

Cervecería Sheika

Bollati, Alfredo - Martín, David

TUDAI

Interfaces de usuario e Interacción.

Trabajo Práctico N° 3

# Introducción

En este informe hablaremos de las decisiones tomadas al momento de planear, prototipar y diseñar el sitio web de una cervecería.

# Objetivos

1. Conocer los motivos de todas las decisiones tomadas en el proyecto.
2. Explicar cómo el flujo de la aplicación es correcto y es usable por los usuarios.
3. Enumerar los requerimientos solicitados por la cátedra y señalar en donde se encuentran implementados.
4. Analizar el proyecto de manera que demuestre que cumple con las leyes de Gestalt, patrones de diseño y los principios heurísticos de Nielsen & Molich.

# Especificaciones

## Layout de tipo Parallax Scrolling

Se decidió utilizar este tipo de diseño por los siguientes motivos:

* Que el usuario pueda navegar el sitio de una manera cómoda sin tener que recordar en qué pestaña se encuentra cada sección.
* El usuario cuenta con un “Sticky Nav-bar” (se visualiza en todas las secciones) en donde se indica resaltado cual es la que está visualizando.
* Negocios de similares características utilizan este diseño lo cual hace que el usuario reconozca este patrón y asimile sin necesidad de tener que analizar cómo funciona su comportamiento.
* Muestra prácticamente toda la información disponible sin tener que navegar el sitio.

## Disposición, orden y comportamiento de las secciones

Se decidió dar prioridad a las partes del sitio donde el usuario tiene contacto directamente con productos y promociones y así su experiencia de compra sea satisfactoria.

1. **Promociones:** se muestran las principales ofertas del negocio.
2. **Productos:** se enumeran todos los productos disponibles con sus precios y descripciones.
3. **Elaboración:** Video de elaboración de cerveza.
4. **Nosotros:** Breve descripción del negocio.
5. **Contacto/Comentarios:** Lista de mensajes brindados por clientes anteriores (Redes Sociales) y formulario para dar la opción al usuario de enviar una consulta.
6. **Compra:** Esta página no se encuentra en el Parallax Scroll, se llega a este lugar haciendo click en cualquier botón *comprar* de los productos o promociones. Aquí el usuario definirá las especificaciones de su compra. Luego de especificar su compra contará con la opción de seleccionar otro tipo de cerveza para seguir adquiriendo productos sin tener que regresar a la sección anterior. A su vez podrá regresar al sitio por medio del *nav-bar* o proceder al *check-out* haciendo click en el carrito de la parte derecha de la barra de navegaciòn.
7. **Check-out (Carrito):** Aquí el el usuario ingresa sus datos para hacer efectiva su compra.

# Heurísticas, leyes de Gestalt y Patrones de diseño

De acuerdo a la heurística del Estado del Sistema podemos decir que el usuario se encuentra siempre informado gracias al *nav-bar*, el cual se visualiza en todas las páginas y resalta la sección en donde está navegando. Al mismo tiempo en el *nav-bar* se incluye un carro de compra donde se informa del estado actual de la compra del usuario y concuerda con la heurística de ***Relación Entre el Sistema y el Mundo Real***. Este es un reconocido Patrón para indicar al usuario el camino para realizar su pago.

También podemos decir que el nav-bar respeta la heurística N°4: Consistencia y Estándares, ya que es el mismo siempre en todo el sitio.

Si el usuario decide presionar en el carrito de compra para proceder al check-out y aún no ha agregado ningún producto al mismo, el sistema informará al usuario que debe seleccionar al menos un producto para proceder a hacer efectiva la compra y evitará una redirección innecesaria. ***Heurística de Prevención de Errores*.**

Al momento de ingresar tanto la página de compra como la de check-out el cliente tiene la posibilidad de ingresar a otra sección del sitio, mediante el nav-bar. ***Heurística de control y libertad del usuario.***

La ***heurística de Estética y Diseño Minimalista*** ha sido tenida en cuenta a lo largo de la creación de todas partes del sitio. Se puede apreciar principalmente en la sección de productos que se incluyen varias *cards* las cuales poseen un diseño minimalista. Información legible ocupando correctamente los espacios.

En la sección de productos se puede reconocer varias características que cumplen con leyes de Gestalt: Leyes de Dialéctica, Contraste, Cierre, Pregnancia, Proximidad y Memoria. Creemos que el diseño llevado a cabo para esta lista de productos cumple con éxito con lo planteado en estas leyes.

También ésta esta sección, como también a lo largo del sitio, podemos reconocer la presencia de el patrón de Equilibrio, Simetría y Agrupamiento.