

Tarea diseño de interfaces web UD-1

Se pretende elaborar una interfaz gráfica para el sitio Web de un negocio familiar de panaderos situado en la frontera con Portugal. El nombre del cartel que figura encima de la puerta del local es: "Migas amigas"

Después de hablar con los clientes se ha llegado a la conclusión de que su único objetivo es dar a conocer su negocio a través de Internet.

Para ello debemos desarrollar una interfaz que sea sobre todo visual. Por ello nos han pedido que en la página principal pongamos una animación donde con dibujos se vea el proceso de elaboración del pan.

El sitio Web deberá:

- Permitir la lectura del sitio en dos idiomas: Castellano y Portugués.
- Tener tres secciones: panadería, pastelería-bollería y empanadas.
- Mostrar los productos que se elaboran en la panadería: una breve descripción de los ingredientes y el sistema de elaboración acompañados de una fotografía del producto. El cliente nos ha dicho que actualmente tienen un máximo de 10 productos de Panadería, 8 de bollería-pastelería y 4 de empanadas, pero que tienen pensado aumentar hasta 12 los productos de panadería.
- Mostrar la información de contacto con la dirección, el teléfono y un croquis de su ubicación.

1. Indica cuál es el tipo de estructura de navegación más adecuado y explica el motivo. (0,5 puntos)
2. Crea un sitemap para definir las secciones y la jerarquía de la web. (0,5 puntos)
3. Elabora una guía de estilo. (5 puntos)
4. Genera un prototipo utilizando Figma. (4 puntos)

generador html

```
<iframe style="border: 1px solid rgba(0, 0, 0, 0.1);" width="800" height="450"
src="https://embed.figma.com/design/KWOHRpDQIFUZNIGUrVRILY/Migas-Amigas?node-
id=62-444&embed-host=share" allowfullscreen></iframe>
```

Enlace a la presentación

<https://www.figma.com/proto/KWOHRpDQIFUZNIGUrVRILY/Migas-Amigas?node-id=71-611&t=Gcmlc2Kt0hVqYJqw-1>

1. Indica cuál es el tipo de estructura de navegación más adecuado y explica el motivo.

Navegación Jerárquica

La **navegación jerárquica** organiza el contenido de manera estructurada, con enlaces principales que conducen a las secciones clave de tu sitio (en este caso, las páginas de **panadería, pastelería y empanadas**), y un **menú global** que también facilita el acceso a estas páginas desde cualquier parte del sitio.

Motivos:

1. **Facilita la orientación del usuario:** Al tener enlaces visibles desde la página de inicio (home) y un menú accesible en todas las páginas, el usuario puede navegar de manera clara y sencilla por las distintas secciones del sitio sin perderse.
2. **Consistencia en la navegación:** El menú global asegura que la navegación sea consistente en todas las páginas. Esto significa que los usuarios siempre tienen acceso a las mismas secciones sin importar en qué parte del sitio estén, lo que mejora la experiencia del usuario.
3. **Accesibilidad:** Al tener enlaces visibles en el home y un menú fijo en la parte superior, el usuario puede encontrar fácilmente lo que busca sin tener que desplazarse mucho o buscar enlaces específicos en cada página.
4. **Organización clara del contenido:** La jerarquía del menú permite agrupar las secciones de manera lógica, como **productos** (panadería, pastelería, empanadas), lo que facilita la búsqueda y el acceso a la información.

En resumen, la **navegación jerárquica** con un menú global es ideal para este tipo de sitios donde las secciones están claramente diferenciadas y el acceso a ellas debe ser sencillo desde cualquier página.

2. Crea un sitemap para definir las secciones y la jerarquía de la web.

Site Map - Migas Amigas

1. Home (Página Principal)

- **Cabecera (común para todas las páginas):**
 - Logo
 - Nombre de la panadería
 - Menú de navegación (enlaza con todas las páginas)
 - **Contenido:**
 - Eslogan: *"Donde el pan tiene alma"*
 - Animación del proceso de elaboración del pan
 - Enlaces a las siguientes páginas con imágenes:
 - Panadería
 - Pastelería/Bollería
 - Empanadas
-

2. Contacto

- **Cabecera (común para todas las páginas):**
 - Logo
 - Nombre de la panadería
 - Menú de navegación (enlaza con todas las páginas)
 - **Contenido:**
 - Texto con la dirección de correo electrónico y horarios de atención
 - Enlaces a redes sociales
 - **Formulario de contacto**
 - Campos: Nombre, correo electrónico, asunto, mensaje
 - Botón de enviar
 - **Mapa interactivo** (enlace a Google Maps para mostrar cómo llegar a la panadería)
-

3. Idiomas

- **Cabecera (común para todas las páginas):**
 - Logo
 - Nombre de la panadería
 - Menú de navegación (enlaza con todas las páginas)
 - **Contenido:**
 - Texto de bienvenida
 - **Botones para seleccionar idioma:**
 - Opción 1: Castellano
 - Opción 2: Portugues
-

4. Panadería

- **Cabecera (común para todas las páginas):**
 - Logo
 - Nombre de la panadería
 - Menú de navegación (enlaza con todas las páginas)
 - **Contenido:**
 - **Botón para ver precios de productos**
 - **Fotos de productos** con nombres:
 - Barra Clásica Rústica
 - Baretón
 - Barra Artesana
 - Barra Pequeña
 - Pan Integral
 - Mollete de Centeno
 - Bola de Maíz
 - Bolla de Semillas
 - Rosca Artesana
 - Pulga
 - **Espacio para los próximos productos**
 - Cuando se pulsa el botón "Ver precios", se muestran:
 - Precios de los productos
 - Ingredientes de los productos
-

5. Pastelería/Bollería

- **Cabecera (común para todas las páginas):**
 - Logo
 - Nombre de la panadería
 - Menú de navegación (enlaza con todas las páginas)
- **Contenido:**
 - **Botón para ver precios de productos**
 - **Fotos de productos** con nombres:
 - Cañas de Crema
 - Pastel de Caipirinha
 - Pastel de Merengue
 - Tarta de Manzana
 - Tartaleta de Pera
 - Tarta de Queso
 - Tira Milhojas con Frutas
 - Trenzado de Petisú

- Cuando se pulsa el botón "Ver precios", se muestran:
 - Precios de los productos
 - Ingredientes de los productos
-

6. Empanadas

- **Cabecera (común para todas las páginas):**
 - Logo
 - Nombre de la panadería
 - Menú de navegación (enlaza con todas las páginas)
 - **Contenido:**
 - **Botón para ver precios de productos**
 - **Fotos de productos** con nombres:
 - Empanada de Zorza
 - Empanada de Mejillones
 - Empanada de Atún con Chorizo
 - Empanada de Bacalao con Pasas
 - Cuando se pulsa el botón "Ver precios", se muestran:
 - Precios de los productos
 - Ingredientes de los productos
-

Menú (común en todas las páginas)

- **Enlaces:**
 - **Home**
 - **Panadería**
 - **Pastelería/Bollería**
 - **Empanadas**
 - **Contacto**
 - **Idiomas**
-

Notas:

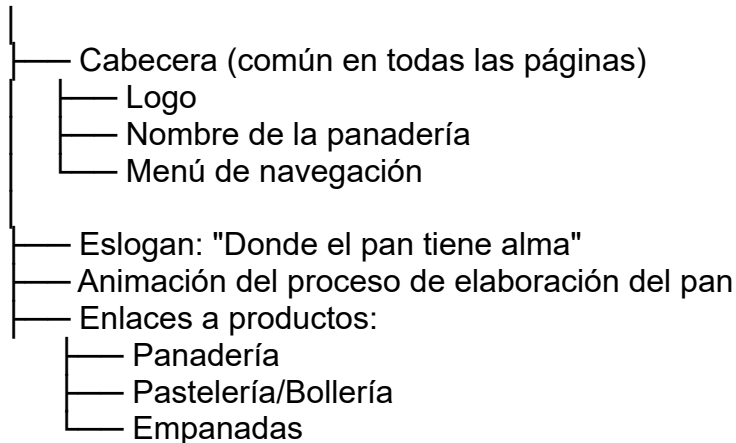
- El **menú de navegación** debe estar presente en la cabecera de todas las páginas y enlazar a las secciones correspondientes.
- En cada página de productos (Panadería, Pastelería/Bollería, Empanadas), el botón "Ver precios" despliega los precios e ingredientes de los productos cuando se hace clic.

- El diseño y estructura del **site map** están alineados con la estética visual de la panadería, creando una experiencia de usuario coherente y sencilla.

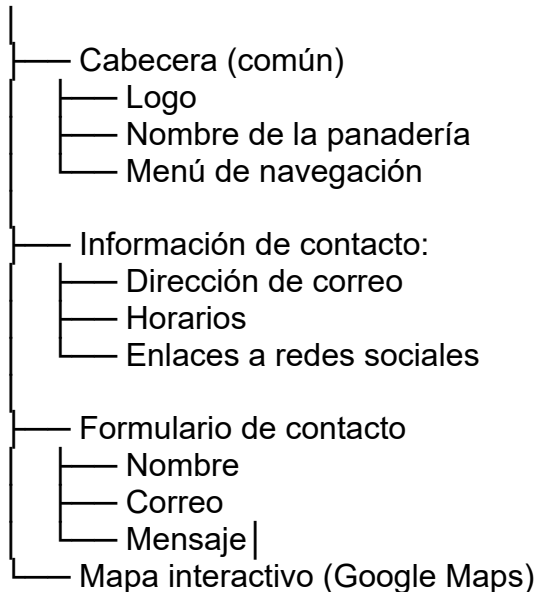
Este **site map** facilita la navegación intuitiva por el sitio y garantiza que los usuarios encuentren fácilmente la información que necesitan.

Sitemap Jerarquía- Migas Amigas

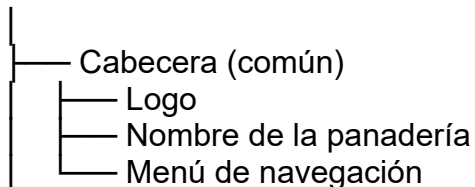
Home

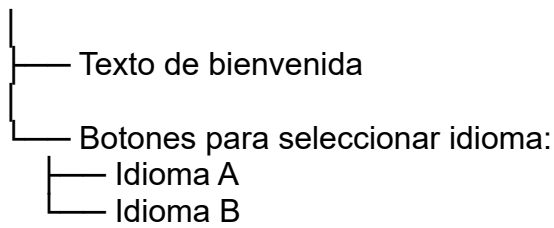


Contacto

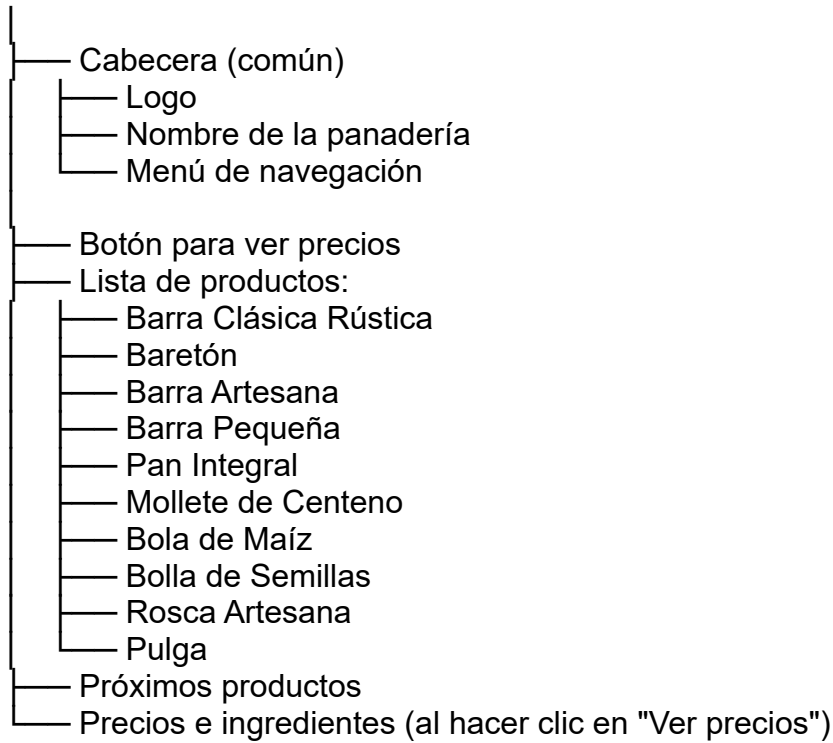


Idiomas

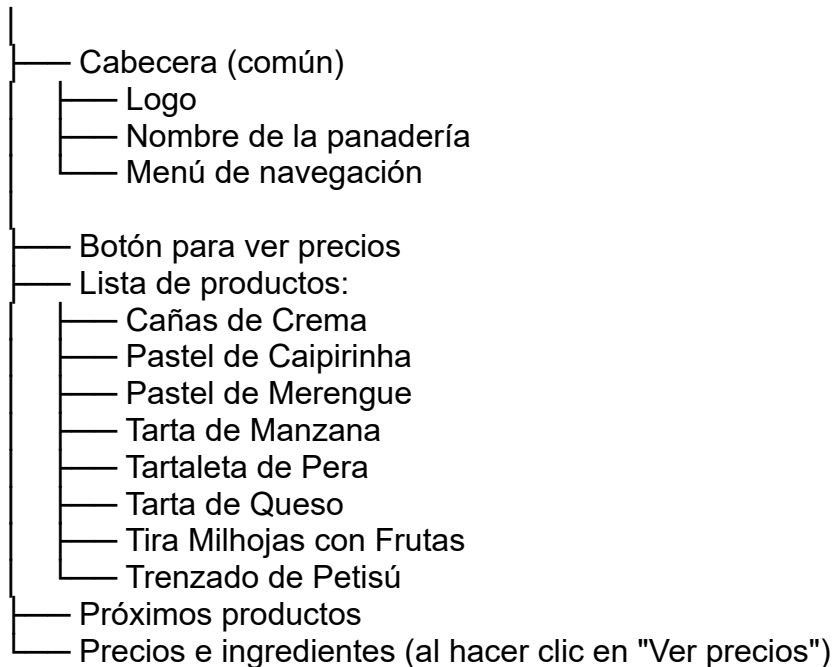




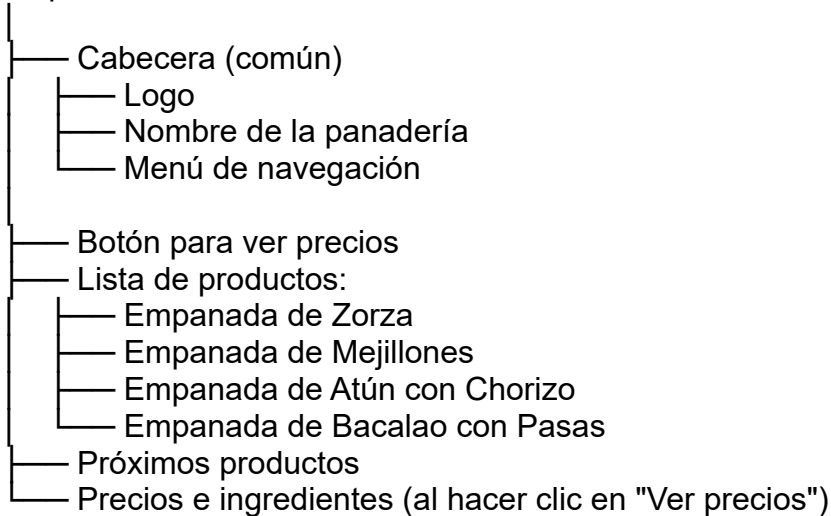
Panadería



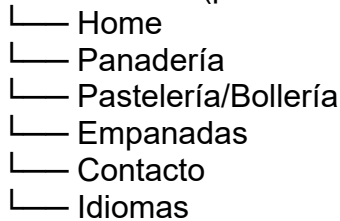
Pastelería/Bollería



Empanadas



Menú Común (para todas las páginas)



3. Elabora una guía de estilo.

1. Introducción

1.1 Propósito de la Guía:

El objetivo de esta guía de estilo es proporcionar directrices claras para mantener la coherencia visual y el tono de la marca en todos los materiales digitales de **Migas Amigas**. Estas directrices asegurarán que todos los aspectos del diseño web, desde la tipografía hasta los elementos gráficos, sigan un patrón uniforme y adecuado para el negocio.

1.2 Visión y Valores:

Migas Amigas es una panadería familiar en la frontera de España y Portugal que valora la calidad artesanal de sus productos. La marca transmite un enfoque cálido, auténtico y

cercano. Su misión es ofrecer productos frescos y tradicionales, destacándose por su atención al detalle y el uso de ingredientes naturales.

2. Identidad Visual

2.1 Logotipo:

Versiones permitidas:



1. Color:

El logotipo debe usarse en su versión completa de color, que incluye marrón, beige y verde oliva, sobre fondos claros o transparentes. Esta versión destaca la calidez y el estilo rústico del logo.

- **Fondos permitidos:** Fondos claros como blanco, beige o fondos transparentes.
- **Ejemplo de uso correcto:**
 - Sobre fondo blanco, el logo se verá claro y destacado.
 - En una página web o folleto sobre fondo claro o blanco.

2. Monocromo:

El logotipo puede utilizarse en una versión monocromática (en blanco y negro) cuando el color completo no sea adecuado, como en fondos oscuros o cuando se requiera simplicidad para ciertos medios de impresión.

- **Fondos permitidos:** Fondos oscuros (negros, grises oscuros, etc.).
- **Ejemplo de uso correcto:**
 - Sobre un fondo oscuro o negro para resaltar el logo sin perder visibilidad

3. Vertical y Horizontal:

Existe únicamente la versión horizontal del logotipo: Solo la versión horizontales válida, para su uso en encabezados de páginas web, barras de navegación y cualquier aplicación donde se necesite un espacio más largo.

4. Usos correctos:

- Mantener proporciones originales.
- Utilizar en formatos PNG, SVG o PDF para asegurar calidad.

Usos incorrectos:

- Cambiar los colores o añadir degradados.
- Usar efectos adicionales como sombras exageradas o reflejos.
- Estirar o distorsionar el logotipo.

5. Margen de seguridad:

Para garantizar la legibilidad del logo, **se debe mantener un margen mínimo de 1x alrededor del logotipo**, donde "x" es la altura del símbolo o la letra más alta del diseño. Este margen asegura que el logotipo no se vea saturado por otros elementos gráficos ni pierda claridad al usarse en diferentes formatos.

- **Regla de uso:** Nunca debe haber texto o imágenes dentro del margen de seguridad.
- **Ejemplo:** Si la altura del símbolo del logo es 50px, el margen mínimo alrededor debe ser de 50px en todos los lados.

2.2 Paleta de Colores:

Colores Primarios:

1. Marrón tostado



- HEX: #8B5E3C
- RGB: (139, 94, 60)
- CMYK: (0, 32, 57, 46)
- **Uso:** Fondos principales, botones, y detalles rústicos.

2. Crema cálido



- HEX: #F3E5C3
- RGB: (243, 229, 195)
- CMYK: (0, 6, 20, 5)
- **Uso:** Fondos secundarios, textos sobre fondos oscuros.

3. Verde oliva tenue



- HEX: #6C7A58
- RGB: (108, 122, 88)
- CMYK: (12, 0, 28, 52)
- **Uso:** Elementos decorativos, bordes y detalles.

Colores Secundarios:

1. Blanco roto

- HEX: #FDFDFD
- RGB: (253, 253, 253)
- CMYK: (0, 0, 0, 1)
- **Uso:** Textos y fondos claros.

2. Gris cálido

- HEX: #C1BEB6
- RGB: (193, 190, 182)
- CMYK: (0, 2, 6, 24)
- **Uso:** Líneas divisorias, fondos ligeros y detalles neutros.

2. Gris verdoso cálido

- HEX: #9A9078
- RGB: (154, 144, 120)
- CMYK: (0, 6, 22, 40)
- **Uso:** Botones de acción y acentos importantes.

Justificación de la Paleta

- Los **tonos tierra** (marrón tostado y crema cálido) evocan la calidez y autenticidad de los hornos tradicionales.
- El **verde oliva** añade un contraste natural, recordando ingredientes frescos y ecológicos.
- Los tonos **blanco roto y gris cálido** aportan equilibrio, evitando saturación visual.
- El **Gris verdoso cálido** para fondos suaves, detalles secundarios, o elementos decorativos en proyectos que busquen transmitir una **estética cálida, orgánica y artesanal** (llamadas a la acción, botones, o promociones).

•

2.3 Tipografía:

Fuentes principales:

- **Título (H1, H2), Botones:** Oranienbaum, elegante y tradicional, ideal para títulos y secciones.
- **Texto del cuerpo contacto:** *Open Sans* , limpia y legible, ideal para párrafos.
- **Texto del cuerpo cambiar idioma, menú, textos productos :** Oleo Script Swash Caps

Jerarquía tipográfica:

- **H1:** Tamaño 36px, negrita.
- **H2:** Tamaño 30px, negrita.
- **Texto de párrafo:** Tamaño 16px, interlineado 1.5.

Espaciado y márgenes:

- **Interlineado:** 1.5 para el cuerpo del texto.
- **Kerning:** Ajuste adecuado entre caracteres para asegurar legibilidad.

2.4 Iconografía:

- **Estilo:**
 - Líneas limpias, minimalistas, y sin relleno excesivo.

- **Colores:**

- **Iconos de color negro**

Claridad y visibilidad: El color negro es uno de los más fáciles de ver y comprender en casi cualquier fondo, especialmente en interfaces web. Su contraste alto con los fondos claros o de tonos cálidos, como el crema o el blanco roto, asegura que los iconos sean fácilmente visibles y entendidos.

Simplicidad: En el diseño moderno y minimalista, los iconos negros tienden a ser más sencillos, limpios y directos. Esto ayuda a mantener la estética rústica y cálida que se busca para **Migas Amigas**, sin sobrecargar la interfaz con colores adicionales.

Coherencia con la identidad visual: Los iconos negros ofrecen un estilo neutral que no compite con los colores primarios (como el marrón tostado o el verde oliva tenue), y se alinean con la paleta de colores sin desentonar, lo que ayuda a que se mantenga la armonía visual

- **Icono menú de color blanco**

Visibilidad sobre fondo oscuro: Usar el icono de tres barras (el "hamburger menu") en blanco sobre fondos más oscuros o cálidos (como el marrón tostado o verde oliva) proporciona un buen contraste. Esto hace que sea fácil de identificar por los usuarios sin distraer de otros elementos del diseño. La blancura resalta sin necesidad de ser agresiva.

Simplicidad y universalidad: El icono de tres barras es un símbolo ampliamente reconocido y utilizado en diseño web, lo que facilita la navegación en dispositivos móviles o pantallas pequeñas. Es intuitivo y no requiere explicación, lo que mejora la experiencia del usuario.

Adaptabilidad y accesibilidad: El blanco es un color brillante que mantiene la accesibilidad en la interfaz, ya que se puede ver claramente en diversos dispositivos.

Además, al usar un color neutro, el icono puede ser fácilmente adaptado si hay cambios en la paleta de colores o el fondo, sin perder su efectividad.

- **Conclusión**

La elección de iconos negros y un menú con tres barras blancas ayuda a lograr una estética limpia, accesible y coherente, sin sobrecargar la interfaz. Al mismo tiempo, mantiene la funcionalidad y la familiaridad para los usuarios, especialmente en plataformas digitales donde la simplicidad y claridad son esenciales para una experiencia de usuario efectiva.

3. Elementos Gráficos y Estilos

3.1 Fotografía e Imágenes:

- **Estilo fotográfico:**
 - **Colores:** Las imágenes deben tener una paleta cálida y natural, en línea con la filosofía artesanal de *Migas Amigas*. El uso de tonos terrosos y marrones (como el marrón tostado, crema cálido, y verde oliva) debe prevalecer, creando un ambiente acogedor y rústico. Las fotografías deben reflejar los ingredientes naturales y el proceso artesanal, destacando la textura del pan y otros productos horneados.
 - **Iluminación:** La iluminación debe ser suave y cálida, evitando luces frías o artificiales. Se recomienda una iluminación lateral o natural que resalte las texturas de los productos y les dé un toque acogedor. Esto ayuda a mantener una atmósfera artesanal y auténtica, que es parte integral de la identidad visual de la marca.
 - **Encuadre:** Las imágenes deben ser tomadas de cerca, mostrando de manera detallada los productos (panes, empanadas, pasteles) en su forma más atractiva. El encuadre debe centrarse en la textura y el detalle, para transmitir la calidad y el cuidado que se pone en la elaboración de cada producto. Las imágenes pueden incluir detalles de las manos trabajando la masa o la horno, mostrando el proceso artesanal.
- **Uso de imágenes:**
 - **Permitidas:** Imágenes de alta calidad de los productos de la panadería, como panes recién horneados, ingredientes naturales (harina, trigo,

semillas), y escenas que representen la tradición y el proceso de producción artesanal. Las imágenes deben ser naturales, sin filtros que alteren la estética rústica.

- **Prohibidas:** Evitar imágenes que utilicen iluminación fría o artificial, imágenes genéricas de productos de panadería que no representen la identidad de *Migas Amigas*, o fotos excesivamente editadas que pierdan la autenticidad del producto. Además, se deben evitar imágenes que no tengan una calidad adecuada o que no muestren el producto de manera clara y atractiva.
- **Resolución mínima:** Para garantizar una experiencia visual de alta calidad en todos los dispositivos, las imágenes deben tener una resolución mínima de 1200px de ancho. Esto asegura que se vean nítidas en pantallas grandes y pequeñas sin perder detalle.

Ilustraciones

- **Estilo gráfico:**
 - Las ilustraciones deben ser sencillas y con un toque artesanal, reflejando la tradición y el trabajo manual de *Migas Amigas*. Se puede optar por ilustraciones de panaderos trabajando en la masa, iconos de ingredientes o incluso dibujos estilizados de panes y pasteles.
 - Los colores de las ilustraciones deben coincidir con la paleta de colores de la marca: tonos cálidos como el marrón tostado, crema cálido, verde oliva, y gris cálido. Las ilustraciones deben tener líneas suaves, evitando los detalles demasiado intrincados para mantener la simplicidad y el enfoque rústico.
- **Elementos característicos:** Elementos como espigas de trigo, utensilios de panadería (rodillos, espátulas), y el propio pan recién horneado pueden ser recurrentes. Estos elementos añaden un toque artesanal y orgánico al diseño general.

Patrones y texturas

- **Ejemplos de uso:**
 - **Patrones:** Se pueden utilizar patrones sutiles inspirados en los ingredientes naturales y los procesos de la panadería. Un patrón de trigo, harina o incluso un diseño que emule la textura de la masa puede ser adecuado para fondos o áreas decorativas. Estos patrones deben ser

discretos y no sobrecargar la página, por lo que su uso debe limitarse a fondos suaves o detalles en áreas como el encabezado o los márgenes.

- **Texturas:** Las texturas deben imitar materiales naturales como la madera, lino o algodón, con el fin de reforzar la sensación artesanal de la marca. Puedes usar texturas sutiles como madera envejecida en el fondo o en secciones secundarias, para crear un efecto acogedor y rústico. Sin embargo, es importante no sobrecargar visualmente el diseño, por lo que las texturas deben ser ligeras y usarse de manera equilibrada en toda la web.
- **Áreas donde aplicarlas:**
 - Las texturas de madera pueden utilizarse como fondo en las páginas de productos (panadería, pastelería, etc.) para mantener la coherencia con el estilo rústico.
 - Los patrones de trigo o harina pueden ser aplicados discretamente en las secciones de las páginas como un fondo suave, o como detalles gráficos en botones y bordes.
 - Las texturas deben aplicarse en áreas secundarias, como pies de página, encabezados o menús, para evitar que distraigan del contenido principal.

En resumen, la fotografía debe transmitir la calidad artesanal y la frescura de los productos, con iluminación cálida y natural. Las ilustraciones y patrones deben complementar la estética rústica de la marca, utilizando colores y formas simples que refuercen el estilo tradicional de la panadería. Todo debe estar en armonía con la identidad visual de *Migas Amigas* y ayudar a crear una experiencia de usuario coherente y atractiva.

4. Diseño Web

4.1 Componentes UI:

Botones:

- **Estilo:**
 - Los botones deben ser sencillos y con bordes redondeados para mantener la estética cálida y accesible. Los botones de acción deben usar colores primarios, como el marrón tostado (#8B5E3C) y verde oliva

tenue (#6C7A58). Los botones secundarios pueden usar el gris cálido (#C1BEB6) para crear distinción.

- Los iconos o el texto dentro del botón deben ser de color blanco o negro, dependiendo del contraste necesario con el fondo.
- **Estados:**
 - **Normal:** El botón tendrá el color principal del diseño, como marrón tostado (#8B5E3C) o verde oliva tenue (#6C7A58), dependiendo de su acción (confirmación, cancelación, etc.).
 - **Hover:** Al pasar el cursor por encima, el botón cambia a un tono más suave del color original, como beige cálido (#F3E5C3) o gris cálido (#C1BEB6), para crear una sensación de interactividad.
 - **Activo:** Cuando el botón esté en uso o seleccionado, se puede utilizar un color más oscuro del mismo tono del botón normal, como marrón más oscuro (#5A3B26), para indicar que el usuario ha hecho clic o está en el proceso de interacción.
 - **Deshabilitado:** Para indicar que un botón está inactivo, se usará un gris más claro (#D1D1D1), junto con texto gris claro o semi-transparente para que el usuario entienda que la opción no está disponible.

Formularios:

- **Diseño de Campos:**
 - Los campos de entrada deben tener bordes redondeados con un fondo blanco suave y un borde gris cálido (#C1BEB6) para mantener la estética limpia y cálida. Asegúrate de que haya suficiente espacio entre los campos para garantizar claridad y accesibilidad.
 - Los campos deben tener un tamaño adecuado (mínimo 40px de altura) para ser fácilmente legibles y utilizables en dispositivos móviles y de escritorio.
- **Errores y Mensajes de Éxito:**
 - **Errores:** Los mensajes de error deben estar en color rojo (#D32F2F) con un borde del mismo color para hacerlos destacables, pero sin ser demasiado agresivos. El texto debe ser claro y directo, como "Campo obligatorio" o "Correo no válido".
 - **Mensajes de Éxito:** Para los mensajes de éxito, usa un color verde (#4CAF50) con texto en blanco para dar una sensación positiva y clara de que la acción fue exitosa.

4.2 Estilo de Navegación

- **Diseño de Menús:**

- El menú debe ser limpio, accesible y fácil de usar. Usar un diseño horizontal o vertical con botones grandes y claramente legibles en el menú principal. Utiliza una tipografía grande (H1 o H2) y colores contrastantes como el marrón tostado (#8B5E3C) o verde oliva tenue (#6C7A58) para los botones principales, y blanco o gris claro para los sub-menús.
- Para los menús desplegables, asegúrate de que los sub-elementos estén bien alineados y sean fácilmente legibles, utilizando un fondo claro o semi-transparente para no sobrecargar la interfaz.

- **Barras de Navegación:**

- La barra superior debe estar fija al principio de la página para mejorar la experiencia de navegación. Se debe colocar el logo a la izquierda y los enlaces de navegación a la derecha, con un espaciado adecuado para garantizar un flujo claro.
- Para la barra de navegación, usa el color marrón tostado (#8B5E3C) o el verde oliva tenue (#6C7A58) como fondo, mientras que los enlaces de navegación deben ser en blanco o negro para crear un buen contraste.

- **Pies de Página:**

- El pie de página debe ser discreto pero funcional, usando colores más suaves o neutros como el gris cálido (#C1BEB6) para que no distraiga de los elementos principales de la página.
- Coloca información relevante como los enlaces de contacto, redes sociales, términos y condiciones, etc., de manera organizada y con tipografía legible.

4.3 Grids y Maquetación

- **Configuración de Columnas:**

- Para la versión de escritorio, una maquetación de 12 columnas ofrece flexibilidad para colocar los elementos de forma equilibrada. Usa márgenes consistentes y columnas anchas para dar espacio a los productos y contenidos visuales sin hacer que se vean apretados.
- **Móvil:** El diseño debe ser responsivo, lo que implica utilizar una estructura de una sola columna para dispositivos móviles, con márgenes

adecuados para que los botones e imágenes sean fáciles de tocar y ver en pantallas pequeñas.

- **Espacios en Diseño Responsivo:**

- Asegúrate de que todos los elementos de la página (botones, imágenes, texto) se adapten de manera efectiva a diferentes tamaños de pantalla. Utiliza márgenes y rellenos (padding) generosos para mejorar la usabilidad y legibilidad, manteniendo la estética limpia y ordenada.
- Usa **Flexbox** o **CSS Grid** para asegurarte de que el contenido se redistribuya de manera óptima dependiendo del tamaño de la pantalla.
- Las imágenes deben ser adaptables y de alta resolución para verse bien tanto en pantallas grandes como pequeñas, sin perder calidad.

Conclusión:

Este enfoque para los **componentes UI, navegación y maquetación** proporciona una experiencia de usuario coherente y fluida en todos los dispositivos. El diseño debe ser accesible, claro y centrado en la identidad cálida y artesanal de la marca **Migas Amigas**, utilizando colores cálidos y una tipografía fácil de leer. Al aplicar estos principios, se logrará un diseño visualmente atractivo y funcional, que asegura una navegación sencilla y agradable para los usuarios.

5. Contenido Escrito y Tono de Voz

5.1 Estilo Comunicativo

- **Tono Formal o Informal:**

- El tono de voz de **Migas Amigas** debe ser **informal y cercano**, pero también **respetuoso**. Es fundamental que la marca transmita una sensación cálida, amigable y familiar, acorde con la naturaleza artesanal y acogedora de los productos que ofrece. Esto crea una relación más íntima con los clientes y hace que se sientan cómodos al interactuar con la marca.

- **Estilo Directo o Narrativo:**

- El estilo debe ser **directo y simple**, sin perder calidez. A la hora de describir los productos, procesos o valores de la marca, se utilizará un lenguaje claro y directo. No es necesario complicar el mensaje; por el contrario, se debe priorizar la facilidad de comprensión y la cercanía.
- Al mismo tiempo, se puede incorporar un toque **narrativo** en ciertos momentos, especialmente cuando se cuente la historia de la marca, los procesos de

producción o cuando se destaque la tradición artesanal. Esto permite conectar emocionalmente con el público.

5.2 Ejemplo de Redacción

- **Textos Publicitarios:**

- Los mensajes publicitarios deben ser acogedores, reflejando la calidad y el cuidado en cada producto. Ejemplo:
 - *"Siente el sabor de lo artesanal. Cada pan es preparado con los ingredientes más frescos y el mejor cuidado, como si fuera para nuestra propia familia."*

- **Encabezados y Subtítulos:**

- Los encabezados deben ser **claros y directos**, destacando los puntos clave de manera que el usuario pueda identificar rápidamente de qué se trata. Ejemplo:
 - **"Nuestros Productos"**
 - **"Proceso de Elaboración"**
 - **"Contáctanos"**
- Los subtítulos pueden seguir la misma línea, manteniendo el tono cálido pero más específico, como:
 - *"Panadería artesanal hecha con amor."*
 - *"Frescos y listos para tu mesa."*

- **Llamadas a la Acción:**

- Las llamadas a la acción deben ser **directas y amigables**, invitando a los usuarios a interactuar sin ser agresivas. Ejemplo:
 - *"Haz tu pedido"*
 - *"Descubre más"*
 - *"Visítanos y disfruta"*

5.3 Uso del Lenguaje Inclusivo

- **Directrices para evitar sesgos y asegurar accesibilidad:**

- **Evitar estereotipos de género:** El lenguaje debe ser neutral, asegurándose de que no se haga distinción de género de manera innecesaria. Por ejemplo, en lugar de "El panadero" o "La panadera", se utilizará "el equipo de panadería" o "el personal de Migas Amigas" para hacer referencia al equipo.
- **Accesibilidad en el contenido:** Asegurarse de que el lenguaje sea comprensible para todo tipo de público. Utilizar frases cortas, evitar tecnicismos innecesarios y ser lo más claro posible. Además, es importante revisar que el contenido escrito sea legible para personas con discapacidades visuales o cognitivas.

- **Lenguaje inclusivo:** Cuando sea apropiado, emplear un lenguaje inclusivo que sea accesible y que no excluya a ningún grupo. Esto se puede lograr usando, por ejemplo, "personas" en lugar de "hombres" o "todos" para incluir a todos los géneros.
- **Inclusión de diversidad cultural y social:** En el contenido, reflejar una visión inclusiva y respetuosa, que hable a todo tipo de públicos, independientemente de su origen, edad, género o preferencias. Usar frases que inviten a la diversidad, como "para todos los gustos" o "disfruta con quienes más quieras".

Conclusión

El contenido escrito de **Migas Amigas** debe tener un tono cercano, cálido y accesible, con mensajes claros y directos que conecten emocionalmente con los usuarios. Es fundamental que el lenguaje utilizado sea inclusivo, evitando sesgos y asegurando que todos los públicos se sientan bienvenidos. Además, las llamadas a la acción deben ser atractivas pero discretas, guiando al usuario de manera fluida a lo largo de su experiencia en el sitio web.

6. Accesibilidad

6.1 Contrastes de color

Criterios para cumplir con estándares como WCAG:

- **Contraste de texto y fondo:** Asegúrate de que todos los textos tengan suficiente contraste con el fondo para garantizar la legibilidad. Según las directrices de WCAG (Web Content Accessibility Guidelines), el contraste mínimo entre el texto y su fondo debe ser de **4.5:1** para texto normal y **3:1** para texto grande (mayor a 18px o 14px en negrita).
 - Ejemplo de buen contraste: Usar texto en **marrón tostado (#8B5E3C)** sobre un fondo **beige cálido (#F3E5C3)** o **blanco roto (#FDFDFD)** para asegurar una legibilidad clara.
 - Evitar colores con contraste débil, como el **gris cálido (#C1BEB6)** sobre fondos similares, ya que esto podría dificultar la lectura en personas con visión reducida.
- **Colores específicos para cumplir con WCAG:** Asegúrate de que los colores de la paleta (como el marrón tostado, crema cálido, y verde oliva tenue) se utilicen de manera efectiva para que todos los textos sean fáciles de leer y accesibles. Los colores primarios, como el **marrón tostado (#8B5E3C)**, pueden usarse para los textos principales y los colores secundarios para elementos secundarios como enlaces o botones.

6.2 Tipografía

Tamaño mínimo legible y espaciados:

- **Tamaño mínimo del texto:** El tamaño mínimo recomendado para el texto del cuerpo debe ser **16px** para garantizar que sea legible en pantallas pequeñas y para usuarios con dificultades visuales.
- **Interlineado y espaciado:** El interlineado debe ser de **1.5** para mejorar la legibilidad y asegurar que el texto no se vea apretado. Además, el **kerning** debe estar optimizado para asegurar que los caracteres estén adecuadamente espaciados, especialmente en títulos y subtítulos (por ejemplo, en **Oleo Script Swash Caps**).
- **Encabezados (H1, H2, etc.):** El tamaño de los encabezados (H1 de **36px**, H2 de **30px**) debe ser lo suficientemente grande para facilitar la navegación visual. Utiliza la tipografía **Oleo Script Swash Caps** en tamaños adecuados para destacarlos sin perder claridad.
- **Márgenes:** Los márgenes de los textos deben estar configurados para crear una experiencia de lectura fluida, con espacio adecuado a los lados y entre párrafos.

6.3 Navegación accesible

Directrices para dispositivos de asistencia:

- **Etiquetas alt para imágenes:** Es esencial proporcionar **descripciones alt** claras y detalladas para todas las imágenes en el sitio, especialmente las que tienen un propósito informativo o funcional (como los productos de panadería). Esto permitirá que las personas con discapacidades visuales puedan comprender el contenido a través de lectores de pantalla.
- **Navegación con teclado:** Todos los enlaces y botones deben ser **accesibles mediante teclado**, con un sistema claro de enfoque (por ejemplo, borde o sombra alrededor de los elementos seleccionados). La navegación debe ser posible sin necesidad de un mouse.
- **Elementos interactivos accesibles:** Los botones deben ser lo suficientemente grandes (al menos 44px de ancho y alto), y deben tener un contraste adecuado con su fondo para asegurar que las personas con movilidad limitada puedan hacer clic fácilmente.
- **Menú de navegación accesible:** El menú debe ser sencillo y con un orden lógico de opciones, asegurando que los usuarios puedan navegar entre las páginas fácilmente. Utiliza etiquetas descriptivas para cada sección del menú y evita cualquier jerga que no sea común.
- **Elementos de formulario accesibles:** Los formularios deben tener campos claramente etiquetados y grupos de opciones (como los de selección) deben

ser identificables por las personas con discapacidades de visión. Los mensajes de error y de éxito deben ser claros y fáciles de leer.

Conclusión: El cumplimiento con las directrices de accesibilidad es esencial para asegurar que todos los usuarios puedan interactuar con el sitio web de forma efectiva. Al implementar estos criterios, garantizamos una experiencia inclusiva para todas las personas, independientemente de sus capacidades o dispositivos utilizados.

7. Ejemplos de Uso

El propósito de esta sección es ilustrar cómo se deben aplicar los elementos visuales de la **guía de estilo** en diferentes contextos y plataformas, asegurando que la identidad visual de **Migas Amigas** se mantenga coherente en todos los medios.

1. Página de Inicio

- **Animación:** Se puede incluir una animación sutil del proceso de elaboración del pan en la página de inicio, donde se muestre el movimiento de amasar, hornear y empaquetar los productos. La animación debe ser suave y cálida, con colores que reflejan la paleta (marrón tostado, verde oliva tenue y crema cálido) para mantener la estética artesanal.
- **Botones grandes:** Los botones de las secciones de productos, como "Panadería", "Pastelería", y "Empanadas", deben tener un estilo limpio y directo, con bordes redondeados, en colores primarios (por ejemplo, marrón tostado o verde oliva). En el estado **hover**, el color del botón debe volverse más suave (beige o gris claro) para generar un contraste atractivo.
- **Fondo texturizado:** El fondo de la página puede tener una textura sutil que imite la madera o el lino, alineándose con la estética rústica de la marca. Este fondo debe ser discreto para no sobrecargar la visualización, pero lo suficientemente notable para aportar calidez.

2. Página de Productos

- **Listado de productos:** Los productos deben estar dispuestos en una cuadrícula limpia y organizada, con imágenes de alta calidad que muestren claramente los

detalles de los productos. Las imágenes deben ser naturales y cálidas, sin efectos de edición artificial, y con un enfoque suave para reflejar la artesanía.

- **Botones para más información:** Cada página de producto debe tener un botón de acción, como "Ver precios" o "Haz tu pedido", en un color destacado, como el verde oliva o marrón tostado, con un efecto de hover en color beige o gris claro. Los botones deben ser grandes y accesibles, con suficiente espacio alrededor para no sobrecargar la interfaz.
- **Descripciones claras:** Las descripciones de los productos deben estar escritas en una tipografía legible (Oleo Script Swash Caps) y con un tamaño mínimo de **12px**. La jerarquía tipográfica debe ser clara, con títulos (H1, H2) destacados para cada categoría de productos (por ejemplo, "Nuestros panes", "Pasteles", etc.).

3. Página de Contacto

- **Formulario de contacto:** El formulario de contacto debe tener campos claros y bien definidos, con etiquetas visibles y bordes redondeados. En caso de error, los campos deben resaltar con bordes rojos, y el mensaje de error debe ser claro y visible en rojo. Los mensajes de éxito deben aparecer en verde, con un borde de ese mismo color, asegurando que la interacción sea clara y accesible.
- **Mapa interactivo:** Se puede integrar un mapa interactivo que muestre la ubicación de la panadería, con puntos de interés destacados en los colores primarios (marrón o verde oliva) para que sea fácil de identificar. Asegúrate de que el mapa sea responsivo y accesible en dispositivos móviles.

4. Redes Sociales

- **Publicaciones visuales:** Para las redes sociales, la paleta de colores debe mantenerse coherente. Las publicaciones deben resaltar imágenes de los productos (panes, pasteles, empanadas) en un estilo cálido, con bordes suaves y detalles naturales como madera o ingredientes visibles.
- **Iconografía y logos:** El logotipo de **Migas Amigas** debe estar presente en todas las publicaciones de marca, en su versión monocroma (en negro o blanco según el fondo) para asegurar visibilidad y coherencia. Los iconos, como los de contacto o redes sociales, deben ser simples y negros, para mantener la claridad.
- **Llamadas a la acción:** Las publicaciones deben contener claras **llamadas a la acción** como "¡Haz tu pedido hoy!", "Descubre nuestro menú", "Visítanos y disfruta del sabor artesanal", con botones de acción en colores contrastantes como verde oliva o marrón tostado.

5. Carteles y Papelería

- **Carteles promocionales:** Los carteles deben ser visualmente atractivos, con un uso destacado de imágenes de los productos en el centro y el logotipo de **Migas Amigas** en la parte superior. Utiliza tipografía grande y legible para los títulos, como **Oleo**

Script Swash Caps en color marrón tostado, y tipografía clara como **Open Sans** para el texto informativo.

- **Papelería (tarjetas, folletos, etc.):** Las tarjetas de presentación y folletos deben seguir la misma paleta de colores y estilo visual. Las tarjetas pueden tener el logotipo en relieve y un fondo en beige cálido, mientras que el texto de contacto y servicios debe estar en colores oscuros para asegurar la legibilidad. Los folletos deben ser fácilmente legibles, con un diseño limpio y márgenes adecuados para no sobrecargar la información.

6. Aplicaciones Móviles

- **Interfaz de usuario:** En las aplicaciones móviles, los botones deben ser grandes, con un espacio adecuado entre ellos para evitar clics accidentales. Los colores de los botones deben ser de los tonos de la paleta primaria, y el fondo debe utilizar texturas sutiles para no restar claridad.
- **Adaptabilidad y navegación:** El diseño debe ser flexible, asegurando que los elementos de la interfaz se ajusten bien a diferentes tamaños de pantalla. Los menús desplegables deben ser simples y accesibles, con iconos intuitivos, como las tres barras blancas para el menú principal.

Conclusión: Al aplicar los elementos gráficos y de diseño en diversos contextos, se garantiza una experiencia visual coherente y alineada con la identidad de **Migas Amigas**. Estos ejemplos aseguran que el sitio web, las redes sociales, la papelería y otros materiales promocionales mantengan una estética y funcionalidad homogénea, respetando siempre la accesibilidad y la claridad visual.

4. Genera un prototipo utilizando Figma. (4 puntos)