

# TRABAJO PRÁCTICO 3

INTERFACES DE USUARIO E INTERACCIÓN

BIANCO MANUEL - VÁZQUEZ RODRIGO

MANUCOBIANCO@GMAIL.COM

RODRIGOVAZQUEZ420@GMAIL.COM



FACULTAD DE CIENCIAS  
**EXACTAS**  
UNIVERSIDAD NACIONAL DEL CENTRO  
DE LA PROVINCIA DE BUENOS AIRES

# 1 ETAPA SKETCH

---

Decidimos que lo primero que el usuario va a encontrarse, es un video de fondo (tendencia llamada Video Background). En este se encuentran además el logo del producto, y un link que redireccionaría al cliente a la lista de productos que se venden (debido a que el objetivo principal de esta web es vender sus cervezas).

Una sticky-navbar para que el usuario sepa siempre donde se encuentra fue propuesta también. Este se compone de un logo y el nombre de la empresa, que, al ser clicado dirige al usuario al home de la página. A su vez, hay 2 links del lado derecho. El primero es el de Productos. Este despliega una lista completa de productos. El segundo link es el de Contacto. Que al cliquearlo muestra un formulario tipo modal, para que el usuario pueda enviar un mail a los dueños del sitio. Este modo de desarrollo evita usar otra página más, para poner un formulario, y da la sensación de ser más simple. Además, una vez enviado el mensaje, el usuario puede continuar navegando en la página que estaba, sin necesidad de recargar el sitio.

Por último al final de la navbar se encuentra un carrito de compras que al clicarlo redireccionará a la pagina de este.

Si el usuario continúa navegando se encontrará con una sección donde se muestran los productos destacados. En ella se encontrarán las 3 mejores cervezas con una breve descripción y un link de más info. Si se cliquea dicho link lo redireccionará a la página del producto.

Otra sección es la de 'Últimos Agregados'. Aquí de la misma manera que la anterior, se mostraran las 3 últimas cervezas creadas.

Por último, se puede encontrar una breve descripción sobre qué hacen y quienes son los dueños de la página, junto con una foto, para dar la apariencia de una elaboración artesanal.

En cuanto a la página de producto, decidimos conservar, tanto el nav como el footer, con la diferencia de que en el nav se resalta (cambiando la letra del link a blanco), en que parte del sitio se encuentra el cliente, y así evitar que el usuario recuerde donde entro o donde está parado.

Para la disposición de la página, quisimos resaltar la imagen del producto, para tentar al cliente, y el nombre. Además agregamos una descripción y una cantidad, por si se quiere más de un producto. Además muestra abajo, el precio unitario y un precio total de la cerveza. Por último agregamos 2 botones. El de 'Comprar Ahora', dirige al usuario al método de pago, solo con el producto que compró en ese momento, mientras q el boton 'Agregar Al Carrito', suma la cantidad de ítems seleccionados al carrito de compra, y te dirige al mismo.

Despues del producto, decidimos agregar nuevamente la sección de productos destacados (con un menor tamaño que la mostrada en el home, y sin los links, solo la imagen del producto), para captar la atención del cliente, por si lo anterior no era lo que buscaba.

Al final de la página, hay una sección de comentarios en la que el cliente puede comentar algo sobre el producto, y leer la opinión de los demás.

## 2 ETAPA WIREFRAME

---

En esta etapa comenzamos a pasar lo planteado en el sketch de forma más organizada, aquí nos dimos cuenta de que las 2 secciones de “productos destacados” y “últimos agregados” al ser tan parecidas se mezclaban y podían llegar a confundirse. Decidimos cambiarlas por una navegación en la cual, se ahorra espacio y se le marca al usuario que productos está viendo.

## 3 ETAPA MOCK UP

---

En esta etapa tuvimos que diseñar soluciones a problemas que en las etapas anteriores por la falta de proyección visual, no nos percatamos.

El primero fue de poner sobre el video background una capa negra media transparente para que el logo y sus links no se mezclen.

Para mostrar los productos en ambas solapas, decidimos utilizar una tendencia muy conocida actualmente en páginas de ventas. Consiste en el uso de 'Cards' con fondo blanco, sobre un fondo en tono gris. Así es más fácil reconocer y agrupar contenidos, sin confundir al usuario sobre que corresponde a cada card.

Así mismo volvimos a cambiar el color del fondo junto a una línea verde en la sección de la descripción del negocio para que se resalte que se encuentra en una nueva sección.

Los colores del navbar y el footer se decidimos dejarlos iguales para mantener consistencia.