**Banner principal:**

La elección del banner principal la tomamos en base al relevamiento realizado de las tiendas Online referentes del país. Si bien casi en la totalidad de e-commerce lo implementan, nos quedamos con el estilo de “Farmacity”, por el tamaño y la variedad utilizada en sus contenidos.

Características: Cubre el ancho completo de la pantalla con rotación automática (también cuenta con los rotadores manuales a sus extremos y puntos en centro para poder realizar la elección del banner deseado).

Rectángulo grande (y alto), permite destacar y llamar a la atención al usuario con el mensaje que desea transmitir.

**Categorías de productos:**

La situación es similar a la del banner principal, en este caso decidimos optar por la forma de organización de “GPS Farma”, tamaño y distribución de las categorías.

Características: Letras redondas y grandes, lo que facilita su lectura para todos los usuarios.

Categorías principales separadas con una barra (“|”) y un espacio notorio. Agradable a la vista y de fácil reconocimiento.

Los distintos tipos de categorías englobadas en la columna izquierda.

**Inicio de Sesión, Carrito y buscador:**

El elegido fue tomado del e-commerce de “Farmacia La Esquina”.

Características: Claro, conciso, espaciado y ordenado. Utiliza iconos simples que permiten el rápido reconocimiento y diferenciación para todos los usuarios. Fácil acceso.

**Banners Secundarios:**

A diferencia de los banners principal, los secundarios no son utilizados en todas las tiendas online. Sin embargo, nos gustó la forma en lo que lo hace el e-commerce de “Farma Online”.

Esta tienda los utiliza para resaltar categorías interesados en vender. Mostrando descuentos y vigencias de las respectivas ofertas.

Características: 2 banners rectangulares, uno a la par del otro, ocupando así el ancho de la página. Los divide un espacio en el medio para poder diferenciarse.

Utiliza productos destacados de referencia para fácil reconocimiento de la categoría a la que se refiere y un descuento de manera llamativa.

**Botones:**

De la tienda online de “Open Farma” elegimos la sección de botones (Envío gratis, retiro en sucursal y medios de pago).

Características: 3 (tres) botones rectangulares, ubicados debajo del banner principal. A la vista de todo usuario que se encuentre posicionado en el home. Sirve para colocar información que habitualmente es requerida por los clientes.

**Footer:**

El footer que elegimos entre los distintos e-commerce, fue el de “Juleriaque”. Si bien es una tienda de perfumería y no de farmacia, la relación de productos que ofrecen, son similares.

Características: Letras redondas, claras, espaciadas y con un buen interlineado. Información ubicada en los extremos, simplificando la búsqueda. Botón de arrepentimiento grande y preciso.

Datos de contacto y botones de redes sociales llamativos.