



CFGGS 2ºDAW - Proyecto Agile

Documentación La Butaca Social

Autores:
Rafael Cosquillo
Franco Benavides
Alberto Llera



1. Introducción

Aedo Studio es una empresa joven y flexible dedicada al desarrollo de aplicaciones web a medida. En un mercado donde muchas pymes carecen de presencia digital sólida y efectiva, nuestro estudio ofrece soluciones personalizadas, sostenibles y orientadas a las necesidades reales de cada cliente. Nos diferenciamos por un trato cercano, procesos ágiles, optimización de recursos y un compromiso explícito con la sostenibilidad digital, reduciendo huella energética mediante buenas prácticas de desarrollo y hosting verde.

En este contexto nace **Butaca Social**, una aplicación web inspirada en plataformas como Letterboxd, TV Time o IMDb, cuyo objetivo es ofrecer un espacio donde los usuarios puedan descubrir películas, llevar un seguimiento de lo que ven y compartir sus opiniones con otros cinéfilos. Durante la fase de investigación se realizaron entrevistas al cliente y a potenciales usuarios, además de un análisis comparativo de plataformas similares. Esta fase inicial permitió detectar tendencias de diseño contemporáneo, necesidades reales del público objetivo y aspectos esenciales para que la plataforma resulte usable, atractiva y competitiva.

Durante este análisis se identificaron patrones comunes entre las grandes plataformas: uso de diseño oscuro para generar inmersión cinematográfica, organización clara del contenido, predominio visual de portadas y fichas técnicas, así como la integración natural del componente social. Al mismo tiempo, se detectaron puntos débiles en estas plataformas, como publicidad intrusiva, lentitud en ciertos apartados o ausencia de filtros avanzados, que Butaca Social busca mejorar desde su diseño inicial.

El resultado de esta investigación constituye la base del proyecto y establece las directrices de diseño y funcionalidad necesarias para crear una plataforma sólida, accesible y alineada con los valores de Aedo Studio.

1. Objetivos

El proyecto tiene como finalidad principal desarrollar una plataforma web destinada a cinéfilos, que permita gestionar contenido audiovisual y fomentar la interacción entre usuarios. Para alcanzar este propósito se han definido objetivos claros que combinan aspectos técnicos, experienciales y empresariales.

En primer lugar, se busca crear una aplicación intuitiva y visualmente atractiva, capaz de mostrar películas recientes, fichas completas, listas personalizadas y un sistema de reseñas

integrado. La plataforma debe ser rápida, accesible y funcionar correctamente en cualquier dispositivo. Para lograrlo, el diseño se centrará en interfaces limpias, tiempos de carga reducidos y navegación clara, con especial atención a personas con necesidades de accesibilidad.

A nivel empresarial, el proyecto pretende consolidar a Aedo Studio como una compañía capaz de desarrollar productos completos, escalables y sostenibles. La elección de hosting verde, la optimización de imágenes, la reducción de consumo energético y la coherencia estética con el mundo del cine permiten reforzar la identidad ecosocial de la empresa, aportando un valor diferenciador frente a competidores que siguen modelos más estándar de desarrollo.

Finalmente, uno de los objetivos más importantes es integrar correctamente la dimensión social. Butaca Social no debe ser solo un catálogo, sino un espacio donde los usuarios puedan comunicarse, descubrir tendencias, filtrar contenido avanzado y recorrer la plataforma como si formaran parte de una comunidad cinematográfica activa.

3. Planificación

La planificación del proyecto se elaboró combinando metodología ágil y fases de desarrollo que permitan iterar de forma progresiva. Durante la primera etapa, el equipo realizó el análisis del sector, que incluyó entrevistas con el cliente y con usuarios reales. Esta fase permitió clarificar el alcance y priorizar las funcionalidades esenciales, como la visualización de la cartelera, el sistema de comentarios y los filtros avanzados propuestos por el cliente.

El siguiente paso consistió en el diseño de la experiencia de usuario. Con herramientas como Figma se estructuraron los wireframes y mockups iniciales, buscando siempre una estética coherente con el cine y las tendencias actuales en diseño web: uso de tema oscuro, minimalismo visual y predominio de imágenes como elemento principal de navegación.

Una vez cerrado el diseño, el proyecto avanzó hacia la implementación técnica. El desarrollo se dividió en dos bloques complementarios: el backend y el frontend. El backend se centró en la creación de la estructura de base de datos, las API necesarias para gestionar usuarios, listas, películas y comentarios, así como los filtros y el apartado ecosocial. En paralelo, el frontend dio forma a la interfaz y a los componentes dinámicos que permiten la interacción con la plataforma.

Durante todo el proceso se idearon criterios de rendimiento, seguridad y accesibilidad. Finalmente, se planificaron pruebas de funcionamiento que incluyen test de carga, revisión del registro, comprobación de tiempos de respuesta y validación del diseño en distintos dispositivos. La fase final del proyecto contempla la presentación al cliente, ajustes finales y despliegue en hosting verde, garantizando así un funcionamiento estable y sostenible.

4. Historias de Usuario

Las historias de usuario se han elaborado a partir de toda la información recogida durante el análisis, integrando tanto las necesidades expresadas por el cliente como las expectativas de usuarios potenciales. Esto ha permitido construir un conjunto de relatos breves que reflejan cómo las personas interactuarán con la plataforma y qué buscan obtener de ella.

De los usuarios surgió la necesidad de navegar por una cartelera clara, fácilmente filtrable por géneros y con predominio del contenido visual, tal como ocurre en Letterboxd o IMDb. También manifestaron interés en acceder a fichas completas de películas, donde no falten datos esenciales como reparto, director, país o puntuaciones. Igual de importante fue la petición de mantener un registro personal de películas vistas y crear listas temáticas, que puedan ser compartidas con otros cinéfilos dentro de la red social.

El cliente, por su parte, insistió en la importancia del componente social. Considera fundamental que exista un chat general accesible solo para usuarios registrados y que las reseñas estén moderadas para evitar mensajes inapropiados. También destacó la necesidad de filtros avanzados, especialmente orientados al cine de autor, directores específicos y países de origen. Además, sugirió la idea de incluir un apartado dedicado a cine con temática ecosocial, opción bien recibida por los usuarios entrevistados siempre que no resulte intrusiva.

Entre las sugerencias más originales se encuentra la propuesta de incorporar un randomizador de películas, pensado para quienes no saben qué ver, y un sistema que indique en qué plataforma está disponible cada título. Ambos elementos aumentan la utilidad práctica de la aplicación y diferencian a Butaca Social de alternativas más simples. Asimismo, se identificaron expectativas respecto al rendimiento: la plataforma debe ser rápida, evitar anuncios molestos y tener un diseño accesible para cualquier persona, independientemente de sus capacidades.

En conjunto, estas historias dibujan un perfil claro de lo que el usuario espera: una plataforma

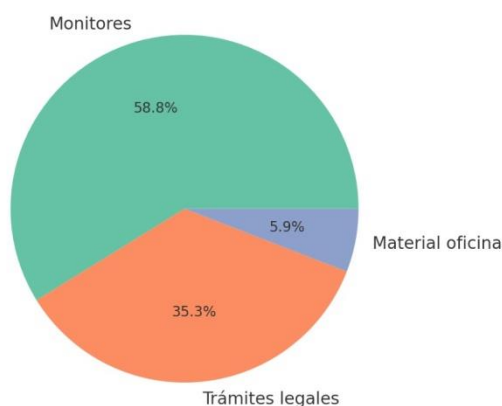
organizada, inmersiva, social, sostenible y adaptable, capaz de unir la pasión por el cine con herramientas útiles y una experiencia fluida.

5. Presupuesto

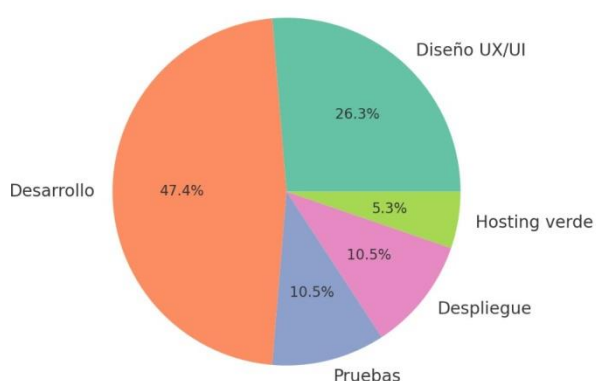
El desarrollo de Butaca Social se apoya en un modelo económico sostenible propio de Aedo Studio. Gracias a una estructura de costes reducida y al uso de recursos optimizados, el proyecto se mantiene viable desde su inicio. La inversión inicial necesaria contempla la adquisición de monitores, material básico de oficina y los trámites legales de constitución, alcanzando un total de 850 euros. A esto se añaden gastos mensuales relacionados con el coworking, el hosting verde, las suscripciones a software profesional y herramientas de gestión, acumulando alrededor de 195 euros mensuales.

La previsión estándar de Aedo Studio para un desarrollo full-stack sostenible se sitúa en torno a 1.900 euros por proyecto, cifra que incluye el diseño, la implementación, las pruebas y el despliegue. Este coste encaja con la complejidad de Butaca Social, ya que se trata de una plataforma que combina aspectos sociales, gestión de usuarios, funcionalidades avanzadas y un diseño centrado en la experiencia. El uso de hosting verde forma parte del compromiso ecosocial de la empresa y se integra como un elemento natural del presupuesto.

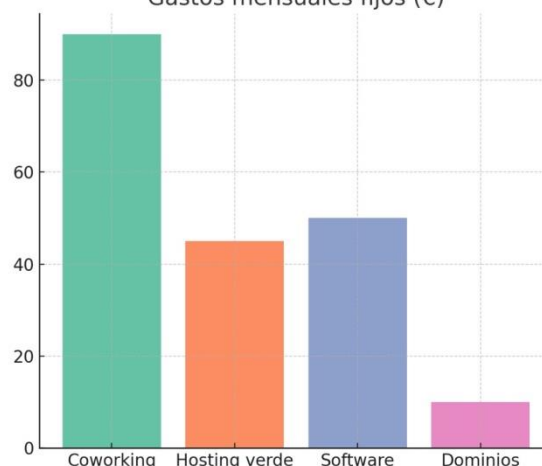
Distribución de la inversión inicial



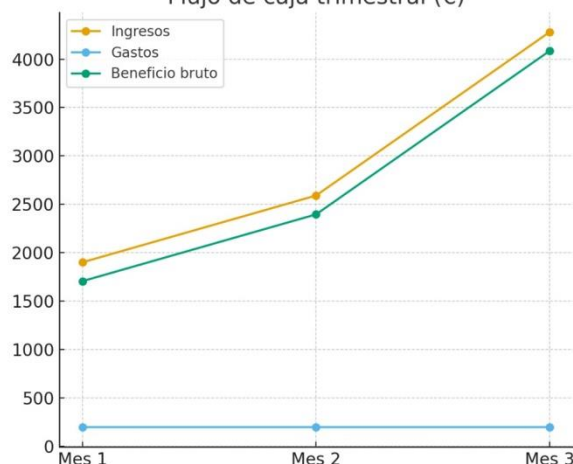
Distribución de costes por proyecto



Gastos mensuales fijos (€)



Flujo de caja trimestral (€)



En el primer gráfico, dedicado a la distribución de la inversión inicial, se aprecia que la mayor parte del presupuesto se destina a los monitores, mientras que los trámites legales ocupan un segundo lugar destacado. El material de oficina representa solo una fracción pequeña. Esta distribución sugiere una prioridad clara por asegurar primero los elementos técnicos y los requisitos formales del proyecto.

El segundo gráfico, centrado en los gastos mensuales fijos, muestra que el coworking es el coste más elevado dentro de la actividad ordinaria. El hosting verde y el software quedan en un rango intermedio, mientras que los dominios apenas suponen un gasto notable. La imagen general refleja un conjunto de costes estables y relativamente equilibrados para mantener la operatividad.

En el tercer gráfico, que representa la distribución de costes por proyecto, el desarrollo domina con casi la mitad del total. El diseño UX/UI continúa con un peso significativo, mientras que pruebas, despliegue y hosting verde ocupan porcentajes menores. Esto indica que la mayor carga de trabajo y recursos se concentra en la creación funcional del producto.

El cuarto gráfico, correspondiente al flujo de caja trimestral, ilustra cómo los ingresos aumentan de forma progresiva y se mantienen siempre por encima de los gastos. Esa relación permite que el beneficio bruto mejore mes a mes. La curva ascendente sugiere un crecimiento económico constante y un modelo sostenible en el corto plazo.

6. Análisis de la competencia.

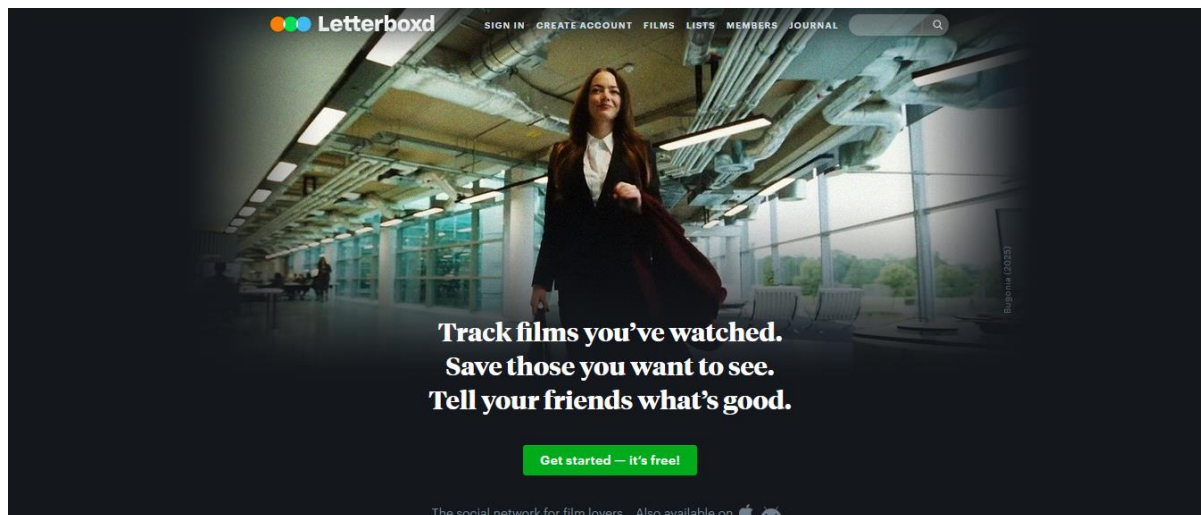
Con el objetivo de llevar a cabo el desarrollo de nuestra propia aplicación web, el primer paso a seguir es un análisis profundo de la competencia. En este apartado usaremos como ejemplo tres aplicaciones que nos parecen interesantes y que podrían suponer tanto un espejo en el que mirarse, como una caja de ideas para nuestro propio desarrollo.

6.1 Análisis Letterboxd.

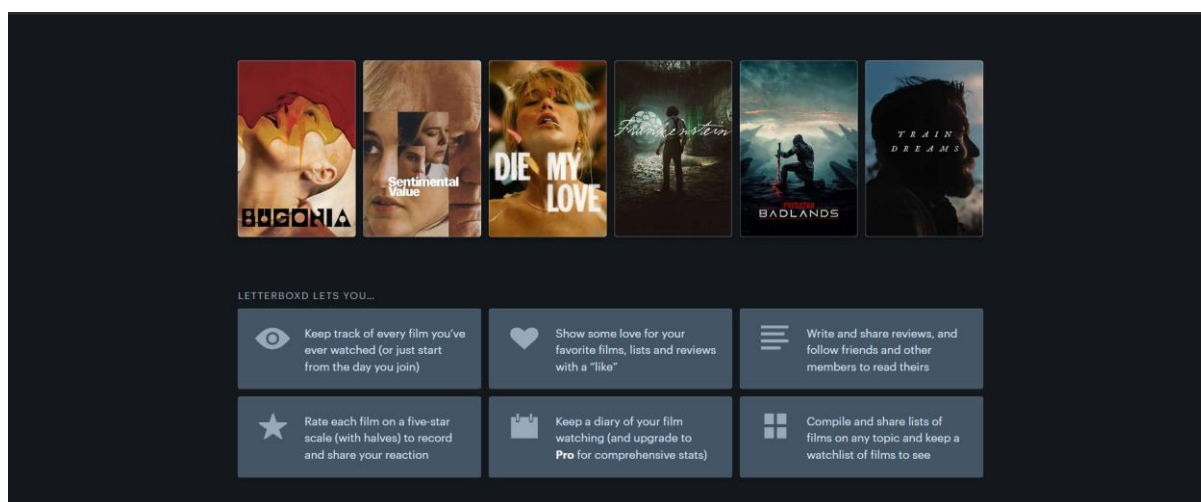
El 1 de octubre de 2011 Matthew Buchanan y Karl von Randow, desarrolladores web, lanzaban al mercado Letterboxd con un objetivo claro, crear una red social parecida a GoodReads pero dirigida a los cinéfilos.

Comenzaremos analizando la cabecera de la página de inicio. En la imagen inferior podemos observar como el menú se divide en seis categorías, haciendo especial hincapié en iniciar sesión y crear cuenta, dando importancia a la parte de red social. Además, añade la posibilidad de acceder a listas creadas por los usuarios, consultar miembros y acceder al diario (parte que funciona a modo de blog). Todo acompañado del logo a la izquierda y de una barra de búsquedas a la derecha. Por último, y aunque no

pertenece exactamente a la cabecera, el usuario lo primero que visualiza también al entrar es un frame de una película actual, detalle que nos indica que se mantienen actualizados con los estrenos más modernos, y un botón de un color verde que responde a los colores del logo oficial, pero que a la vez es llamativo que incita a los nuevos usuarios a unirse a la red social dejándoles claro que es gratuita.



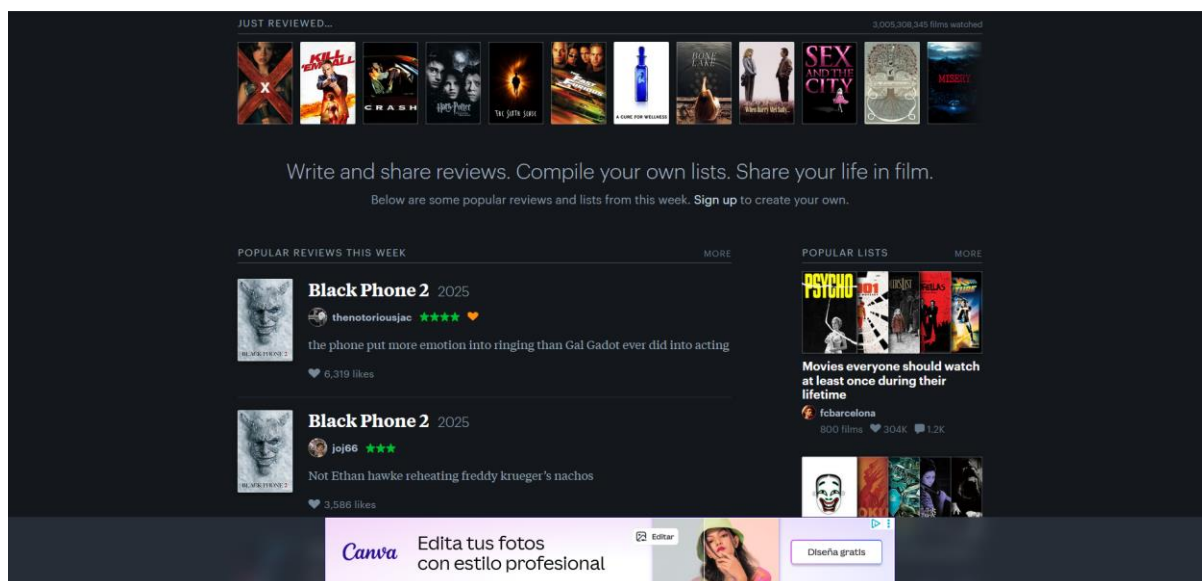
Si continuamos deslizando hacia abajo en la página de inicio de Letterboxd, como se muestra en la siguiente imagen encontraremos pósters de películas que han sido estrenadas hace poco. El usuario puede interactuar con estos y será redirigido a la página de cada una de las películas dependiendo de en cual pinche, además podemos encontrar varios cuadros de texto que explican las diferentes funcionalidades de las que dispone la página. Es decir, a poco que el usuario se desplaza por la home de letterboxd se le invita a registrarse y se le indican las diferentes funcionalidades. Sin duda, es una buena decisión de diseño, ya que muestra los objetivos principales de la aplicación que son dos: ser una red social y además llevar un seguimiento de las películas que los usuarios ven en su día a día.



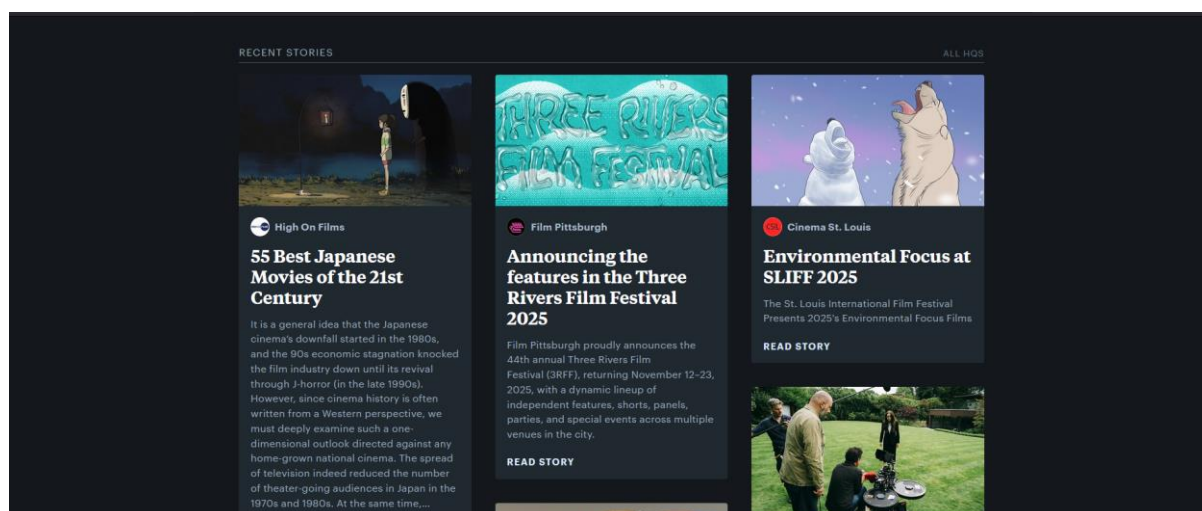
Destacar que la web en la página de inicio sólo muestra un anuncio que va siguiendo a los usuarios a medida que bajan en la misma. Por un lado, es importante destacar el hecho de que solo muestran un único anuncio, pero es un poco molesto porque no se puede cerrar de ninguna manera y ocupa parte de

la página ocultando el contenido de la misma como se muestra en la siguiente imagen.

La siguiente parte de la web es también muy importante para el diseño de la misma y sigue respondiendo al objetivo de la home, mostrar a los nuevos usuarios las diferentes características de la aplicación, pero también está pensada en los usuarios habituales, porque las películas son actuales e incluye listas que hacen referencia a eventos cinéfilos que se estén llevando a cabo en ese momento, a comentarios de películas recientemente estrenadas o listas populares. Como podemos ver en la imagen de abajo.

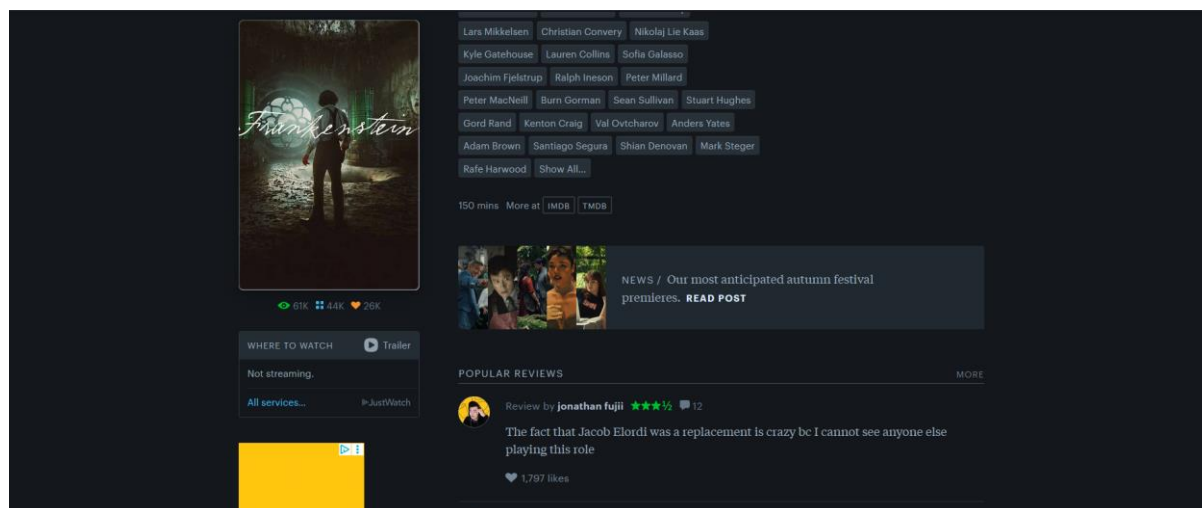


Por último, antes de llegar al footer, la página tiene una sección con artículos sobre estrenos de cine actuales, listas de películas y en definitiva una sección de blog para los cinéfilos más interesados en el mundillo que quiera un paso más allá.



Por último, queremos realizar un comentario sobre las páginas referentes a cada una de las películas, que al final es un poco el centro de la propia web. Como observamos en la siguiente imagen, encontramos que la organización de cada uno de los títulos responde a lo siguiente: primero destacar el

poster de ésta a la izquierda acompañada del título, en la parte central al inicio de esta encontramos una sección con el casting y el equipo que ha hecho posible dicha producción, para dar paso a la parte más importante la de la red social. A nivel de diseño sigue la web continúa con su decisión de ser directa con los contenido que quiere mostrar, es decir, deja claro que es una web de cine para cinéfilos que quieren compartir sus opiniones en internet con otra gente con gustos parecidos.



¿Pero cómo es realmente la letterboxd? ¿Responde a las tendencias del diseño web actuales? Según Selin Romano (Romano, 2024), para el blog de Elementor, una de las tendencias para el 2025 es el minimalismo audaz, propiedad que cumple y sigue al pie de la letra letterboxd. Encontramos que las diferentes páginas ofrecen diseños limpios acentuando el contenido y el atractivo visual.

Además, otro de los aspectos que la autora comenta es el uso del tema oscuro, cualidad que cumple letterboxd ya que todas sus páginas tienen fondos oscuros y los textos son blancos o grises claros que contrastan con el propio fondo. Para remarcar las partes importantes utilizan el verde tan vibrante de las estrellas de las puntuaciones o de algunos botones para llamar la atención de los usuarios, color que también contrasta con el del fondo.

Pero esta oscuridad responde también a un detalle aún más importante, ya que el objetivo principal de la web es hacerte sentir como si estuvieses en una sala de cine, resaltando aún más el hecho de que la web está dirigida a cinéfilos. Un buen ejemplo, es la primera imagen que se nos presenta sin estar logueados, ya que parece que la misma está siendo proyectada en una pantalla. Por tanto, la web pretende apelar a esa sensación de estar sentados en la butaca mirando una película.

Por otro lado, no respondería a otras tendencias actuales cómo añadir animaciones. No superpone estilos, pero en realidad esto no es un lastre porque tiene una línea estética muy marcada que sigue al pie de la letra sin romper la armonía, ni el mensaje que intenta transmitir. O no gamifica los contenidos (Meojomil, 2020).

Por tanto, podemos llegar a la conclusión de que Letterboxd tiene un diseño moderno y sobre todo atractivo para los usuarios. Es una web que conoce a su público objetivo y sabe cómo mantener enganchados a los cinéfilos, ya sea con su gran catálogo de películas para realizar listas, organizar un

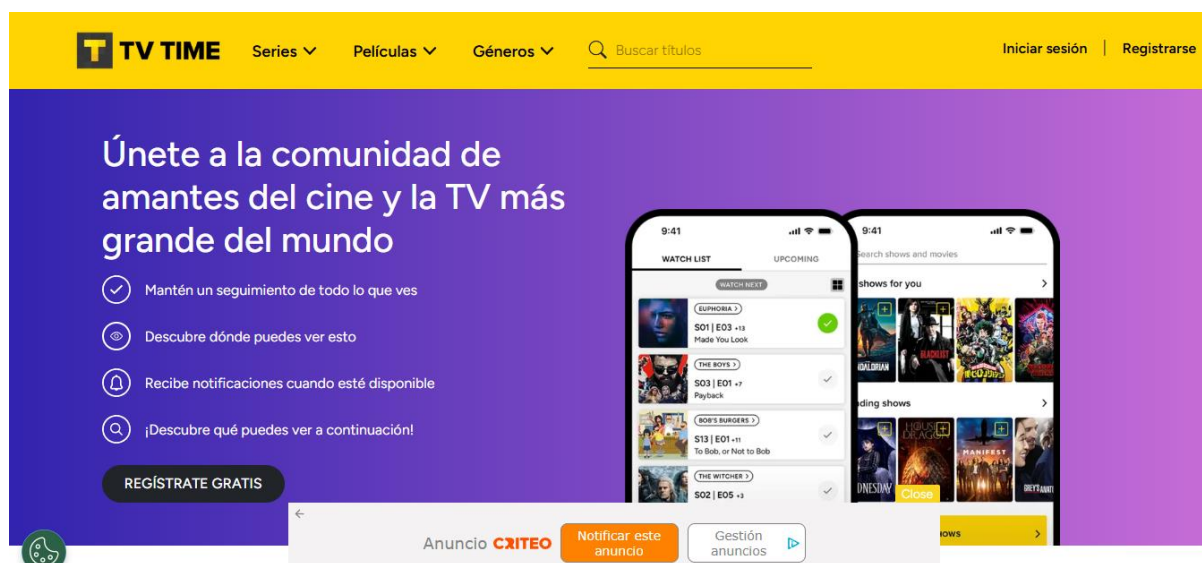
diario de visualización o con la red social para compartir y contrastar opiniones sobre los estrenos más modernos. Y responde a las tendencias más recientes sobre el diseño web.

6.2 .Análisis de TV Time

TV Time es una plataforma desarrollada por Whip Networks en el año 2011, cuyo objetivo principal es permitir a los usuarios llevar un registro de las series y películas que visualizan, así como descubrir nuevo contenido en función de sus preferencias personales.

La cabecera del sitio web se compone del logotipo y de los apartados principales: Series, Películas y Géneros. A la derecha, se ubican las opciones de Iniciar sesión y Registrarse, junto con una barra de búsqueda que facilita la navegación y optimiza el acceso al contenido.

En la sección principal de la página de inicio, se observa un fondo degradado en tonos morados, acompañado de un mensaje central que invita al usuario a unirse a la comunidad de amantes del cine y la televisión. Debajo de este encabezado se presentan los beneficios de la aplicación, tales como mantener un seguimiento del contenido visualizado y recibir notificaciones sobre nuevos estrenos. A la derecha, se incluyen imágenes representativas de la interfaz móvil, las cuales refuerzan la idea de una experiencia moderna y funcional orientada al seguimiento audiovisual.



En la parte media de la página de inicio, TV Time presenta la sección “Series en tendencia”, destacando los títulos con mayor actividad reciente, junto con su imagen, número de temporadas y estado.

Debajo, la sección “Películas de moda” resalta los largometrajes más comentados, mientras que “Series más vistas del tirón” muestra aquellas visualizadas de forma continua. Las tres secciones usan carruseles horizontales para facilitar la navegación.

El uso de los colores corporativos refuerza la identidad visual del sitio. En conjunto, estas secciones

combinan recomendación y componente social, ofreciendo una experiencia de usuario atractiva y dinámica.

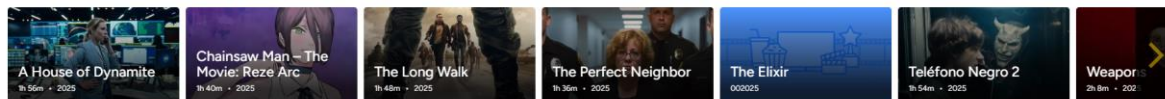
Series en tendencia >

Series con más reacciones en los últimos tres días



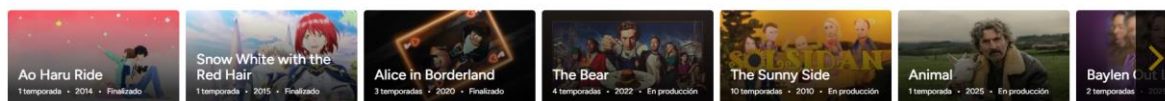
Películas de moda >

Películas con más reacciones en los últimos tres días



Series más vistas del tirón >

Series más vistas en las últimas 24 horas

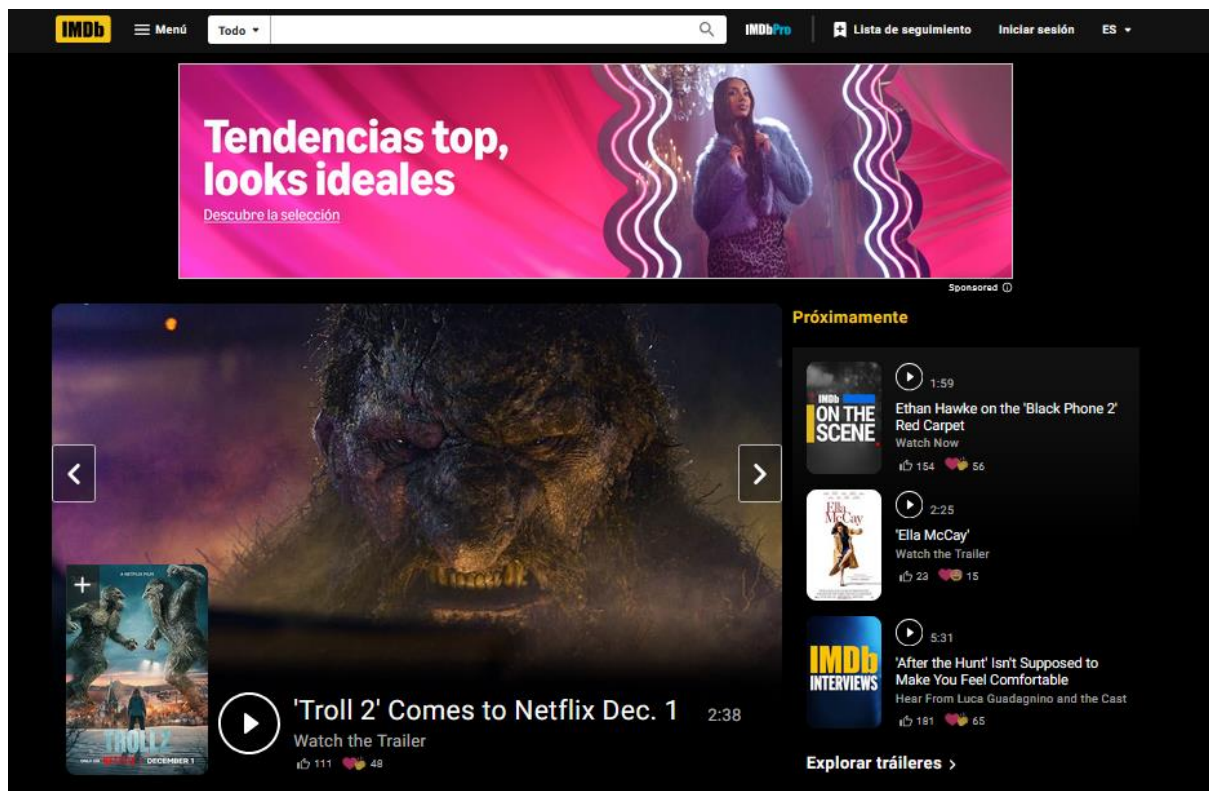


En conclusión, el diseño de TV Time responde a una estructura visual moderna, centrada en la funcionalidad y la participación del usuario. La disposición clara de sus secciones, junto con el uso coherente de su paleta cromática en tonos morados, amarillos y blancos, refuerza la identidad de marca y favorece una experiencia de navegación intuitiva. Además, la organización por categorías y el componente social integran el seguimiento audiovisual con la interacción comunitaria, aspecto que diferencia a la plataforma dentro de su ámbito. Aunque el sitio mantiene una línea estética sencilla y directa, esta elección resulta efectiva para comunicar sus objetivos principales: facilitar el control del contenido visto y crear un espacio digital donde los usuarios puedan compartir sus hábitos e intereses en torno al cine y las series.

6.3. Análisis de IMDb (Internet Movie Database)

IMDb fue fundada en 1990 como una base de datos colaborativa en línea, gestionado principalmente por voluntarios y cinéfilos aunque desde 1998 pertenece al gigante tecnológico Amazon. Actualmente es considerada la base de datos de películas, series, etcétera más extensa del mundo.

En esta ocasión analizaremos la página principal y desglosaremos esta información en distintos apartados:



En cuanto a la **identificación** de la marca, el logotipo clásico de IMDb (vigente con ligeros cambios desde 2001) en amarillo y negro cumple bien con esta función, está situado en la esquina superior izquierda y mantiene la coherencia de marca y destaca sobre el fondo oscuro, reforzando el carácter cinematográfico de la web. La paleta de colores (negro, amarillo y blanco) genera contraste y facilita la lectura, además emana la sensación de estar en el cine viendo una película.

La **navegación** se organiza desde la parte superior con un menú desplegable, una barra de búsqueda con filtros y accesos a IMDbPro, lo cual es una utilidad de pago prácticamente obligatoria para actores y demás personas en la industria que quieran tener control de su propia información, investigar acerca de proyectos en desarrollo y ponerse en contacto con productores y managers.

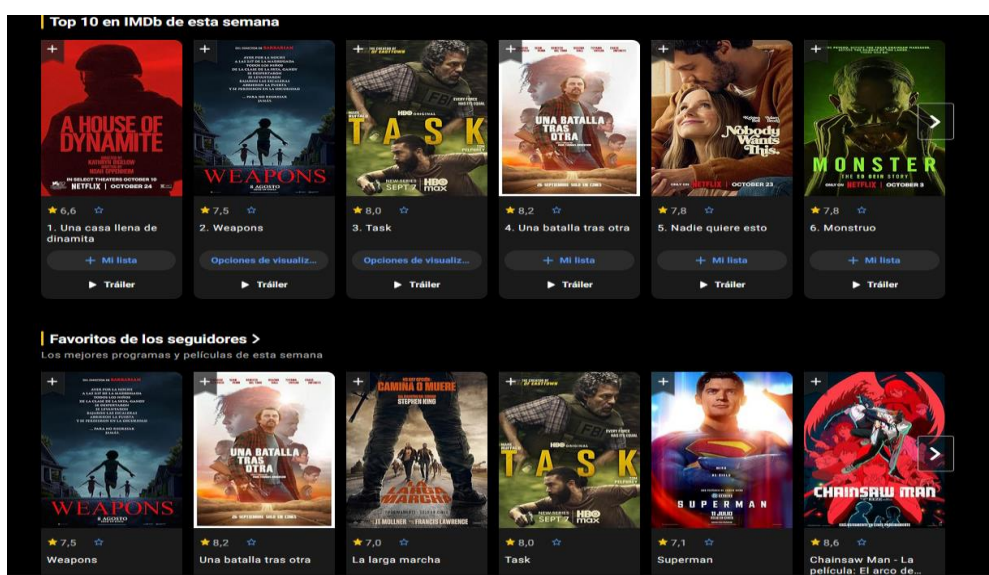
A todo esto le acompañan un botón *Lista de seguimiento*, donde en poco sencillos pasos, nos permite crear listas personalizadas y añadir películas o series a la misma para llevar un seguimiento específico o para compartir con el resto de usuarios. Además, tiene listas prefabricadas donde se incluyen automáticamente elementos si el usuario marca que quiere ver esa película o que le ha gustado tal serie.

Es interesante observar que una vez iniciamos sesión, aparece un nuevo pulsador que antes estaba oculto que nos recuerda e invita a usar su aplicación móvil, destacando que su

aplicación web está disponible en cualquier dispositivo y en cualquier momento.

Si observamos el **contenido**, el foco principal está en el tráiler destacado, que ocupa gran parte de la pantalla y atrae la atención con una imagen potente y el botón de reproducción central. A la derecha, la sección *Próximamente* muestra miniaturas de nuevos estrenos, lo que aporta dinamismo y mantiene el interés del usuario.

La **interacción** a través de la página es buena: los botones de play, flechas de desplazamiento y reacciones (me gusta, favorito) facilitan la interacción sin sobrecargar el diseño. Están bien posicionados y resultan intuitivos.



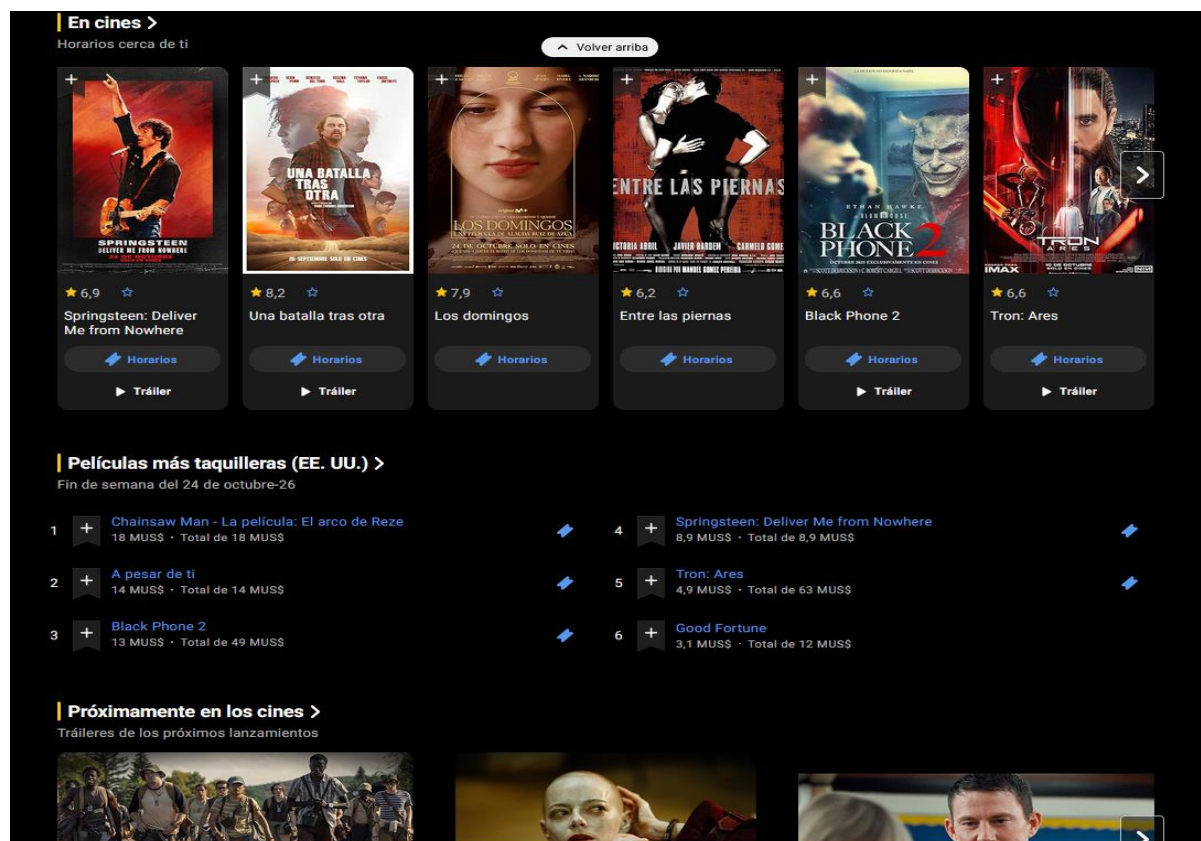
Si nos deslizamos a través de la pantalla, como podemos observar en la imagen inferior, podemos ver una serie de pósters tanto de películas como de series, esto son recopilaciones que IMDb considera interesantes para el usuario, como puede ser *Top 10 en IMDb de esta semana* o *Favoritos de los seguidores*.

Si deslizamos un poco más encontramos un apartado con el mismo formato y diseño que los expuestos inmediatamente en la página previa y que se titula *Explora las reproducciones en streaming*, lo cual enlaza con Amazon Prime video para generar beneficios monetarios a la empresa.

Para finalizar con el análisis, hemos incluido una captura prácticamente al final de la página y cerca del footer que se puede apreciar a continuación. Es una sección de la página destinada íntegramente a las películas que están en cartelera, las que van a salir próximamente en los cines o las Películas más taquilleras de [EE.UU.](#), aunque si accedemos al hiperenlace nos redirige a la página de Box Office Mojo que también pertenece a Amazon, ya que esta era una

subsidiaria de IMDb. (Ali, R 2008)

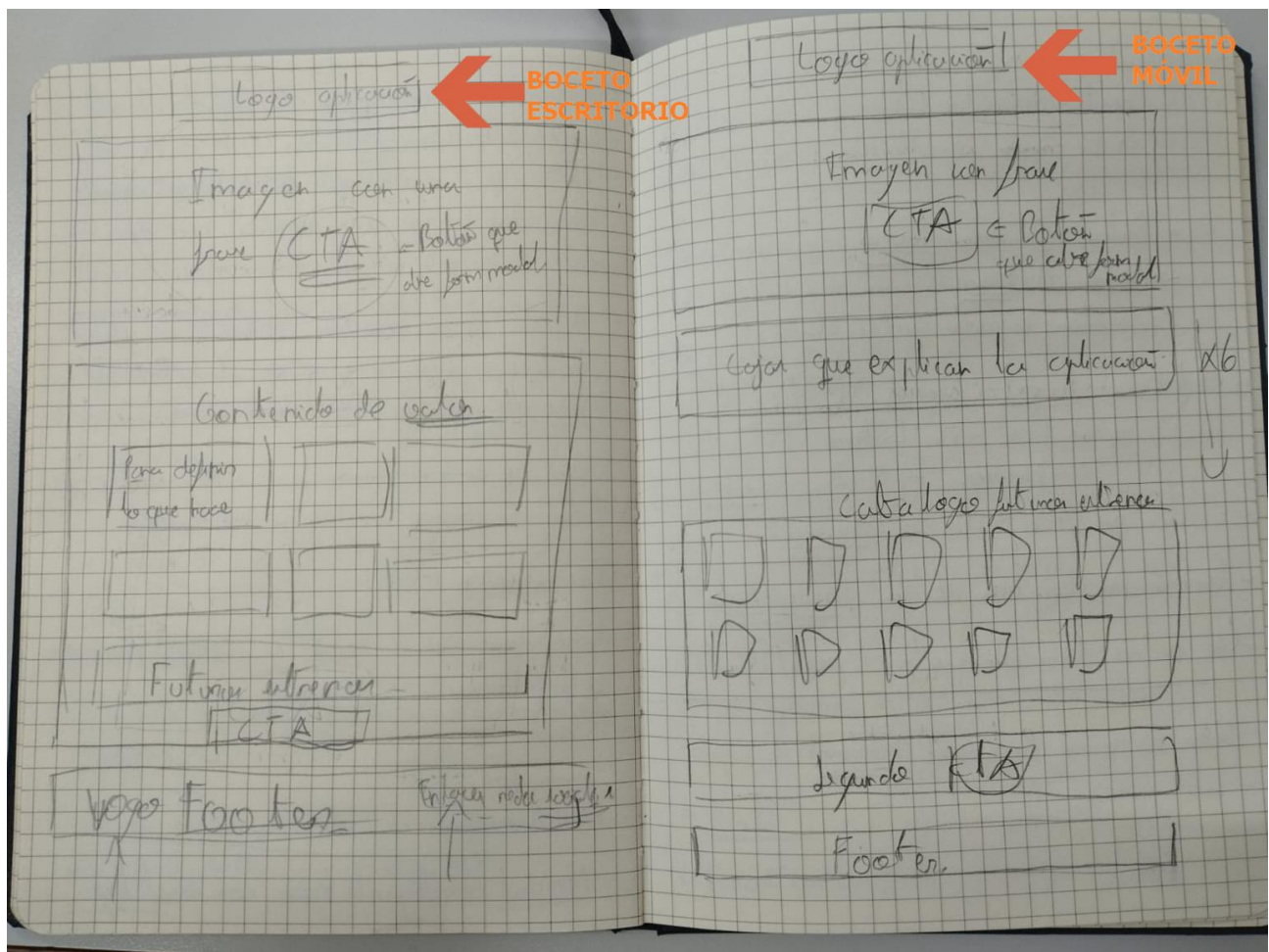
Mantiene el énfasis visual en los pósters de películas como elementos para centrar el foco del usuario y guiar al mismo a través de toda la información que el sitio web posee.



Nuestra **conclusión** de IMDb es que es una web que entiende perfectamente a su público: los amantes del cine y las series. Su diseño visual oscuro, el uso de tráilers en primer plano y las secciones dinámicas como “En cines” o “Próximamente” mantienen la atención del usuario desde el primer momento. Combina información, comunidad y entretenimiento en un mismo espacio, permitiendo descubrir, valorar y seguir películas de forma sencilla. Además, su estructura modular y su estilo limpio responden a las tendencias actuales del diseño web, priorizando la experiencia del usuario y la accesibilidad en cualquier dispositivo.

7. Planificación y boceto de la interfaz.

Hemos realizado el siguiente boceto final que usaremos para maquetar e implementar nuestra landing page a partir de unificar los bocetos que habíamos hecho para una actividad previa de DIW (Desarrollo de Interfaces Web). Hemos recogido los elementos que más nos han convencido de cada uno y el resultado de todo ello se puede apreciar en la imagen posterior.



Este boceto nos parece el más adecuado porque cumple bien con los objetivos del cliente: en la parte superior, muestra una imagen principal y un CTA claro, lo que ayuda a captar usuarios desde el primer momento. A continuación se muestra contenido de valor, en este caso hemos decidido incluir un grid con textos informativos que ayuden a entender qué se podrá hacer en nuestra web y una lista de imágenes con posters de las películas más esperadas del próximo año, aunque dependiendo de la estación del año que nos encontremos, esta lista podrá variar para ser más llamativa. Por último, nos encontramos el pie de página, donde vuelve a aparecer nuestra imagen de marca y otro CTA para captar usuarios que hayan sido convencidos a lo largo de la navegación.

A nivel visual, hemos utilizado diversos principios de la Gestalt para mantener una coherencia visual y seguir un orden lógico de secciones.

1. **Ley de Proximidad:** Los bloques están bien separados: hero image + CTA, explicación, catálogo y pie de página. Esta separación hace que cada sección se entienda como un conjunto independiente, algo clave para que el usuario no se sature.

Además, en móvil la proximidad se mantiene en vertical, igual que hace Letterboxd para no romper la lectura y facilitar el continuo seguimiento de los elementos.

2. **Ley de Similitud:** Todos los elementos de la lista de películas (los posters) mantienen la misma forma y distribución, lo que ayuda a que el usuario los identifique rápidamente como objetos del mismo tipo. Esta repetición visual refuerza la coherencia.
3. **Ley de Continuidad:** El usuario sigue un recorrido bastante natural: empieza en el Hero con CTA, continúa avanzando para obtener más información y termina en otro CTA. El flujo es progresivo y sin saltos raros.
4. **Ley de Figura-Fondo:** Los bloques están pensados para destacar el contenido principal (imagen, CTA, catálogo) sobre el fondo, haciendo que la jerarquía visual sea clara. Letterboxd también utiliza esta lógica: bloques limpios donde las carátulas destacan por encima de fondos neutros.
5. **Ley de Pregnancia (buena forma):** La composición es simple, simétrica y fácil de procesar ya que no hay ruido visual innecesario. Esto favorece que el mensaje comercial llegue rápido (Regístrate ahora!), igual que Letterboxd, que basa su interfaz en conceptos simples: imagen grande, título, info y acción.

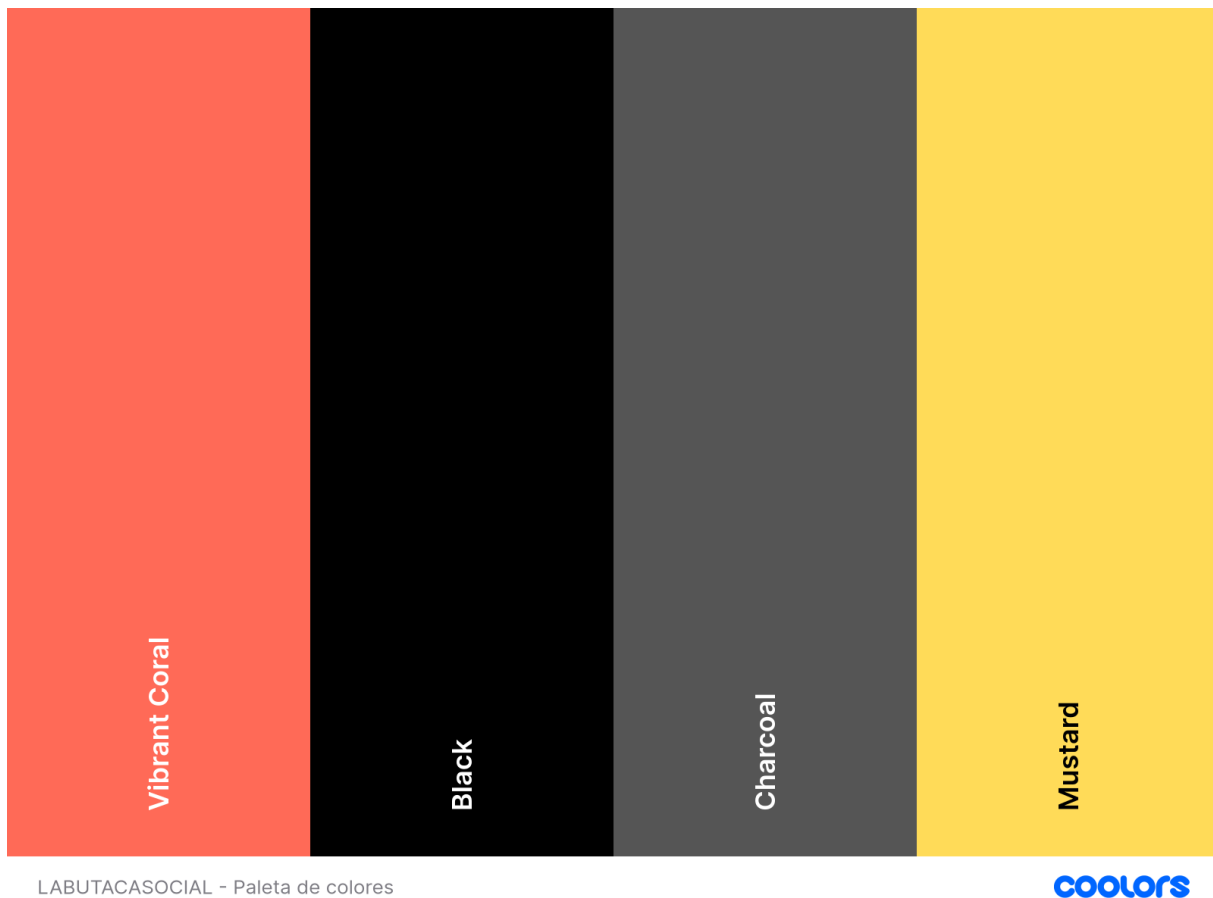
La estructura de bloques está muy clara: cabecera con imagen de marca, imagen-CTA, explicación, catálogo, CTA final y pie de página. Esto facilita mucho que el usuario entienda la jerarquía del contenido sin perderse. En cuanto a la experiencia de usuario, el recorrido es natural: primero entiendes qué es, luego ves cómo funciona y después accedes directamente a la acción. Todo esto también mejora el impacto comercial, porque los CTAs están situados en puntos estratégicos del flujo y el contenido está orientado a convertir de forma sencilla.

En cuanto a la paleta de colores, hemos optado por una combinación que recuerda claramente a la industria cinematográfica ya que simula una sala oscura donde se proyectan las imágenes, además ayuda a dirigir la mirada al contenido y evita distracciones.

Consideramos que es una apuesta segura en términos de UX, ya que el color mostaza lo usaremos de forma dosificada para resaltar el contenido y los elementos que queremos acentuar.

Con esta paleta queremos transmitir cine y elegancia, con un toque artístico atractivo, manteniendo una identidad cálida dentro del esquema oscuro.

La próxima imagen muestra la paleta de colores seleccionada:



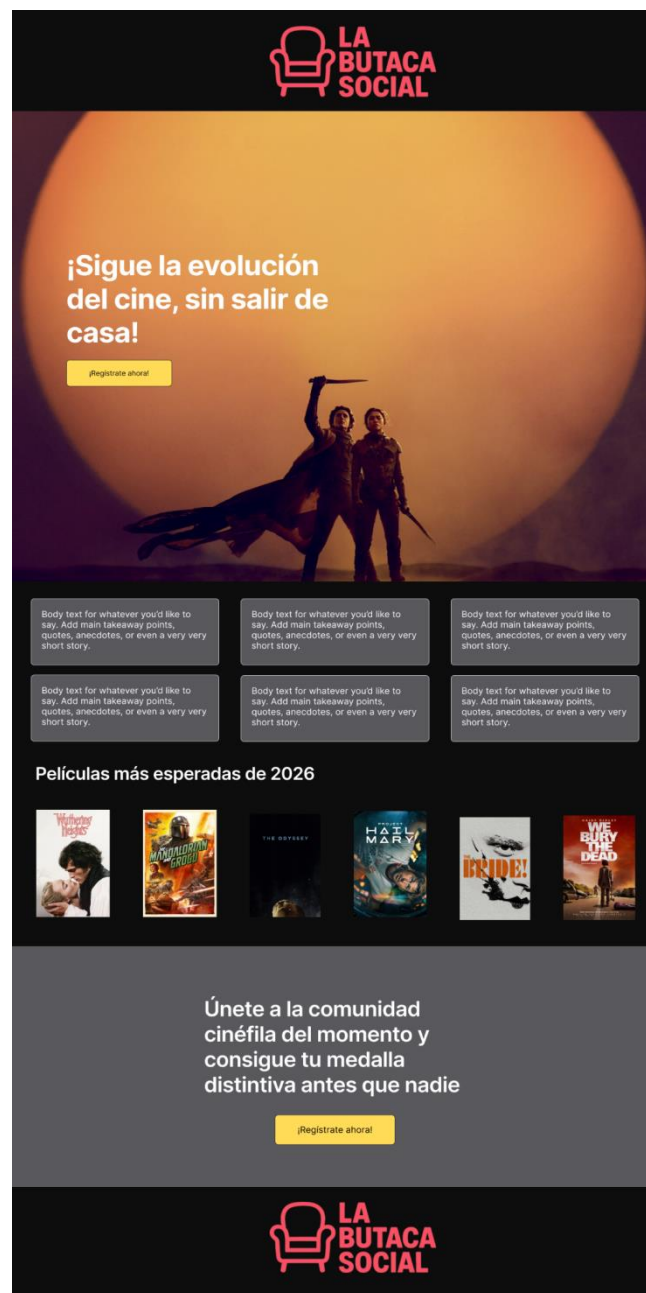
La paleta seleccionada combina **Vibrant Coral (rojo)** y **Mustard (mostaza)** que son colores análogos y sirven para crear armonía en su conjunto. Además, se usa **Black (negro)** y **Charcoal (gris)** para construir una identidad visual que nos permita jerarquizar secciones y contenidos, de forma expresiva junto con los otros dos colores elegidos y ligada al lenguaje cinematográfico del proyecto.

1. **Vibrant Coral (rojo)** se emplea en el logotipo como color principal de marca. Su viveza aporta energía, cercanía y reconocimiento inmediato, reforzando la personalidad propia del proyecto dentro del ámbito audiovisual.
2. **Mustard (mostaza)** actúa como color de acentuación. Su tono cálido y retro destaca elementos interactivos y puntos clave de la interfaz sin resultar estridente, manteniendo una estética cinematográfica.
3. **Charcoal (gris)** se utiliza como fondo secundario y zona de soporte visual. Su neutralidad permite jerarquizar secciones, aportar profundidad y separar contenidos sin competir con los colores principales.

4. **Black (negro)** funciona como base y fondo principal, evocando la experiencia de una sala de cine. Genera contraste, favorece la lectura de elementos visuales y dirige la atención hacia pósters, valoraciones y contenido audiovisual.

En conjunto, esta paleta que hemos escogido ofrece una estética oscura, elegante y contemporánea, alineada con la temática del cine que nos pidió nuestro cliente.

Las siguientes imágenes muestran los bocetos realizados en figma:





**¡Sigue la evolución
del cine, sin salir de
casa!**

[¡Regístrate ahora!](#)

Body text for whatever you'd like to say. Add main takeaway points, quotes, anecdotes, or even a very very short story.

Body text for whatever you'd like to say. Add main takeaway points, quotes, anecdotes, or even a very very short story.

Body text for whatever you'd like to say. Add main takeaway points, quotes, anecdotes, or even a very very short story.

Body text for whatever you'd like to say. Add main takeaway points, quotes, anecdotes, or even a very very short story.

Body text for whatever you'd like to say. Add main takeaway points, quotes, anecdotes, or even a very very short story.

Body text for whatever you'd like to say. Add main takeaway points, quotes, anecdotes, or even a very very short story.

Películas más esperadas de 2026



**Únete a la comunidad cinéfila del
momento y consigue tu medalla
distintiva antes que nadie**

[¡Regístrate ahora!](#)



8. Desarrollo del código JavaScript para la landing page.

8.1 Código JavaScript.

Para el desarrollo de la landing page hemos decidido dividir el código JavaScript en 5 módulos principales. En este caso nos hemos centrado en desarrollar validaciones robustas y adecuadas a los campos del formulario de login propuesto para la historia de usuario 1 de cliente Mario Gago.

El formulario de login incluye los siguientes campos: nombre y apellido, correo, contraseña, validación de la contraseña, fecha de nacimiento, activar notificaciones y recibir revista digital. Como en esta primera fase del desarrollo de La Butaca Social hemos desarrollado una landing page con el objetivo de darnos a conocer, lo que buscamos es que los usuarios realicen un registro previo, para una vez creada la aplicación se avise a los mismos de que ya pueden acceder a la misma.

Respetando, y en armonía con las decisiones tomadas en el desarrollo de la historia de usuario número 3 de nuestra clienta de interfaces, hemos llevado a cabo un código dividido en 5 módulos. Por un lado, el primero en desarrollarse fue el correspondiente a `regex.js`. En el mismo incluimos las expresiones regulares que no permitirán validar los inputs de este formulario, es decir, el campo nombre y apellido, el campo correo electrónico y el de la contraseña.

Posteriormente, se ha llevado a cabo el desarrollo del archivo `validaciones.js`. En este se han creado una serie de funciones cuyo objetivo es validar cada uno de los campos del formulario propuesto que pudiesen ser enviados a la base de datos con errores introducidos por el usuario. Para ello, se han utilizado las expresiones regulares. En el caso del campo del correo se realizan comprobaciones extra, el objetivo es indicar a los usuarios la posible falta de alguno de los elementos que conforman los emails. Por otro lado, para reforzar la seguridad y que el usuario establece su contraseña correctamente se ha optado por añadir un campo extra que valida la contraseña, para ello se ha añadido un método extra que precisamente evita mandar el formulario si ambos campos no están correctamente cumplimentados. Por último, y para que las fechas de cumpleaños no superen la fecha en el momento en el que se realiza el formulario se ha creado una función expresamente para comprobar esto.

El siguiente módulo creado para gestionar el formulario es `ui.js`, aquí se realizarán todos los cambios estéticos necesarios para avisar al usuario si los campos se cumplimentan

correctamente o no. Para ello tenemos una función que gestiona los mensajes de error, la limpieza de los mismos una vez se ha cumplimentado todo correctamente. Por otro lado, una vez se envía el formulario, hemos creado una función que muestra un mensaje de éxito y otra que limpia la información. Por último, para manejar el hecho de que la contraseña se muestre o se oculte, hemos creado una función que maneja estos cambios visuales.

Tras ui.js en AEDO hemos desarrollado form-handler.js. En este tenemos las funciones que se encargan de manejar la información de los inputs, las llamadas a la funciones creadas en validaciones.js y las llamadas a las funciones creadas en ui.js. De esta manera mantenemos un flujo para que el usuario esté enterado de cuando cumplimenta o no alguno de los campos del formulario. Otro de los aspectos fundamentales es el método de convertirDatosJSON() y manejarSubmit(), que dejan preparado el formulario para enviar todos los datos al servidor en el momento en que estás características hayan sido creadas.

Por último, pero no menos importante, tenemos main.js. Aquí controlamos que el DOM este correctamente cargado antes de que se puedan llevar a cabo acciones con los archivos JavaScript. Además, recogemos los datos que haya en los campos del formulario y creamos los escuchadores que activaran que harán las llamadas y diversas comprobaciones comentadas anteriormente.

8.2 Guía para ejecutar test funcionales.

Requisitos Previos:

- Node.js (v16 o superior)
- npm o yarn
- Google Chrome instalado (actualizado a la version 143)
- Dependencias del proyecto:

```
npm install selenium-webdriver chai mocha --save-dev
```

- Servidor local para servir los archivos HTML, por ejemplo:

```
npx http-server .
```

Archivos de Tests:

flujo_correcto_test.js - Verifica que el formulario pueda enviarse correctamente con datos válidos.

validaciones.js - Comprueba que se muestren errores cuando los campos tienen datos inválidos (nombre, correo, contraseña, confirmación, fecha).

1. Iniciar servidor local en el terminal del proyecto en webstorm:

```
Terminal Local x Local (2) x + v
PS C:\Users\aplic\WebstormProjects\proyecto-agile-intermodular> npx http-server .
Starting up http-server, serving .

http-server version: 14.1.1

http-server settings:
CORS: disabled
Cache: 3600 seconds
Connection Timeout: 120 seconds
Directory Listings: visible
AutoIndex: visible
Serve GZIP Files: false
Serve Brotli Files: false
Default File Extension: none
```

2. Abrir un segundo terminal y usas los siguientes comandos para ejecutar los tests:

`npx mocha tests/validaciones_test.js --timeout 60000 --reporter spec`

`npx mocha tests/flujo_correcto_test.js --timeout 60000 --reporter spec`

Cada test abrirá una ventana de Chrome, interactuará con el formulario y cerrará el navegador al finalizar. Dejando en el terminal los siguientes mensajes:

```
PS C:\Users\aplic\WebstormProjects\proyecto-agile-intermodular> npx mocha tests/flujo_correcto_test.js --timeout 60000 --reporter spec

Formulario correcto de LABUTACASOCIAL

DevTools listening on ws://127.0.0.1:49351/devtools/browser/513cd937-fcca-4181-9641-ee528fd97da3
  ✓ Deberia enviar el formulario correctamente con datos válidos (2568ms)

1 passing (3s)

PS C:\Users\aplic\WebstormProjects\proyecto-agile-intermodular>

Terminal Local x Local (2) x + v

PS C:\Users\aplic\WebstormProjects\proyecto-agile-intermodular> npx mocha tests/validaciones_test.js --timeout 60000 --reporter spec

Verificación de errores - formulario LABUTACASOCIAL

DevTools listening on ws://127.0.0.1:58729/devtools/browser/a63ba473-7e58-4a7c-8405-1a0731ee6e44
[10956:11596:1208/183505.130:ERROR:components\device_event_log\device_event_log_impl.cc:198] [18:35:05.130] USB: usb_service_win.cc:10
ntrado el elemento. (0x490)
  ✓ Mostrar error si el nombre tiene más de dos palabras o caracteres inválidos (2245ms)
[10956:8756:1208/183505.497:ERROR:google_apis\gcm\engine\registration_request.cc:292] Registration response error message: DEPRECATED_
[10956:8756:1208/183505.534:ERROR:google_apis\gcm\engine\registration_request.cc:292] Registration response error message: PHONE_REGIS
[10956:8756:1208/183505.539:ERROR:google_apis\gcm\engine\registration_request.cc:292] Registration response error message: PHONE_REGIS
  ✓ Mostrar error si el correo es inválido (2024ms)
  ✓ Mostrar error si la contraseña no cumple requisitos (2043ms)
  ✓ Mostrar error si la confirmación de contraseña no coincide (2136ms)
-----
  ✓ Mostrar error si el correo es inválido (2024ms)
  ✓ Mostrar error si la contraseña no cumple requisitos (2043ms)
  ✓ Mostrar error si la confirmación de contraseña no coincide (2136ms)
  ✓ Mostrar error si la fecha de nacimiento es del futuro (2194ms)

5 passing (12s)

PS C:\Users\aplic\WebstormProjects\proyecto-agile-intermodular>
```

Flujo de Tests

Test de flujo correcto

1. Abrir la página index.html .
2. Hacer click en el botón que abre el modal.
3. Completar el formulario con datos válidos:

Nombre: Juan Pérez

Correo: juanperez@gmail.com

Contraseña: Contrasenna123!

Confirmar contraseña: Contrasenna123!

Fecha de nacimiento: 1990-01-01

Seleccionar radio y checkboxes

Enviar el formulario y verificar que aparezca mensajeExito .

Tests de validaciones

Ingresa datos inválidos en cada campo y verifica que aparezca el mensaje de error correspondiente (errNombre, errCorreo, etc.).

Cada test abre y cierra el modal para asegurar independencia.

9. Conclusión

Butaca Social es un proyecto que sintetiza perfectamente la filosofía de Aedo Studio: desarrollos a medida, atención cercana, diseño sostenible y soluciones pensadas para las personas. A través de un análisis profundo de la competencia, entrevistas y planificación estratégica, conseguimos diseñar una plataforma equilibrada, con identidad propia y preparada para satisfacer a un público exigente.

Su enfoque social, las herramientas de descubrimiento cinematográfico, el apartado ecosocial y la atención a la accesibilidad hacen de esta plataforma un proyecto completo, alineado con las tendencias más actuales del sector.

Más allá de cumplir con las necesidades del cliente, **Butaca Social** refuerza nuestro compromiso en **Aedo Studio** de crear productos de calidad, eficientes y enfocados en el crecimiento de quienes confían en nosotros. Además, refleja nuestro modelo sostenible y

nuestra misión social y ambiental, demostrando que es posible desarrollar aplicaciones completas sin renunciar a los valores éticos y ecológicos que nos guía.

Bibliografía

Meojomil, S. (9 de abril de 2020). 10 Tendencias de Diseño Web para 2024. InboundCycle. <https://www.inboundcycle.com/blog-de-inbound-marketing/tendencias-diseno-web>.

Romano, S. (26 de diciembre de 2024). Tendencias y Mejores prácticas en Diseño Web para 2025. Elementor. <https://elementor.com/blog/es/tendencias-y-mejores-practicas-en-diseno-web-para-2025/>

IMDb. (2025). Página principal de IMDb <https://www.imdb.com/>

Ali, R (18 de Diciembre de 2008). Amazon's IMDB Acquires Box Office Mojo; Will Add Box Office Data To Service <https://www.cbsnews.com/news/amazons-imdb-acquires-box-office-mojo-will-add-box-office-data-to-service/>