

# \*\* DOCUMENTO DE PROCESO DE DISEÑO

Proyecto Grupal — Mind & Design: Galería Comercial Temática\*\*

---

## 1. Identificación del Grupo

**Nombre del equipo:** Mind & Design

**Integrantes:**

Leonel Contreras

Javier Martinez Rossi

Martina Salvia

Rosario Montello

Maria Pia Gopanas

(Completar integrantes del grupo)

---

## 2. Nombre y Temática de la Galería

**Nombre:** *Mind & Design – Galería del Diseño Contemporáneo*

**Concepto:** Neo Nature – Organic Design

El centro comercial se concibe como una **galería comercial moderna**, donde el diseño, la estética natural y la experiencia sensorial se integran. Es un espacio donde cada local expresa una identidad vinculada al diseño: moda, decoración, luminaria, gastronomía y cultura.

El enfoque combina:

- **Diseño contemporáneo**
- **Paleta natural (olive organic)**

- **Minimalismo funcional**
  - **Experiencia fluida y estética unificada**
- 

### **3. Mapa del Sitio (Arquitectura de Información)**

#### **Sitio Grupal Mind & Design**

- **Inicio**
  - Presentación
  - Video principal
  - Accesos rápidos
- **Servicios**
- **Gastronomía**
- **Entretenimientos**
- **Locales**
  - Mapa interactivo
  - Buscador
  - Listado de locales
  - Enlaces a locales individuales
- **Ofertas**
- **Contacto / Chatbot**

#### **Sitios individuales (integrados):**

- Elegance Fashion (Moda)

- LUMEN (Luminaria & Diseño)
  - DecoHaus (Decoración)
  - Tay Shop (Merch & Cultura)
  - Otros según integrantes
- 

## 4. Público Objetivo

### Perfil general

- Jóvenes y adultos (18–45 años)
- Interesados en diseño, lifestyle, moda, decoración y experiencias culturales
- Público con afinidad digital, uso intensivo de redes sociales y navegación mobile-first

### Características digitales

- Usuarios que esperan **velocidad, claridad y estética limpia**
  - Preferencia por **interfaces minimalistas**, coherentes visualmente
  - Alta expectativa de **interacción visual** (mapas, videos, animaciones)
  - Necesidad de **información accesible**, inmediata y bien jerarquizada
- 

## 5. Proceso de Diseño

### 5.1. Investigación inicial

El análisis incluyó:

- Lineamientos del TP

- Referencias de shopping centers modernos
- Tendencias UI/UX 2024–2025
- Aesthetic minimal + natural textures
- Funcionalidad mobile-first
- Accesibilidad WCAG y heurísticas de Nielsen

## **5.2. Bocetos (Wireframes)**

Se realizaron bocetos de baja fidelidad para:

- Estructura del Home
- Composición del mapa interactivo
- Card de locales
- Navbars y headers
- Secciones de contenido (servicios, gastronomía, entretenimiento)

Los bocetos definen:

- Jerarquía visual principal
- Layout responsivo
- Ubicación de elementos clave
- Flujo de navegación básico

## **5.3. Prototipo en Figma**

Se desarrolló un prototipo de alta fidelidad con:

- Sistema de diseño unificado
- Componentes reutilizables

- Tokens: colores, espaciados, radius, sombras
- Versiones desktop y mobile
- Interacciones de hover, focus y estados activos
- Integración visual de cada local individual

El prototipo permitió validar navegación, contraste y coherencia estética.

---

## 6. Selección Visual (Colores, Imágenes, Iconografía, Logotipo)

### 6.1. Paleta cromática — Neo Nature / Olive Organic

Basada en tonos suaves, naturales y elegantes:

- **Background:** #F6F5F1
- **Foreground:** #1E1E1E
- **Primary (Olive):** #7A8061
- **Secondary:** #EAE8E0
- **Muted:** #CFC7B5
- **Card:** #FFFFFF

#### Fundamentos:

- Evoca naturaleza moderna, calma y diseño sofisticado
- Alinea todos los locales bajo un mismo concepto
- Asegura contraste suficiente para WCAG

### 6.2. Tipografía

- **Manrope:** para texto general, simple y legible
- **Space Grotesk:** para titulares, aporta modernidad y personalidad  
*Ambas familias permiten jerarquía clara y accesible.*

### 6.3. Iconografía

- Basada en líneas delgadas, estilo minimalista
- Cohesiva con la estética general
- Evita sobrecarga visual y mantiene claridad de funciones

### 6.4. Logotipo

Mind & Design utiliza una marca tipográfica limpia, con espaciado amplio y una paleta neutra + oliva. La estética conecta diseño moderno con calidez natural.

---

## 7. Composición Visual y Estilo Gráfico

- Layouts modulares
  - Cards limpias con sombras “soft”
  - Uso consistente de radius 10px
  - Imágenes de alta calidad (Unsplash / IA curada)
  - Uso de blancos amplios (white space)
  - Jerarquía con pesos tipográficos claros
  - Animaciones sutiles (fade, scale, hover)
  - Apariencia calmada, profesional, elegante
-

## **8. Análisis de Usabilidad — Aplicación de las 10 Heurísticas de Nielsen**

### **1. Visibilidad del estado del sistema**

- Se usan hover states, active states y transiciones
- El mapa interactivo resalta locales en tiempo real

### **2. Relación entre el sistema y el mundo real**

- Uso de nombres reconocibles (Gastronomía, Servicios, Ofertas)
- Mapas, imágenes y categorías que representan espacios reales

### **3. Control y libertad del usuario**

- Navegación clara
- Botones evidentes de volver/continuar
- Breadcrumbs en locales individuales

### **4. Consistencia y estándares**

- Tipografías, botones, sombras y colores unificados
- Misma UI en cada local individual

### **5. Prevención de errores**

- Formularios con validaciones visibles
- Input de búsqueda con autocompletado

### **6. Reconocimiento antes que memoria**

- Mapa visual
- Cards con imágenes claras
- Menú persistente

## **7. Flexibilidad y eficiencia de uso**

- Búsqueda rápida
- Accesos directos en Home
- Navegación mobile optimizada

## **8. Estética y diseño minimalista**

- No hay elementos superfluos
- El contenido es organizado y respirado

## **9. Ayuda a los usuarios a reconocer y recuperarse de errores**

- Mensajes claros en formularios
- Alertas visuales y descripciones

## **10. Ayuda y documentación**

- Información clara de cada sección
- Textos concisos y orientativos

---

## **9. Accesibilidad Web – WCAG 2.1 (A & AA)**

### **Decisiones tomadas**

- Contraste color-fondo superior a 4.5:1
- Uso de `<alt>` en todas las imágenes relevantes
- Navegación completa con teclado
- Formularios con `label` asociados
- Jerarquía semántica correcta (`<h1>`, `<h2>`, `<h3>`)
- Enlaces descriptivos (“Ver ofertas”, “Ir a gastronomía”)
- Evitar depender solo del color
- Botones claros con estados visibles (hover, focus, active)

## Ejemplos de adaptación

- Búsqueda de locales incluye texto adicional más iconografía
- Mapa interactivo con puntos destacados + texto visible
- Cards con tamaño accesible y espaciado adecuado
- Íconos acompañados de texto para no depender del color
- Texto alternativo en galerías de imágenes
- Video con opción de mute, replay y accesibilidad

---

## 10. Funcionalidad Dinámica (Obligatoria del TP)

Nuestro sitio implementa:

### ✓ Mapa Interactivo de Locales

- Cada local tiene coordenadas personalizadas

- Hover y clic muestran información
- Resalta ubicación del local al buscarlo
- Adaptado a desktop y mobile

#### ✓ **Buscador con filtrado dinámico**

- El usuario escribe y encuentra el local instantáneamente
- Coincidencias resaltadas
- Conexión directa al mapa

---

## **11. Aporte Personal e Integración del Local Individual**

Cada integrante integra su propio sitio dentro de la galería.

En el caso de [integrante], el aporte incluye:

- listado de tareas

*La IA colaboró en reforzar la consistencia visual, detectar errores de usabilidad y sugerir mejoras en accesibilidad sin introducir contenido ajeno al diseño original.*