







La Colina

# INFORME LA COLINA

Integrantes:

- **Franco San Martino**
- **Julian Ezequiel Isnardo**
- **Jesus Cambroner**
- **Nicolas Cona**



 (+54) 9802-5468123  
 [www.lacolina.com](http://www.lacolina.com)  
 235 Av. Chacabuco, Posadas, Misiones  
 [soporte@lacolina.com](mailto:soporte@lacolina.com)

# 1. Presentación del Proyecto

## a) Síntesis de acerca de qué se trata el proyecto

El proyecto abarca la creación de un sitio web para una empresa minorista dedicada a la venta de yerba mate en Argentina. El sitio servirá como una plataforma en línea donde los clientes pueden explorar y comprar una variedad de productos de yerba mate y accesorios relacionados.

## b) Actividad principal de la empresa

La actividad principal de la empresa es la comercialización y distribución de yerba mate al por menor. Esto incluye ofrecer diferentes marcas y tipos de yerba mate, así como accesorios como mates, bombillas y termos, tanto en tiendas físicas como a través de su plataforma en línea.

## c) Objetivo principal del sitio

El objetivo principal del sitio es facilitar a los clientes la compra en línea de yerba mate y productos asociados, ofreciendo una experiencia de usuario intuitiva y segura que permita realizar compras desde cualquier lugar del país.

## d) Objetivos secundarios del sitio

Alcanzar a clientes en áreas donde no hay presencia física de la empresa, ampliando así su alcance geográfico y crear una comunidad en línea de aficionados al mate para compartir experiencias y fomentar la interacción con la marca.

## e) Estrategias para atraer a los usuarios a visitar el sitio web

Publicar blogs y artículos informativos sobre la cultura del mate, recetas y tendencias.

Ofrecer descuentos de bienvenida, promociones temporales y paquetes especiales para atraer nuevos clientes.

## 2) Perfil del Proyecto

### a) A quién va dirigido el sitio

El sitio está dirigido a consumidores de yerba mate y productos relacionados en Argentina. Esto incluye tanto a consumidores habituales como a nuevos interesados en la cultura del mate que buscan adquirir productos de calidad y variedad.

### b) Qué características definen este público objetivo:

- **Edad:** Personas entre 16 y 85 años.
- **Sexo:** Ambos sexos, ya que el consumo de mate es una tradición compartida por hombres y mujeres.
- **Aficiones:**
  - Interés en las tradiciones y la cultura argentina.
  - Aprecio por bebidas naturales y prácticas saludables.
- **Inquietudes:** Interés en productos orgánicos y opciones sostenibles.
- **Nacionalidad:** Principalmente argentinos, pero también extranjeros residentes y turistas que deseen adentrarse en la cultura del mate.
- **Poder adquisitivo:** Clase Media

## 3) Características Visuales

- **Paleta de colores:** #f7e3c0, #3a5339
- **Palabras clave:** yerba, mate, sabor, amargo, comprar yerba mate online
- **Eslogan:** Conectando culturas, un mate a la vez
- **Imagen general que se desea transmitir:** Tradición y Cultura

## 4) Descripción del sitio web

<https://drive.google.com/file/d/1PxAqdh-dK-4Yul00VVrNTxnyXcH9wKUq/view?usp=sharing>

## 5) Rol de cada integrante:

- **Diseñador UX/UI / Maquetador :** Franco San Martino
- **Programador:** Jesus Cambronero y Julian Ezequiel Isnardo
- **Comunicador Web:** Nicolas Cona

## 6) Link del repositorio

- <https://github.com/yizuz-maker/la-colina>