

Guidelines

En esta sección, definiremos el estilo visual de todos los componentes de la aplicación.

Logotipo

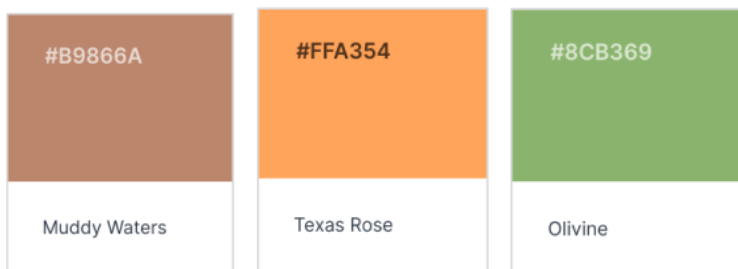
Diseñamos el siguiente:



- **"SenseGranada":** El nombre "SenseGranada" intenta evocar una conexión profunda o una experiencia sensorial relacionada con la ciudad de Granada. El término "sense" (sentir o experimentar) sugiere una experiencia enriquecedora a través de los sentidos, como la vista, el oído, el gusto, el olfato y el tacto. El logo quiere transmitir esa idea de explorar y sumergirse en los sentidos de Granada.
- **Color verde:** El color verde se asocia comúnmente con la naturaleza, la frescura, la calma y la tranquilidad. Se desea representar la belleza de los paisajes naturales de Granada, como sus montañas, parques y jardines, así como la sensación de relajación y paz que se busca al visitar la ciudad.
- **Icono de ubicación:** El icono de ubicación puede indicar que su página se dedica a ofrecer información, guías o servicios relacionados con los lugares destacados de Granada, ya sea turísticos, culturales o de interés general.

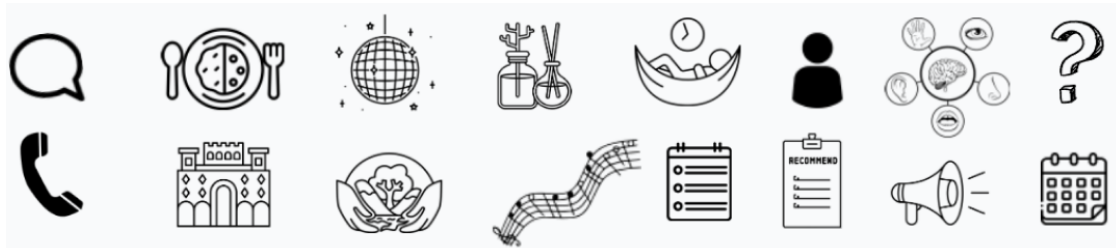
Paleta de colores

Elegimos la paleta de colores de SenseGranada a partir de las imágenes del Moodboard.



- **Muddy Waters:** Este color recuerda a sabor, especias y condimentos que está relacionado con tours gastronómicos. También evoca a los paisajes naturales que se visitan en los tours de naturaleza, como los árboles de los parques.
- **Texas Rose:** Se asemeja al color del atardecer, la luz de las velas de los spa de los tours de relax e incluso la luz ambiente con la que se iluminan las discotecas y recintos musicales.
- **Olivine:** Color que predomina en parques, en bosques y en la mayoría de tours de naturaleza. Además es un color que invita a la calma y a estar en paz, lo que hace que también esté bastante relacionado con los tours de relax.

Iconografía



Hemos escogido estos iconos (de [Canva](#)) para la aplicación, puesto que son muy legibles y expresan muy intuitivamente la actividad que se quiere representar.

La imagen que aparece en la landing page también se encuentra en Canva.

Tipografías

Principalmente se usarán dos tipografías:

- La tipografía utilizada para los títulos es CoffeCake. Tiene un estilo informal y amigable, sus trazos suaves y redondeados transmiten una sensación de calidez y accesibilidad. Hemos elegido esta fuente para crear una impresión acogedora y amigable, lo que puede ayudar a atraer y conectar con nuestra audiencia. También tiene un carácter distintivo: un estilo único y distintivo, con elementos decorativos en los caracteres que le dan un toque especial. Esto puede hacer que el título de su página se destaque y sea memorable.
- Para el cuerpo y los subtítulos usaremos Belleza. Elegida por varias razones:

- *Elegancia y sofisticación:* estilo elegante y sofisticado. Sus trazos finos y fluidos transmiten una sensación de refinamiento y buen gusto.
- *Legibilidad y claridad:* fácil de leer, incluso en tamaños más pequeños. Sus caracteres tienen una forma clara y distintiva, lo que facilita la legibilidad del texto.
- *Versatilidad:* puede adaptarse a diferentes estilos y propósitos. Puede ser utilizada tanto para el cuerpo del texto como para los subtítulos, lo que brinda coherencia y uniformidad en el diseño de su página. Esta coherencia ayuda a crear una experiencia de usuario agradable y profesional.
- *Complemento estético:* complementa y armoniza con otros elementos visuales presentes.

Patrón de diseño

Teniendo en cuenta la información proporcionada en <https://ui-patterns.com/patterns>. Algunas funcionalidades no se ven en el diseño pero se describen a continuación:

- *Caja de búsqueda:* se ha utilizado para la búsqueda de tours en las vistas principales de la aplicación..
- *Filtro de búsqueda:* permite a los usuarios buscar y filtrar contenido específico en función de criterios seleccionados. Los usuarios podrían filtrar los resultados por ubicación, horario, duración, tipo de actividad, precio, idioma, packs, sentido, etc. Se presenta como una barra de búsqueda avanzada en la página. Los usuarios pueden seleccionar o ingresar valores en los campos de filtro y luego aplicar los filtros para mostrar solo los resultados relevantes que coincidan con los criterios seleccionados.
- *Autocompletado:* a la hora de realizar las búsquedas se incluirá la opción de autocompletado.
- *Formato estructurado:* se centra en los formularios con entrada de datos y se utiliza sobre todo en la creación y modificación de las rutas, además de para la reserva de tours.
- *Mapa:* sección de localización del tour.

- *Calendario Picker*: seleccionar fechas de manera intuitiva y fácil utilizando un calendario interactivo.
- *Ajustes*: útil para la vista asociada a los ajustes del sistema, aunque personalizado al caso particular.
- *Deshacer (Undo)*: la capacidad de deshacer acciones o revertir cambios realizados en la página.
- *Valoración*: valoración de los tours y guías.
- *Arrastrar y soltar (Drag and drop)*: permite a los usuarios arrastrar elementos y soltarlos en áreas designadas para realizar acciones como organizar, cargar o reordenar contenido.
- La aplicación cuenta con una barra de navegación inferior que permite desplazarse entre las vistas principales de la aplicación.
- *Retroalimentación de entrada (Input Feedback)*: proporciona comentarios en tiempo real a medida que los usuarios ingresan información en formularios, como validar la fortaleza de una contraseña o mostrar sugerencias mientras escriben.
- *Edición en su lugar (Inplace Editor)*: permite editar el contenido directamente en la página sin tener que abrir una ventana o pantalla adicional.
- *Vista previa (Preview)*: vista previa de cómo se verá el contenido antes de guardarlo o publicarlo.
- Las regiones de cada vista deben diferenciarse correctamente, haciendo uso de una rejilla en el diseño para garantizar que la aplicación es responsiva.
- Todas las vistas (salvo la vista principal), deben contar con una flecha situada en la esquina superior izquierda que permita volver a la vista anterior.
- Todos los componentes deben cumplir con el contraste suficiente como para ser distinguidos a simple vista, teniendo en cuenta la presencia de usuarios potenciales con dificultades visuales o daltonismo.

Estilo de lenguaje

En SenseGranada, utilizamos un lenguaje cautivador y evocador para transmitir la experiencia única que ofrecemos a nuestros visitantes. Nuestro objetivo es despertar emociones y crear un sentido de asombro y fascinación al describir las maravillas de Granada.

Optamos por un estilo descriptivo y poético para capturar la belleza y el encanto de los lugares turísticos que ofrecemos, como la Alhambra y el Sacromonte. Utilizamos metáforas y adjetivos evocadores para pintar imágenes vívidas en la mente de nuestros lectores y transportarlos a través de las palabras a los escenarios nocturnos llenos de misterio y magia.

Al elegir este lenguaje, buscamos despertar el interés y la curiosidad de los visitantes, invitándolos a sumergirse en una experiencia memorable y única. Queremos transmitir la sensación de estar viviendo un momento especial, donde la historia, la arquitectura y la cultura se entrelazan en un ambiente nocturno lleno de poesía y encanto.

En resumen, utilizamos un lenguaje evocador y descriptivo para crear una conexión emocional con nuestros lectores, inspirándolos a explorar Granada de una manera única y sensorial. Queremos que sientan la magia y el esplendor de esta ciudad, y que se sientan tentados a descubrir todas las maravillas que SenseGranada tiene para ofrecer.