



Fig.3 primer perfil de usuario



Fig.4 Segundo perfil de usuario



Fig.5 Tercer perfil de usuario

## XV. STORYBOARD



FIG.6 Storyboard

Jose y Mario son unos amigos que están en la casa de Jose, les da hambre y deciden pedir pizza de totes un restaurante a unas cuadras de la casa.

## XVI. MAPA DE SITIO DE LA SOLUCION PLANTEADA

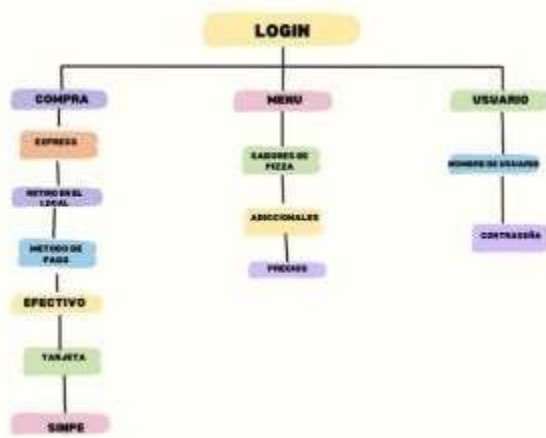


Fig.7 Mapa de sitio. En este caso sería la solución en forma de mapeo para poder entender de forma clara las soluciones planteadas.

## XVII. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

### Conclusión:

En conclusión, implementar un sitio web enfocado en la experiencia de usuario (UX) y el diseño de la interfaz de usuario (UI) para tu pizzería local mejorará tu presencia online, se adaptará a las tendencias digitales y podemos concluir que es una estrategia básica para optimizar servicios. Esta conclusión se basa en la urgente necesidad de que las empresas locales se adapten al actual entorno empresarial digitalizado, y la falta de un entorno empresarial digitalizado puede conducir a una pérdida de competitividad y relevancia.

El análisis de antecedentes muestra que las pizzerías locales enfrentan desafíos importantes para adaptarse a la era digital, incluidas restricciones financieras, resistencia al cambio y una mayor competencia de las plataformas de entrega de alimentos en línea. Además, los cambios en el comportamiento del consumidor han puesto de relieve la importancia de la experiencia del usuario (UX) en el entorno digital, destacando la necesidad de una presencia online eficaz para atraer y retener clientes.

Los objetivos fijados para la implementación del sitio web, como desarrollar un diseño atractivo y funcional, optimizar la información del menú y las promociones y simplificar el proceso de pedidos en línea, mejorarán la experiencia del cliente y le darán a su pizzería una ventaja competitiva, consistente con la necesidad de fortalecerse. mercado digital. En resumen, implementar un sitio web con enfoque en UX/UI representa una inversión estratégica en el crecimiento empresarial y la sostenibilidad en la era digital actual, ayudando a su pizzería local a adaptarse a las tendencias digitales y mejorar la experiencia del cliente. Podemos mejorar su experiencia y garantizar un servicio a largo plazo con base al concepto de competitividad.

### Recomendaciones:

-Invertir en la capacitación de empleados para garantizar una

transición fluida hacia una implementación y gestión efectiva del sitio web.

-Mantenga su sitio web actualizado con información precisa sobre menús, precios y ofertas especiales para mantener a sus clientes interesados.

-Supervise continuamente la experiencia del usuario en su sitio web a través del análisis de datos y los comentarios de los clientes y realice ajustes iterativos según sea necesario.

-Descubra estrategias de marketing digital para promocionar su sitio web y atraer nuevos clientes, que incluyen: Campañas en redes sociales y colaboraciones con plataformas online de entrega de alimentos.

-Considere la posibilidad de integrar herramientas de gestión de relaciones con el cliente para mejorar la personalización y el compromiso de la experiencia del cliente.

## XVII. ABSTRACT

En este proyecto se enfocó en una implementación de una página web centrado en el diseño en la experiencia del usuario (UX) e interfaz de usuario (UI) dirigida para una pizzería local llamada “Pizza Artesanal Totes y más”. La iniciativa tiene como el objetivo principal de no solo darle a la pizzería una presencia digital, sino que también va a llegar a mejorar toda la parte de la experiencia del cliente en los diversos aspectos

Se llevo a cabo un análisis profundo de las necesidades Del cliente y del mercado en general de la comida rápida para la plataforma que desarrollamos que llego a ser intuitiva y funcional. Se llega a esperar que esta iniciativa fortalezca la relación con los clientes y que esa experiencia de “comprar” sirva como un ejemplo para otras pequeñas empresas en la gran industria de comida rápida local.

Este estudio justifica la necesidad de la adaptación en todas esas tendencias que son digitales, donde especialmente se centra en lo empresarial cada vez se digitalizan mas los negocios. Y la falta de una plataforma digital como tal en línea puede llegar a limitar muchísimo la capacidad de la satisfacción de las demandas del mercado actual que son cambiantes de los consumidores

En los objetivos específicos del proyecto, se basan en cómo desarrollar un prototipo de página web funcional y que sea atractivo, centrarse en la experiencia UX como tal y optimizar toda la información del menú que ofrece el restaurante de comida rápida y promociones, facilitar más el proceso de pago seguro, mejorar la relación entre los



clientes existentes y más comunes y realizar pruebas de usabilidad.

El enfoque metodológico que se adoptó llegó a ser cuantitativo, se utilizaron herramientas estadísticas para visualizar los resultados con diagramas y encuestas realizadas a clientes actuales y potenciales de la pizzería. La investigación garantiza la confidencialidad de la información y una toma de decisiones informada y estratégica.

Y hablando un poco de los resultados de las encuestas nos mostraron una fuerte preferencias por una experiencia de comprar en línea completa, que sea transparente y que sea personalizada. Los insights que se obtuvieron fueron de las entrevistas y la creación de users de personas que nos respaldan la importancia de entender las necesidades y preferencias del cliente.

El proyecto incluye la creación de un storyboard, un mapa de sitio y recomendaciones para la implementación y mantenimiento exitoso de la página web. En resumen, la implementación de una página web con enfoque en UX/UI representa una inversión estratégica para el crecimiento y la sostenibilidad del negocio en la era digital actual.

XIX. CROMATICA, TIPOGRAFIA Y MOODBOARD

*Cromática Utilizada:*

Los colores principales en el diseño utilizado para la página web serian para el rojo, verde y anaranjado ya sea para el fondo de la página, donde se centralizan las promociones y para las distintas opciones que ofrece la aplicación dentro de ella.

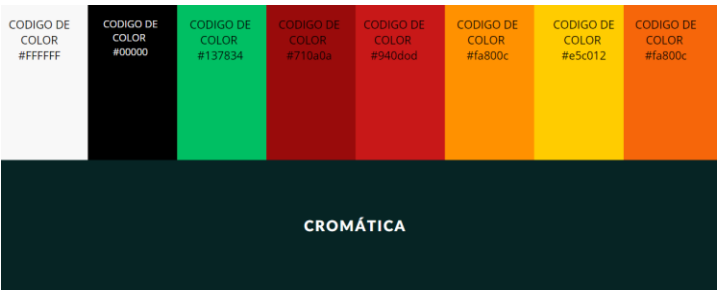


Fig.8 paleta de colores utilizado para el diseño de la página web

*Tipografías Utilizadas:*

En el diseño de la aplicación para la página web de pizzas, se ha optado por utilizar la tipografía llamada SORA como elemento principal de la identidad visual. Esta elección se basa en la capacidad de la tipografía para transmitir una

sensación moderna y amigable, alineada con la experiencia que se busca ofrecer a los usuarios.

La tipografía SORA se ha aplicado en distintos tamaños y estilos para cumplir con diferentes funciones dentro de la interfaz de usuario. Para los encabezados y títulos principales, se ha utilizado igualmente la tipografía SORA en en diferentes tamaños para diferentes situaciones que se nos presentaron la hora de desarrollar el diseño para así captar la atención del usuario de manera efectiva.

*Moodboard Guía:*

Para nosotros crear nuestro diseño nos inspiramos en la página de la pizzería más conocida a nivel mundial llamada “Pizza Hot”. Basándonos en distintos colores y tipografía que decidimos que sería la indicada para darle un atractivo bonito a nuestro diseño de interfaz

