Informe Trabajo Práctico Especial

Interfaces de Usuario e Interaccion - TUDAI 2017



Alumnos: Lucas Pagadizabal

Pedro di Fonzo.

**Introducción**

En el siguiente informe detallaremos las diferentes tomas de decisiones que tomamos para llevar a cabo cada ítem de lo pedido en el enunciado dado por la cátedra.

Mayor parte de estas decisiones fueron tomadas por la idea de que el diseño a llevar a cabo era una página de e-commerce.

Nos basamos en diferentes patrones estándares de este tipo de páginas y de ejemplos vistos en la web.

Tratamos también de respetar la teoría dada en la práctica, y llevar a cabo las diferentes evaluaciones de heurísticas para obtener una mejor usabilidad sobre la página.

**Decisiones Tomadas**

**Header**

* **Logo:** El logo decidimos colocarlo arriba a la izquierda de la página para respetar el estándar. Su tamaño no es muy grande ya que el propósito de la página no es que recuerden el nombre sino que lleven a cabo una compra de cervezas.
* **Logo de Carrito:** El logo del carrito de compras lo colocamos lo más arriba y a la derecha posible, esta decisión la tomamos para respetar el estándar y además observamos que varias páginas de e-commerce. El logo es un carrito porque es fácil de identificar su uso, ”guardar productos”.

Al apretar el carrito se muestra un popup donde se detalla los productos agregados, con sus cantidades y la posibilidad de agregar más cantidad del mismo o sacarlo del carrito. En el wireframe del home simulamos esta función

* **Menú de Navegación:** Su posición es arriba de la página, ya que por estándar el nav va arriba de la página. Tomamos la decisión que el menú va a estar visible siempre, aunque el usuario scrollee, para que el usuario tenga la disponibilidad de navegar fácilmente por la web y tenga acceso fácil y rápido al carrito. Se destaca el botón de la sección en la que el usuario se encuentra, para respetar la heurística de visibilidad del estado del sistema

**Home**

* **Slider Promociones:** Dado que la página debe estar orientada a las ventas decidimos que lo primero que se vea en grande son las promociones que hay en el momento. Su tamaño hace referencia a la importancia que ocupa dentro de la página. Colocamos las flechas de navegación para respetar el estándar, al igual la cantidad de promociones representadas en los puntos debajo del slider.
* **Sección Últimas Publicaciones:** Esta sección la decidimos colocar debajo de las promociones, ya que creemos que es lo 2do más importante de la página, los demás productos que no están en promoción. Los productos estarán separados en pequeñas secciones, card, pero no tanto así el usuario se da cuenta que todos pertenecen al mismo grupo, respetando la ley de la proximidad. Cada producto tendrá una imagen, el nombre, breve descripción, el precio y un botón para agregar al carrito.
* **Sección Form y Comentarios:** Dado que un formulario de contacto rápido y una sección de comentarios de redes sociales estaban como requerimiento para el desarrollo de la página, decidimos colocarlos a lo último del home, ya que creímos que eran requerimiento de menor importancia.

Ya que el formulario tenía que ser de contacto rápido decidimos que solo contenga 3 inputs, nombre, email y comentarios. Cada input posee un label para respetar los patrones de diseño.

La sección de comentarios muestra comentarios relacionados a la página, su tamaño es igual al form, y mantiene una distancia adecuada para respetar la ley de proximidad y hacerle notar al usuario que pertenecen a la misma sección

**Productos**

Esta sección de la web muestra todos los productos que posee “El tío Pocho”.

* **Sección de Productos:** En esta sección mostramos todos los productos que posee la página. Cada producto posee una imagen, nombre, breve descripción y el botón de agregar al carrito.

Estos están separados por pequeñas secciones (card), pero manteniendo un alineamiento para respetar la ley de proximidad.

Decidimos que tenga un límite de productos a la vista, y colocar una navegación de productos.

**Nosotros**

En esta sección decidimos darle importancia a la información del dueño de la página web, en nuestro caso la cervecería del “tío pocho”.

* **Video:** Colocamos un video de elaboración de cervezas y junto a él un pequeño texto de descripción de la empresa, este texto no es tan extenso para respetar el principio de estética y diseño minimalista.
* **Mapa:** El mapa de ubicación de la cervecería lo pensamos de la misma forma que el video, por un lado el mapa y junto a él otro pequeño texto de descripción de la empresa.

**Footer**

Para el desarrollo del footer estuvimos observando las diferentes variedades que se encuentran en la web, también tuvimos en cuenta los estándares de diseño. Con esta información decidimos colocar el logo de la página a la izquierda del footer, al centro información de contacto (teléfono, emails, etc.) y a la derecha link a redes sociales.

**Colores**

Los colores los decidimos con ayuda de la aplicación de paletton, vimos ejemplos de páginas web de cervezas y en muchas de ellas predominaba el color negro, por eso decidimos basarnos colocar el negro para iniciar (header) y cerrarla (footer) la web.

Como colores contrastes decidimos colocar el dorado, porque notamos que logramos un buen contraste y respetar la ley de frente y fondo de Gestalt.

Lo que sería el contenido de la web (body) decidimos que estuviera separado del header y el footer entonces colocamos blanco de fondo.

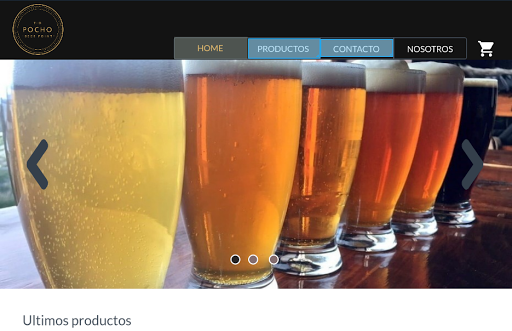
**Flujo de Compra**

El usuario al entrar lo primero que ve es el slider de promociones, si el usuario hace un click sobre el slider, la web te muestra la grilla de producto en promoción.

Cada producto de la grilla, incluyendo los de la promociones y los productos en general, pueden ser agregados al carrito apretando el logo del carrito con el signo más. Si el usuario agrega un producto, se suma al carrito localizado en el nav. Una vez que el usuario agrego todos los productos que quería comprar, selecciona el carrito del nav y se le muestra un popup detallando todos los productos agregados y con el botón de hacer el checkout. Para hacer el checkout se le pide los datos de la tarjeta para efectuar la compra.

**Vista del Prototipo en Alta**

Dado que tuvimos problemas con la herramienta que utilizamos para desarrollar el mockup con el tema de la resolución de página le dejamos a continuación como debería mostrarte el prototipo en alta.



Se tiene que ver el slider de promociones y el título de últimos productos abajo como para indicarle al usuario que hay algo más abajo

**Link a Prototipo en Alta**

Aquí le dejamos el link a la herramienta que desarrollamos el prototipo en alta:

<https://marvelapp.com/2hc65de/screen/32902343>

**Conclusión**

Luego de realizar el proyecto nos dimos cuenta de la importancia que puede tener el diseño de una página web, respetando los diferentes patrones, estándares o aplicando los principios heurísticos y las leyes de Gestalt, el usuario va a entender con mucha más claridad cómo usar la página, va a entender cómo llegar a su objetivo más fácil y dejarle una buena experiencia para que vuelva a utilizarla.

Si la página es de e-commerce, como nos tocó en este proyecto, se le puede dar una orientación o un flujo de compra que se fácil de realizar y así aumentar tus ventas.

Por eso creemos que es una muy buena práctica dedicarle tiempo a lo que sería UI, UX de tu página web, porque vas a generar percepciones positivas a tus usuarios, logrando que estos vuelvan a utilizarla.