

Cambiando vidas.

Memoria de diseño de la web de A10 Inmobiliaria.
nacapttest.com/A10

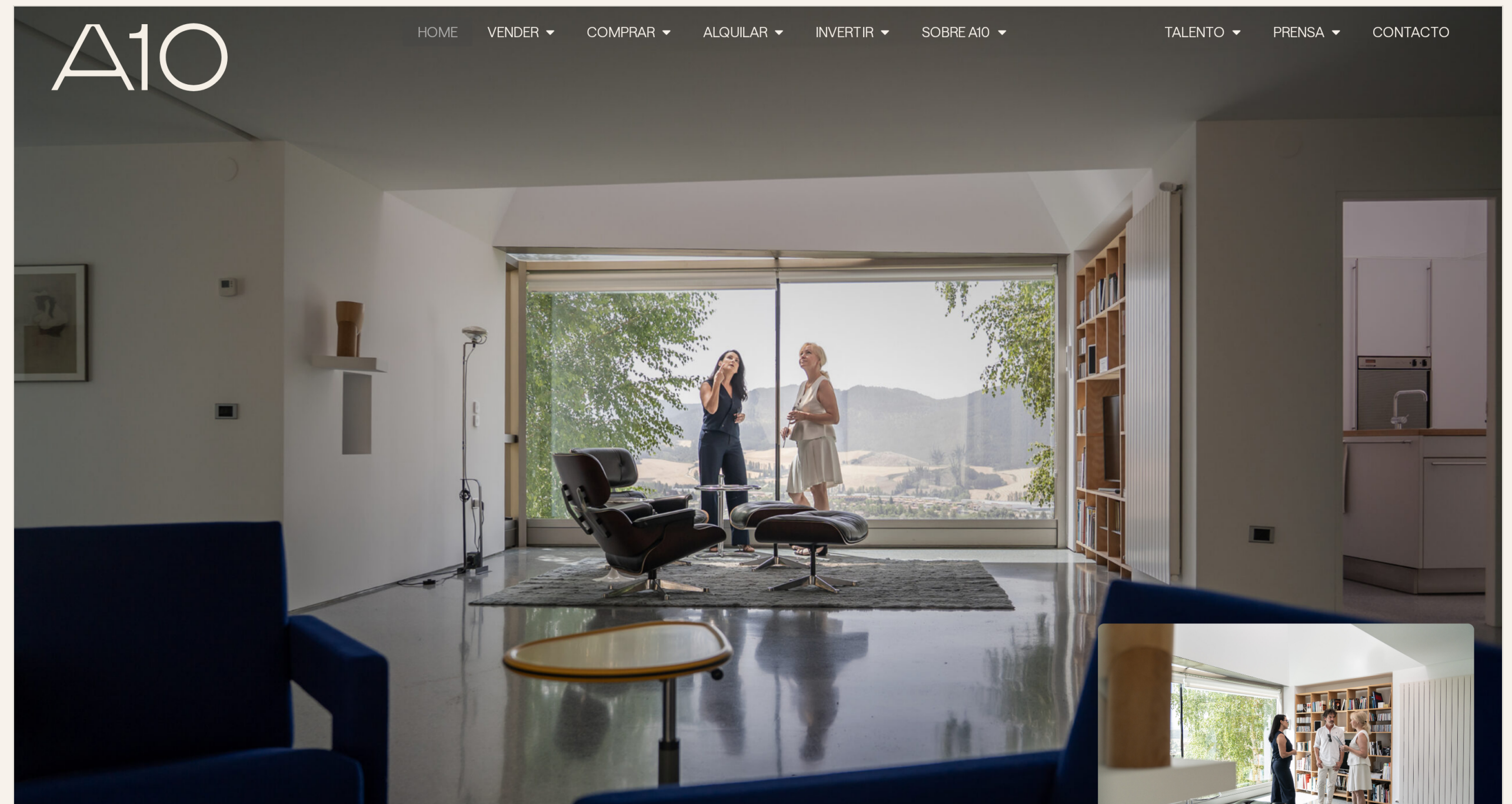


PLANTEAMIENTO

La casa, antes que el catálogo.

Una web inmobiliaria suele abrirse con un buscador. Esta se abre con una fotografía de personas dentro de una casa real y con una idea: **cambiar vidas**. El inmueble aparece después, cuando el tono ya está fijado.

Esa inversión del orden habitual es la decisión que gobierna todo el diseño: primero el relato, después el producto.



Portada: imagen a sangre, navegación sobre la fotografía y la firma de marca en la esquina inferior.

Fotografía propia

Personas reales en viviendas reales, con luz natural y encuadres amplios. No hay banco de imágenes ni infografías.

Paleta cálida

Crema y granate en lugar de los azules corporativos del sector. El color acerca la web al ámbito doméstico.

Voz sobria

Titulares breves en peso ligero y gran tamaño. El diseño acompaña un lenguaje de confianza, no de venta.

SISTEMA VISUAL

Una tipografía, cuatro colores y una sola manera de componer.

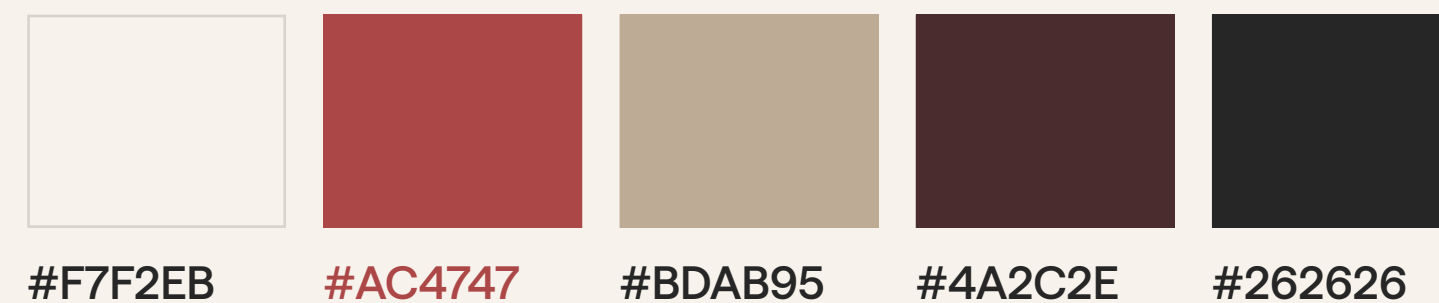
Tipografía

Saans, una única familia para todo el sitio. Los titulares emplean el peso ligero a gran tamaño; el texto, un cuerpo pequeño y muy medido. El contraste entre ambos ordena la lectura.

AaAa

Color

El crema es el fondo permanente; el granate marca navegación, etiquetas y llamadas a la acción. Beige y marrón quedan como apoyos.



Composición

Bloques partidos en dos mitades —fotografía a un lado, color plano al otro—, imágenes a sangre y esquinas vivas. La retícula se repite de página en página.

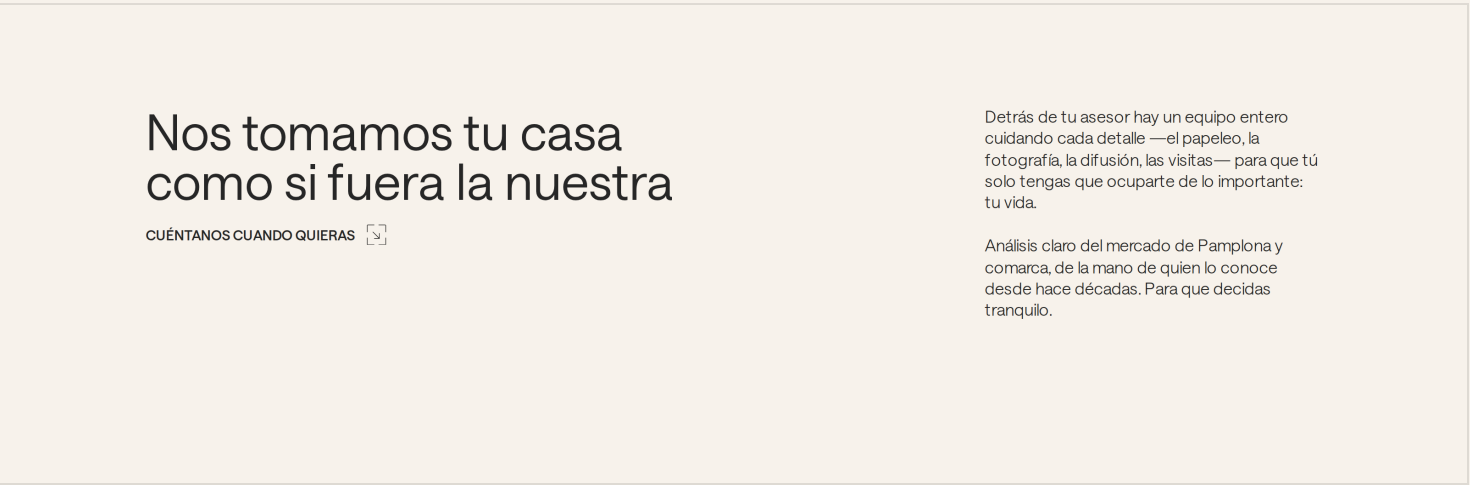


EL SISTEMA EN EL CONJUNTO

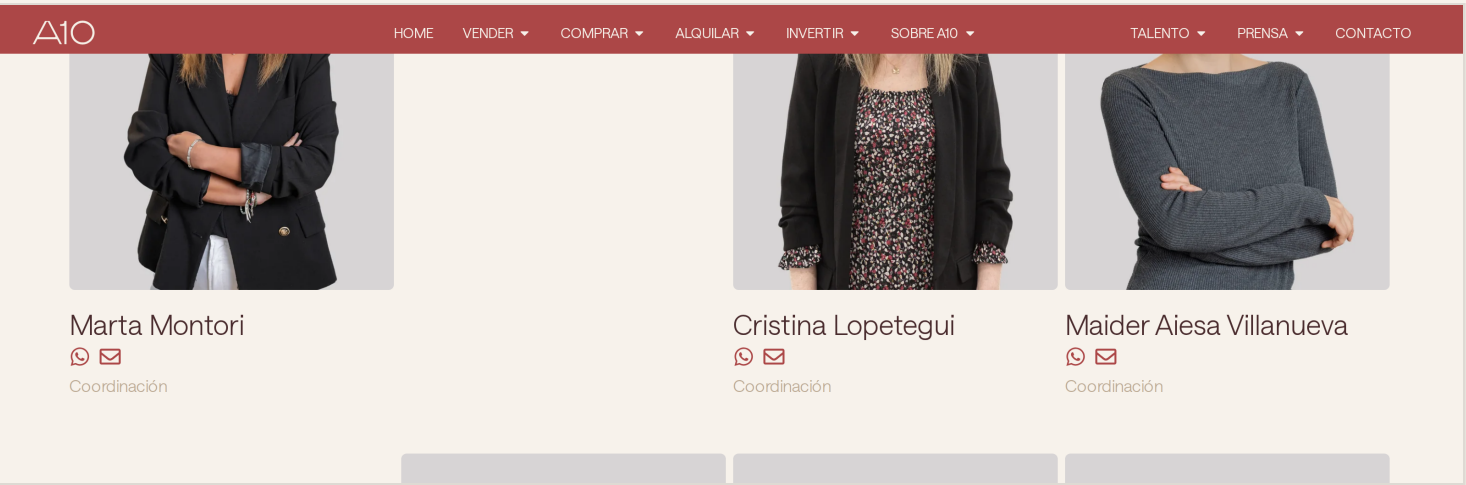
El mismo criterio en todas las páginas.



Los bloques de fotografía y color plano abren capítulo y conducen de una sección a otra. La firma de marca se repite siempre en la misma posición.



En las páginas de contenido, el titular ocupa la mitad izquierda y el texto se organiza en columnas estrechas, con un cuerpo pensado para leerse de corrido.



El equipo se presenta con retratos de encuadre homogéneo y acceso directo a cada persona. Las personas reciben el mismo tratamiento visual que los inmuebles.

Inicio, Vender, Comprar, Alquilar, Invertir y Sobre A10 comparten retícula, paleta y jerarquía. **Cambia el contenido, no el sistema.**

LA PIEZA CENTRAL

Diseñar un catálogo sin parecer un portal.

Los filtros, sobre los resultados

Operación, tipo, zona y precio ocupan la primera línea; el resto de criterios queda debajo. Sin columna lateral que reste espacio al catálogo.

Una ficha con tres datos

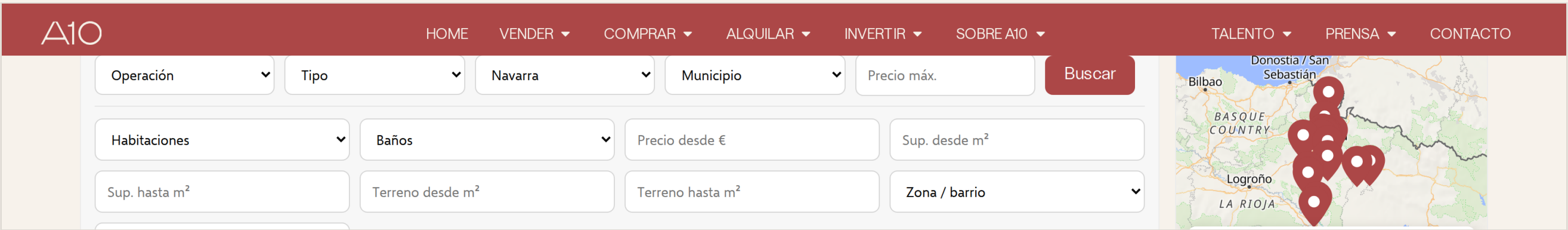
Fotografía, precio y localización ocupan el primer plano. La etiqueta de operación, en granate, es el único elemento de color de cada ficha.

Tres maneras de mirar

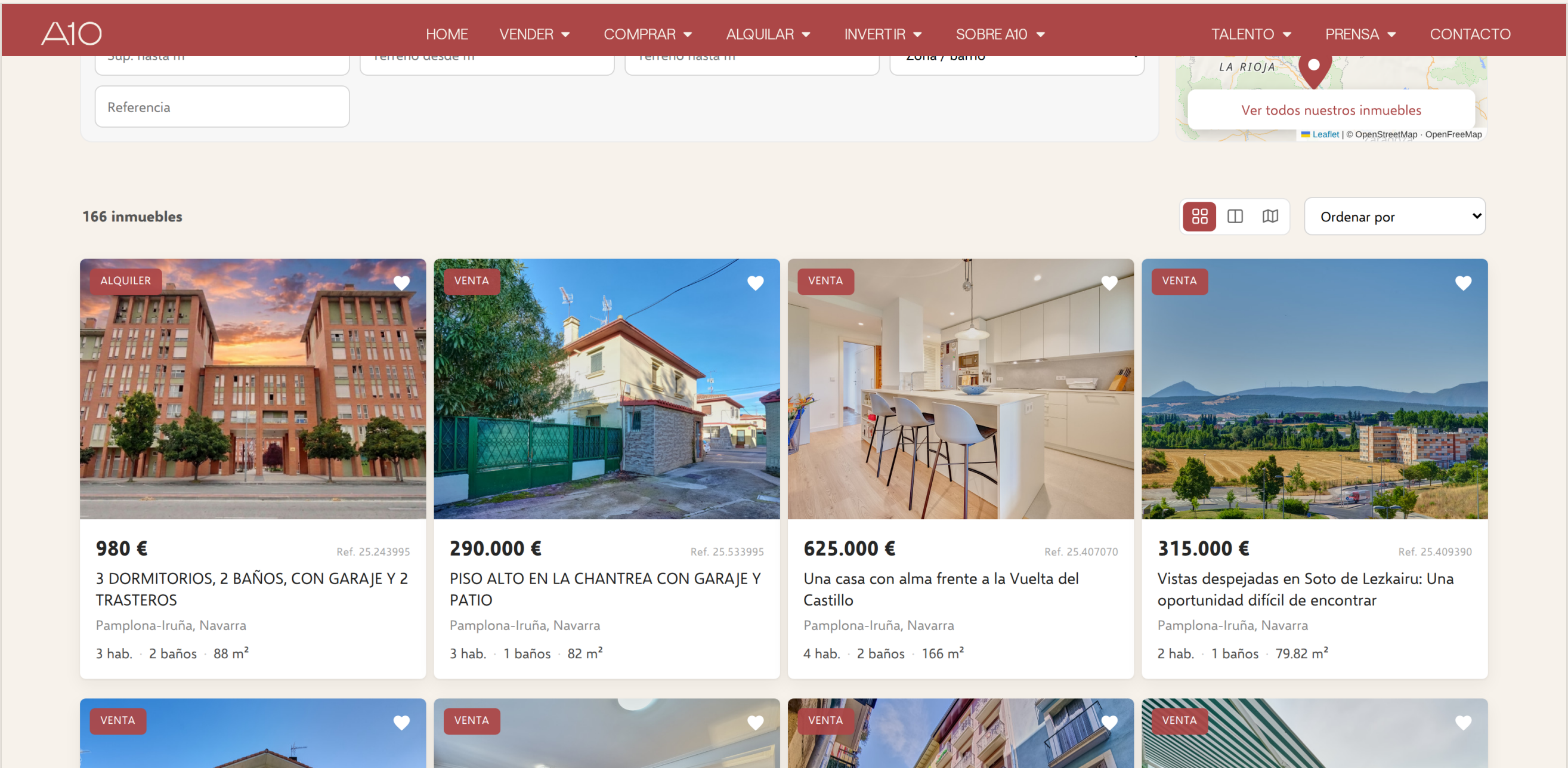
Rejilla, listado y mapa conviven en la misma pantalla: quien busca elige cómo quiere ver, sin cambiar de página.

Una navegación que cambia de piel

Transparente sobre la fotografía de portada; en banda granate cuando hay contenido detrás. La misma barra, resuelta para cada fondo.



Navegación en banda granate y buscador sobre fondo claro, con el mapa a la derecha.



Resultados: rejilla de cuatro columnas, etiqueta de operación en granate y la misma jerarquía dentro de cada ficha.

QUÉ LA DISTINGUE

Una web inmobiliaria resuelta como una marca.

PRÁCTICA HABITUAL DEL SECTOR

El buscador ocupa la primera pantalla.

Azules corporativos y plantillas de portal.

Imágenes de calidad desigual según el inmueble.

El equipo, como una lista de nombres.

El resultado es una web que se comporta como una marca y no como un escaparate: **el diseño sostiene la promesa antes de enseñar el producto.**

ESTA WEB

Una fotografía y una idea. El catálogo llega después, en su propia página.

Paleta propia, cálida y doméstica, sostenida en todo el recorrido.

Fotografía propia y encuadres homogéneos, también en los retratos del equipo.

Retratos con el mismo tratamiento que las viviendas y contacto directo con cada persona.

