



Universidad
Zaragoza

Trabajo Fin de Grado

Título del trabajo : Diseño y desarrollo de
Imagen Corporativa y Página Web para Clínica
de Nutrición

Design and development of the Corporate
Image and Website for a Nutrition Clinic

Autor/es

Icía Vázquez Nadal

Director/es

Ignacio Gil Pérez

Universidad de Zaragoza: Escuela de Ingeniería y Arquitectura
2020-2021

Diseño y desarrollo de Imagen Corporativa y Página Web para Clínica de Nutrición

MEMORIA

Resumen

El proyecto que se presenta se trata de un caso real con la clínica del doctor Jesús Vázquez Laguna, clínica dedicada a la nutrición y a la salud. Pese a que lleva años funcionando no dispone de una identidad gráfica corporativa ni de un sitio web con el que se le pueda dar a conocer y con el que las personas se puedan poner en contacto.

De este modo se aplicarán los distintos conocimientos aprendidos en el grado de la universidad de Zaragoza de “Ingeniería de Diseño Industrial y Desarrollo del Producto”, tanto el diseño gráfico, como el diseño de interfaces y el diseño de servicios, para poder desarrollar la imagen corporativa y el diseño web de la clínica.

El objetivo es poderse dar a conocer, modernizar tecnológicamente el negocio y facilitar el acceso a todo tipo de públicos ya que hoy en día es tema de la nutrición está muy concurrido y esta es la mejor manera de poderle sacar partido.

Índice

Introducción

Objetivo y alcance del proyecto 4

Metodología 4

Planificación 5

Sobre la empresa 6

Situación actual 8

Público objetivo 9

FASE I (I) Diseño imagen corporativa

Análisis de la competencia 11

Exploración formal 13

Propuesta 1 15

Propuesta 2 16

Propuesta 3 17

Diseño final 18

FASE I (II) Estudio sitios web

Análisis de la competencia 20

Conclusiones generales 22

Usuarios 23

Requisitos 24

Diagrama web e inventario de contenido 25

FASE II (II) Diseño interfaz

Wireframes 28

Guía de estilos 29

Diseño web 30

Test de usuarios y cambios 37

Implementación web 39

Conclusiones del proyecto 41

Webgrafía 42

1.Introducción

1.1 Objetivo y alcance del proyecto

El objetivo de este proyecto es el diseño de la imagen corporativa de la clínica de nutrición y salud del Doctor Jesús Vázquez Laguna, así como el diseño de la página web. Esto incluye un previo estudio del mercado de las empresas del mismo sector para poder entender la situación actual del mundo de la nutrición y la manera en la que se dan a conocer estos centros.

1.2 Metodología

La metodología utilizada es una metodología por fases. Se comenzará con una fase de investigación de la empresa y de empresas del mismo sector. Se analizará la información obtenida. Para la fase de ideación se utilizarán técnicas creativas. Finalmente se desarrollará con detalle el concepto final.

Fases del proyecto:

Fase 1, Investigación y documentación:

En esta fase se realiza un estudio de las imágenes corporativas y los sitios web de diferentes empresas de la competencia. Al mismo tiempo se analizan a los distintos usuarios a los que va dirigido y se realizan una serie de conclusiones que sirvan de ayuda para el posterior diseño.

Fase 2, Ideación:

En esta fase se aplicarán distintas técnicas creativas para poder diseñar los diferentes conceptos que se le propondrán al cliente. Se realizará mediante bocetos tanto de la imagen de marca como de la página web.

Fase 3, Desarrollo:

La última fase es la de desarrollo de los conceptos elegidos. Se definirá con detalle la imagen corporativa y se creará un prototipo funcional de la página web para poder realizar las pruebas de usuario que ayudarán a mejorar el sitio. Al mismo tiempo se planteará la tecnología que se utilizará para la posible implementación del sitio web.

Sobre la empresa

Para poder conocer bien la empresa se han realizado una serie de reuniones con el cliente y se ha obtenido la información necesaria como los servicios que ofrecen, sus valores, su filosofía y su forma de trabajar. De este modo se consigue entender más al cliente y sus necesidades.

Cuando uno acude a una clínica de nutrición es porque quiere encontrarse mejor y piensa que modificando sus hábitos alimenticios puede conseguirlo. Puede ser por problemas de sobrepeso, problemas digestivos, autoinmunes, problemas metabólicos o de su analítica. Los profesionales de la nutrición tienen que realizar una historia completa del paciente para conocer sus enfermedades, sus hábitos alimenticios, su rutina diaria, sus gustos y sus costumbres. El nutricionista debe adaptarse al paciente, debe ser capaz de, con el mínimo cambio y sin demasiado sacrificio, conseguir mejorar la calidad de vida del mismo en todos los aspectos.

La clínica para la que se va a realizar el proyecto es una pequeña **empresa de nutrición y salud**. Fue fundada en el año 2000 por el doctor Jesús Vázquez Laguna, médico nutricionista. Su sede principal se encuentra en Zaragoza y tiene extensión en Huesca y Monzón. Está formada por tres especialistas en nutrición y salud.

La filosofía de la clínica se basa en lograr que el paciente llegue a **disfrutar de hacer dieta**, para ellos lo más importante es conseguir que el paciente se encuentre cada vez mejor tanto física como psicológicamente, sin agobiarse con las cifras del peso. Se deben modificar los malos hábitos corrigiendo su ritmo de comidas, cantidades, tipo de alimentos, etc. Los consejos nutricionales deben ser una herramienta para **que la persona logre un buen estado de salud y sea capaz de prevenir la aparición de futuras patologías**.

El equipo de nutricionistas no ofrece dietas estándar sino que **se personalizan** en función de a quién van dirigidas, teniendo en cuenta su modo de vida, patologías o distintas necesidades.

Ofrece servicios para una gran variedad de problemas o patologías diferentes a los que se puede acceder de forma presencial u online. Algunos de los problemas que tratan y servicios que ofrecen son los siguientes:

- Problemas de sobrepeso y obesidad
- Problemas de bajo peso
- Patologías digestivas (colitis ulcerosa, enfermedad de Crohn, diverticulosis, inflamación intestinal, problemas hepáticos, intestino irritable, intestino permeable, estreñimiento...)

- Enfermedades autoinmunes (celiaquía, tiroiditis...)
- Nutrición en el cáncer
- Nutrición en las diferentes etapas de la mujer (adolescencia, embarazo, lactancia y menopausia)
- Problemas metabólicos (diabetes, hiperlipidemias, hipertensión arterial...)
- Nutrición deportiva

Los valores de esta empresa son entrega, personalización, cercanía, profesionalidad y renovación.

- **Entrega:** Los especialistas tienen una alta dedicación al trabajo que desarrollan.
- **Personalización:** Los especialistas se adaptan a las necesidades de cada persona ofreciéndoles un asesoramiento totalmente personalizado.
- **Cercanía:** Los especialistas tienen la facilidad de empatizar con sus pacientes.
- **Profesionalidad:** Los especialistas son profesionales altamente cualificados.
- **Renovación:** El personal que trabaja en la clínica recibe formación continua asistiendo de forma periódica a cursos y congresos para estar siempre actualizados.

El proceso que se lleva a cabo desde la primera cita que se tiene hasta que se consigue el objetivo es el siguiente:

- **En la primera consulta:** Se realiza una historia clínica completa y detallada para conocer bien al paciente, su forma de vida, sus costumbres, sus objetivos. Siempre se solicita una analítica reciente. Una vez conocido su ritmo de vida se le dan las pautas nutricionales, se le recetan los posibles suplementos (vitaminas, minerales, oligoelementos, probióticos...) que el paciente necesite y se habla de la importancia del ejercicio.
- **Revisiones:** Se valora la evolución del paciente, si le ha resultado fácil realizarlo y se ve de este modo qué habría que cambiar si hiciese falta, siempre adaptándose a las necesidades de la persona.
- **Mantenimiento:** Siempre le dan mucha importancia al mantenimiento dado que los cambios que ha conseguido dar tiene que mantenerlos. Si vuelve a lo que hacía antes, volverá el problema. El saber que tiene una cita con su nutricionista para dentro de unos meses hace que siempre esté más alerta y se cuide más conforme se acerque la fecha.

Situación actual

Hasta ahora el centro de nutrición no ha tenido imagen de marca y el nombre de la empresa que utilizaban era NV5. Tampoco cuentan con un sitio web. Su intención es modernizarse y poder dárse a conocer.

Se ha realizado una entrevista para saber la imagen que se quiere transmitir a través de la imagen corporativa y la utilidad del sitio web. De esta entrevista se llegó a una serie de conclusiones y especificaciones que exigían:

- Quieren un logotipo minimalista que no se vea recargado ni con muchos colores y si fuera posible que apareciera el **color verde**.
- Les gusta que en el icono aparezca una **hoja**
- Se deben ver **reflejados los valores** de la empresa: entrega, personalización, cercanía, profesionalidad y renovación.
- Quieren una página **web informativa y de contacto**.
- En muchas consultas que realizan se facilita alguna receta al paciente por lo que sería interesante también añadir un **blog de recetas** en el sitio web.
- La página web debe tener también un **área personal** en la que el cliente pueda ver su progreso.

Público objetivo

La clínica tiene como principal foco la satisfacción del cliente. Esto tiene que ir reflejado, además de en el servicio que ofrece y el modo en el que lo ofrece, en la imagen que da. **Hay que saber al público al que se dirigen para poder saber qué tipo de contenido crear.** De esta manera será más fácil atraer y fidelizar a los clientes.

Acudir a un centro de nutrición hoy en día es una opción para todo tipo de personas, pero debemos focalizarlo en uno o varios perfiles concretos para no generalizar tanto. De esta manera se podrá empatizar con el cliente mucho más.

Algunos de los distintos grupos en los que nos centramos son: **Personas con sobrepeso, deportistas, personas con alguna patología concreta.**

Los **rangos de edades son muy variados** ya que acuden tanto personas mayores como jóvenes y padres con niños pequeños. Por lo que el diseño que se realice tiene que estar adaptado a toda esta variedad. Se tendrá que ver **moderno y actual** para poder atraer al rango más joven pero a su vez se tiene que ver **seriedad, profesionalidad y experiencia.**

Fase I (I)

Diseño imagen corporativa

Análisis de la competencia

Se realizó un análisis de las imágenes de marca de diferentes empresas para poder ver las características más representativas. Al mismo tiempo la opinión del cliente y los valores que este quería transmitir también formaron un papel importante en el diseño final.

Ver Anexo I, Análisis de la competencia (página 7)

The logo for Realfooding features the word "Realfooding" in a green, rounded, sans-serif font. A green leaf-like shape is integrated into the letter 'R'.The logo for Laura Jorge consists of the name "Laura Jorge" in a dark red, serif font, with "centro de nutrición" in a smaller, dark red, sans-serif font below it.The logo for Clínica de Nutrición Madrid features a blue heart icon with a white outline, followed by the text "Clínica de Nutrición" in a blue, sans-serif font and "Madrid" in a smaller, blue, sans-serif font below it.The logo for Dietynut features a circular icon divided into four colored segments (red, orange, green, blue) with a white outline, followed by the text "Dietynut" in a blue, sans-serif font below it.The logo for Nutrendo features a green heart icon with a white outline, followed by the text "Nutrendo" in a blue, sans-serif font and "CENTRO MÉDICO NUTRICIONAL" in a smaller, blue, sans-serif font below it.The logo for menja sa features a green square icon with a white leaf-like shape, followed by the text "menja sa" in a green, sans-serif font.The logo for DINUT features a green heart icon with a white outline, followed by the text "DINUT" in a bold, black, sans-serif font and "dietética y nutrición" in a smaller, black, sans-serif font below it.The logo for CNC features a green icon of a person with arms raised inside a square frame, followed by the text "CNC" in a large, bold, black, sans-serif font and "Centro de Nutrición Clínica" in a smaller, black, sans-serif font below it.The logo for NUT&HEALTH features the text "NUT&HEALTH" in a green, sans-serif font and "BILBAO · ZARAGOZA" in a smaller, green, sans-serif font below it.The logo for REVERDE features the word "REVERDE" in a green, serif font.The logo for centroparody features a green apple icon with a white outline and a green leaf, followed by the text "centroparody" in a green, sans-serif font and "nutrición y salud" in a smaller, green, sans-serif font below it.

De cada logotipo se analizaron los **valores que transmiten, la tipografía, los colores y los recursos gráficos**. De esta manera se llegó a una serie de características comunes que hacen que los identifiquemos con el mundo de la nutrición:

- Se puede observar que en cuanto a **colores corporativos** la gran mayoría utiliza el verde ya que evoca a lo sano, a lo natural... que son algunas de las características que los centros de nutrición quieren transmitir. De esta manera al ver un logotipo verde es fácil pensar que tiene que ver con comida sana y nutrición. Al mismo tiempo el color verde comunica tranquilidad y confianza que son algunos de los valores de la empresa.

- Siguiendo con los colores vemos que las clínicas más médicas y que tratan más el tema salud incluyen el color azul o todo el logotipo es azul. El color azul es muy utilizado en logotipos ya que consigue transmitir estabilidad y confianza.

- El **uso de símbolo** es muy común en este tipo de empresas ya que ayuda a entender de que tipo de empresa se trata, además de hacerla más cercana y consigue reforzar la imagen.
- Este símbolo suele ser algún alimento que la mayoría de las personas consideramos sano por ejemplo una fruta. El más recurrente suele ser la manzana ya que además es fácilmente combinable con la forma del corazón por lo que trata también la salud que es otra de las características importantes que quiere transmitir una empresa de nutrición. Otro símbolo recurrente es la hoja ya que también lo asociamos a natural y saludable
- La mayoría de los logos utilizan una **tipografía** sin serifa para hacerlos más modernos ya que la mayoría de estas clínicas son muy actuales y la nutrición evoluciona rápido por lo que es importante que se vea que la clínica ha evolucionado también.
- También las tipografías sin serifa finas consiguen que el logo sea minimalista y limpio
- Aquellos logos que tienen un nombre que no aclara que es una clínica de nutrición añaden justo debajo de qué se trata (Ej: Centro de nutrición clínica)
- La mayoría de estos logos utilizan letras minúsculas aunque no es una característica relevante.

Exploración formal

En este apartado se trabaja en la creación del logotipo. Para ello partimos de las conclusiones que se han obtenido a raíz del análisis de las imágenes de marca de otras empresas del sector. También nos basaremos en los requerimientos que se han recogido tras hablar con el cliente ya que son clave para poder reflejar lo que la empresa quiere transmitir.

En primer lugar se realizan una serie de **bocetos para generar las primeras propuestas**. Junto con el cliente se eligen las que más les atraen. Una vez elegidas **se digitalizan** para poder ver los conceptos más claros y poder elegir el **concepto final**.

La propuesta seleccionada se desarrollará mas profundamente realizando pequeñas modificaciones para terminar de hacer un logotipo atractivo para la empresa. Tras tener bien definido el logotipo se procederá a la realización del **manual de imagen corporativa**.

Para poder empezar con los bocetos, con la ayuda del estudio de la competencia que se ha realizado anteriormente, se han analizado las formas que consiguen transmitir los valores de la empresa. Esto nos sirve de ayuda para la generación de ideas.

PROFESIONALIDAD

Minimalismo
Composiciones poco recargadas
Los mínimos tonos posibles
Tipografía legible
Icono sencillo

PERSONALIZACIÓN

Tipografía sencilla
Composiciones ordenadas

RENOVACIÓN

Tipografía sin serifa
Minimalista
Pocos tonos

ENTREGA

Composiciones sencillas
Claridad
Colores alegres
Pocos tonos

CERCANÍA

Colores alegres
Tipografía sencilla
Icono con formas redondeadas
Tipografía en minúscula

Exploración formal

A continuación se muestran algunos de los bocetos que se realizaron durante la lluvia de ideas que posteriormente se eligieron tres de ellos para digitalizar las propuestas:

Ver Anexo I, Exploración formal (página 19)



Propuesta 1

En esta primera propuesta se utiliza el color que más se relaciona con la nutrición para que sea fácil de identificar. Es un logo sencillo, limpio y minimalista. La tipografía sin serifa y fina al igual que el símbolo, que es la hoja que sale de la "V", consiguen transmitir ese cariño y cercanía. La limpieza y el orden transmite la profesionalidad y la entrega.



Propuesta 2

En esta segunda propuesta se utiliza el color que más se relaciona con la nutrición para que sea fácil de relacionar. Es un logo sencillo y limpio, muy minimalista. Esto lo hace ser más moderno. La tipografía sin serifa y fina al igual que el símbolo consiguen transmitir ese cariño y cercanía. La limpieza y el orden transmite la profesionalidad y la entrega.

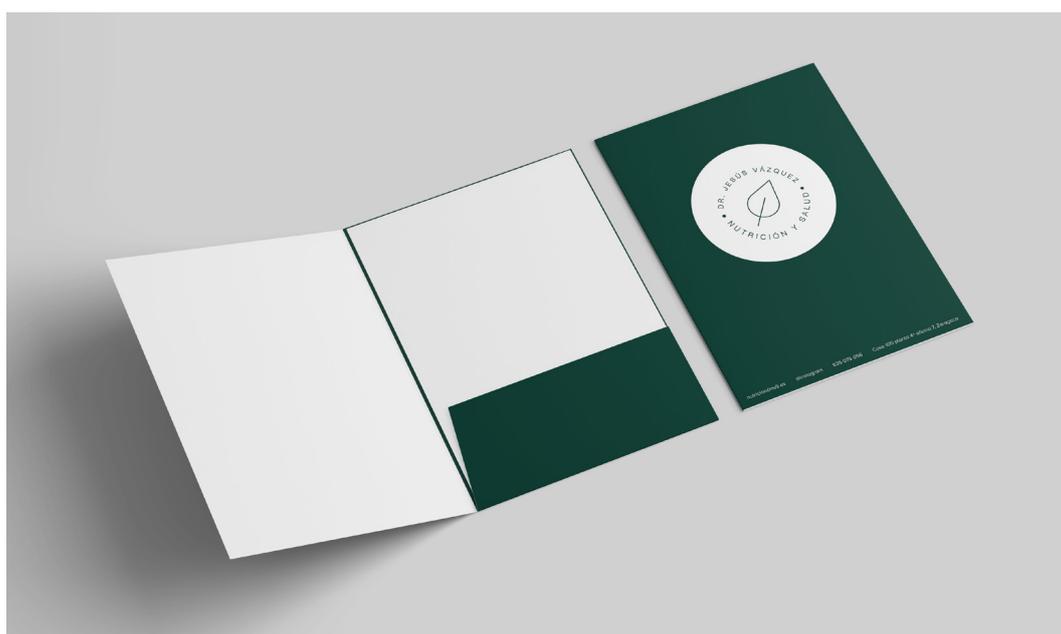


Dr. Jesús Vázquez
Nutrición y salud



Propuesta 3

En esta tercera propuesta se vuelve a utilizar el color que más se relaciona con la nutrición para que sea fácil de relacionar. Es un logo sencillo y limpio, muy minimalista. Esto lo hace ser más moderno. La tipografía sin serifa y fina al igual que el símbolo consiguen transmitir ese cariño y cercanía al igual que el círculo que hace que sea más alegre y cercano. La limpieza y el orden transmite la profesionalidad y la entrega.



Diseño final

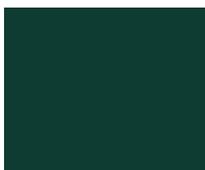
Finalmente la propuesta que más gustó al cliente fue la propuesta número 2, la que se muestra a continuación. Es un diseño minimalista tanto por la tipografía como por el símbolo.

A partir de aquí se realizó el manual de imagen corporativa para definir las posibles aplicaciones y usos del logotipo.

[Anexo II. Manual de imagen corporativa](#)



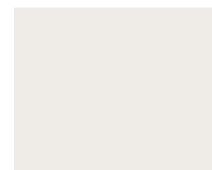
La tipografía utilizada es la Gotham-Light. Es bastante una tipografía tranquila y bastante legible. Y los colores corporativos para la imagen gráfica, la página web y carteles publicitarios son los siguientes:



RGB: 22, 60, 51
CMYK: 96, 66, 80, 42
#163C33



RGB: 102, 141, 104
CMYK: 64, 27, 65, 10
#668D68



RGB: 243, 241, 238
CMYK: 6, 5, 7, 0
#f3f1ee

Fase I (II)

Estudio sitios web

Análisis de la competencia

La página web del centro de nutrición tendrá como función principal **informar a los usuarios sobre el centro y poderse poner en contacto con ellos de manera sencilla y rápida**. También tendrá la función de **llevar el historial de las consultas que ha ido teniendo el paciente para poder ir viendo su evolución**.

Para poder cumplir los objetivos definidos anteriormente se ha realizado un análisis de los sitios web de cinco clínicas de nutrición diferentes: Dietynut, Menja Sa, Nut&health, Realfooding, Laura Jorge.

De cada página se ha analizado en profundidad sacando una serie de errores e ideas, viendo la interacción y la estética y han servido de ayuda para el desarrollo de nuestro concepto.

[Ver Anexo I, Análisis de la competencia \(página 34\)](#)



Dietynut es un centro de nutrición de Madrid que ofrece una serie de servicios nutricionales y es posible tener cita tanto online como presencial. El sitio web de la clínica es ordenado e intuitivo. En cuanto a la usabilidad está muy bien distribuida por lo que es fácil llegar a donde quieres llegar. Y en cuanto a estética, está demasiado cargada y hace que la página se haga pesada. Aún así el conjunto se ve estético y las imágenes utilizadas están bien seleccionadas.



Menja Sa consiste en un centro de nutrición de Barcelona. Ofrece una gran cantidad de servicios. Además de asesoramiento nutricional ofrece otros servicios como psicología o fisioterapia. La página es ordenada e intuitiva. Están todos los servicios bien ordenados en desplegables del menú superior por lo que no hay que dar vueltas por las páginas para buscar. En cuanto a la estética se ve ordenada aunque en alguna página un poco cargada u otras veces no se lee bien el texto a causa de las imágenes de fondo.



Nut&health es un centro de nutrición que se encuentra en Zaragoza y en Bilbao. Ofrece distintos servicios de nutrición como nutrición deportiva, nutrición clínica... También dan la opción de citas presenciales y citas online. En cuanto a la usabilidad de la web no hay ningún problema ya que está bien organizado y no hay tanta información como para poderse perder. En cambio en cuanto a la estética, no tiene una jerarquía clara ya que hay demasiadas tipografías diferentes, con demasiados tamaños diferentes y la distribución acaba siendo un poco caótica.



Realfooding es un movimiento que lucha contra las multinacionales de los productos ultraprocesados y que la gente coma comida real. Cuentan con una clínica, con blog y con redes sociales. Ofrece distintos servicios de nutrición tanto presencial como online. El sitio web se ve limpio y ordenado pero en cuanto a usabilidad es más complicado. Cuentan con dos páginas que una lleva a la otra pero no al revés por lo que lo hace más complicado. La segunda página es la del centro pero los precios y el cuestionario para pedir cita está en la primera (a la que no se puede volver). Es una web muy poco intuitiva.



Laura Jorge es un centro de nutrición ubicado en Valencia. Son un grupo de mujeres especializadas en nutrición que te ayudan a llevar una rutina de comida sana y te motivan para ello además de ayudarte aportandote distintas recetas sencillas. El sitio web está muy bien diseñado tanto estéticamente como la usabilidad. Es limpio y ordenado y juega muy bien con los colores corporativos. Es muy intuitiva y si en alguna sección puede haber algo de complicación hay una breve explicación que hace que no te puedas perder en ningún momento.

Conclusiones generales

- La **estructura** general de la página principal o de inicio suele ser: En la cabecera está el logotipo y el menú principal. Esta cabecera suele ser fija. Al contrario que el footer que no lo vemos hasta que no se hace scroll hasta el final.
- El **menú principal** suele tener: Inicio, contacto, servicios, equipo, sobre nosotros, blog y algunas de las webs también cuentan con un área personal.
- Las clínicas que no se dedican solo a la nutrición nombran sus servicios en **desplegables** del menú de cabecera.
- Todas las webs tienen un **formulario de contacto** en que se puede preguntar cualquier duda y no tardan mucho en responder vía mail.
- Ofrecen mucha **información** sobre distintos temas de nutrición (además de publicar muchos artículos en el **blog**) y la filosofía y la forma de trabajar de cada clínica.
- Desde **el footer** se puede acceder a las páginas fundamentales y aparece la información de contacto de nuevo. En muchas de ellas también están nombrados los distintos servicios que ofrecen.
- Muchas de las clínicas ofrecen **citas online** en la que pides cita a través de la página o por teléfono y te envían un mail con toda la información de la cita y el link donde se realizará la sesión.
- En cuanto a la estética, todas ellas tienen una **estética alegre**. Las más atractivas son las que son más **limpias**. Las imágenes suelen ser muy cargadas por lo que es importante que el resto de la información se vea más minimalista para contrastar y no haya demasiado ruido en la página.
- Todas ellas están adaptadas también para poderlas ver desde la pantalla del móvil o de otro dispositivo.

Usuarios

Con el fin de poder adaptar el sitio web a todo el que lo utilice se ha realizado un análisis general de los distintos usuarios que van a interactuar en ella. Se han visto tres tipos de usuarios: los trabajadores de la clínica, los pacientes y los interesados.

Trabajadores de la clínica

En concreto este usuario estará diariamente utilizando la web por lo que aunque sea el menor porcentaje de usuarios son los que más van a interactuar con ella y tendrá que estar muy adaptada a ellos. No pueden invertir mucho tiempo por lo que tendrá que ser una interacción rápida, clara e intuitiva. Esta web tiene que servirles de ayuda para poder ahorrar tiempo y no un estorbo y un trabajo más.

Pacientes

Este usuario también es clave para tenerlo en cuenta en el diseño de la página. Es un usuario muy amplio muchos tipos de personas acuden a la clínica. Es muy variado por lo que habrá que ver qué es lo que tienen en común todas estas personas. El interés común es su salud ya que es la razón por la que asisten a un nutricionista. Puede ser que vayan tanto para adelgazar, para mejorar su salud, por alguna patología, para aprender a mantenerse, deportistas que quieren saber que tipo de dieta tienen que llevar... Pero la razón principal es la salud.

Asiste un rango muy amplio de edades por lo que la web debe ser intuitiva y sencilla para todos, ya que las personas de más elevada edad, en general, no suelen controlar tanto como una persona joven que suele utilizar sitios web casi a diario.

Interesados

Este tipo de usuario es el que indaga en la web en busca de nuevas ideas de recetas o artículos interesantes sobre nutrición. Suelen ser personas que les interesa el tema de la alimentación y de la vida sana por lo que de alguna manera habrá que llamar la atención para que en algún momento se decidan por asistir al centro o recomendarlo.

Requisitos

Tras analizar algunos de los sitios webs de diferentes centros de nutrición se pueden empezar a describir una serie de requisitos que se han definido gracias a las conclusiones.

- Dispondrá de un **menú de cabecera** en vez de un menú desplegable para que se pueda ver todo a primera vista y no sea necesario investigar para averiguar dónde se encuentra cada cosa.

- Este menú tendrá las siguientes secciones: Home o inicio, conócenos, blog, contacto y área privada

- La **página de inicio** incluirá un pequeño resumen de toda e información importante.

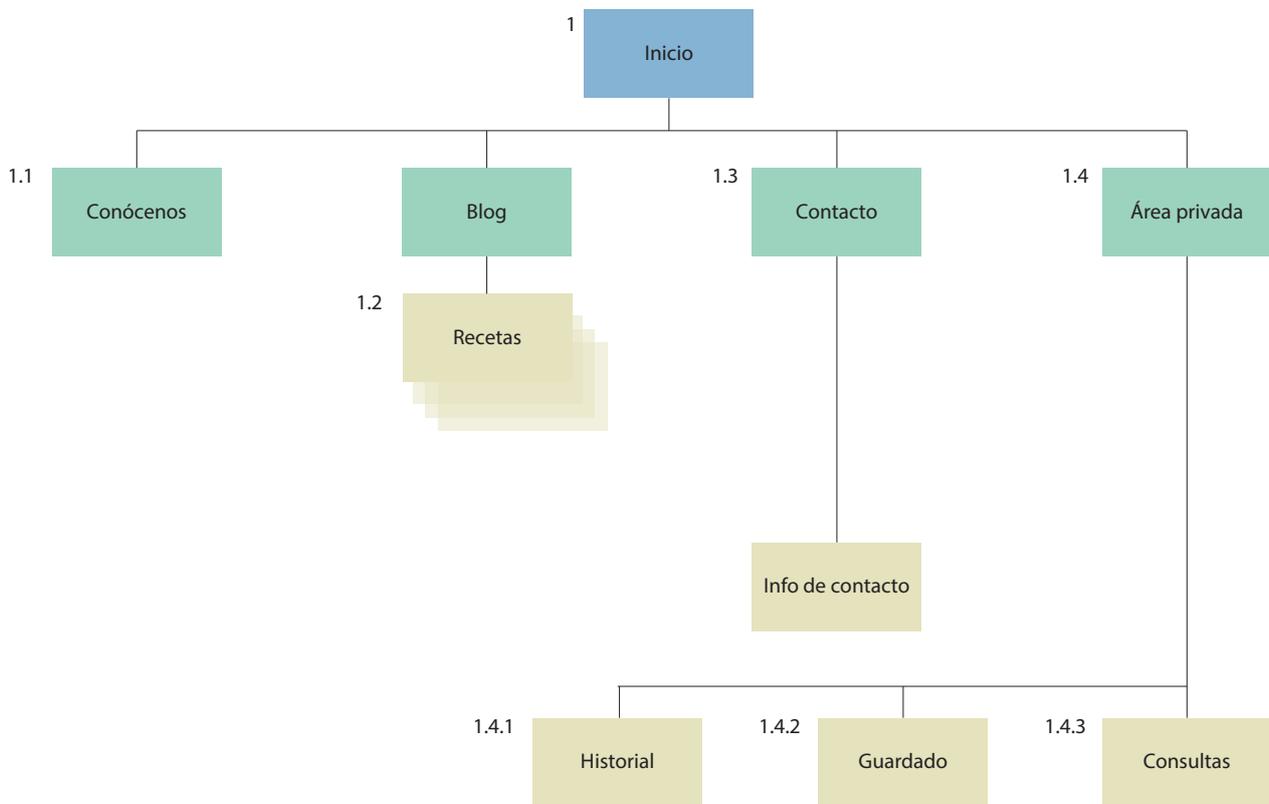
- En **conócenos** podremos ver un pequeño resumen de la empresa y el servicio que ofrece. También incluirá una presentación del equipo.

- El **blog** tendrá una gran variedad de recetas. Será todo informativo. Dentro de cada receta aparecerá la opción de compartir en las redes sociales.

- En la página de **contacto** habrá que valorar si se realizara una página solo para estos datos o toda la información de contacto estará en la zona inferior de todas las páginas.

- La página de **área personal** será la más importante para los clientes. En este apartado se registrará al cliente desde la clínica (no podrá registrarse uno mismo) ya que es el apartado en el que estarán todos sus datos personales y el historial de las citas que vaya teniendo. Al mismo tiempo estará incluida la dieta que se le ha asignado. Desde esta plataforma podrá ponerse en contacto con los nutricionistas de la clínica para cualquier duda. Al mismo tiempo en el área personal el usuario podrá guardar las recetas que le hayan gustado para tener un acceso más rápido a ellas y no tenerla que volver a buscar en el recetario.

Diagrama web e inventario de contenidos



ID	Nombre de la sección	Tipo de contenido	Tipo de página	Distribución en pantalla	Función de la página
1	Inicio	Pantalla principal que aparece cuando abrimos la web. Incluye información sobre la clínica y sobre la nutrición.	Consumo	En la parte superior izquierda estará el logo y en el centro el menú de cabecera. Justo debajo una imagen informativa y a continuación el resto de la información	Hacer una presentación rápida y útil del centro.
1.1	Conócenos	Pantalla informativa en la que se hablará del centro, de los servicios que ofrece y presentará al equipo de nutricionistas que trabajan ahí.	Consumo	Se convinarán imágenes con texto para que no se haga pesado y sea más visual. Después de la información del centro se incluirán las imágenes del equipo.	Informar más a fondo sobre la empresa y el equipo
1.2	Recetas	En esta pantalla estarán todas las recetas que los nutricionistas de la clínica irán subiendo.	Consumo	Las diferentes recetas estarán colocadas en 3 columnas con foto y nombre de la receta. En la zona de la izquierda estarán los filtros para que la búsqueda sea más sencilla	Proporcionar diferentes recetas para tener más ideas para incluir en la dieta.

Diagrama web e inventario de contenidos

ID	Nombre de la sección	Tipo de contenido	Tipo de página	Distribución en pantalla	Función de la página
1.3	Contacto	En esta pantalla estarán todos los datos de contacto principales.	Interacción y consumo	Estará colocado de forma clara y ordenada. En la izquierda estará el teléfono y a la derecha el correo electrónico	Poder ponerse en contacto con la clínica
1.4	Área privada	En esta página aparecera el formulario de acceso a la página personal de cada usuario	Interacción y consumo	El formulario se situará en el medio de la página y pondrá claramente lo que hay que escribir en cada sección	Poder acceder al área personal
1.4.1	Historial	Ya dentro del área privada lo primero que aparece es el historial de las citas que haya ido teniendo el cliente para poder ver su evolución	consumo	Aparecerán las distintas sesiones del paciente ordenadas por fechas en forma de desplegables.	Informar sobre los avances del paciente
1.4.2	Guardado	En esta pantalla se encuentran las recetas que el usuario ha ido guardando para tenerlas más accesibles	consumo	Apareceran del mismo modo que en el blog pero sin la opción de poner filtros	Poder guardar las recetas que le gusten al cliente en una carpeta propia
1.4.3	Consultas	Es una página de contacto más personal ya que funcionaría como un chat con el nutricionista	interacción	La forma que tendrá será como la de un chat tradicional para que no tenga complicación y todo el mundo sepa como funciona	Poder ponerse en contacto con el nutricionista de una manera más personal

Fase II (II)

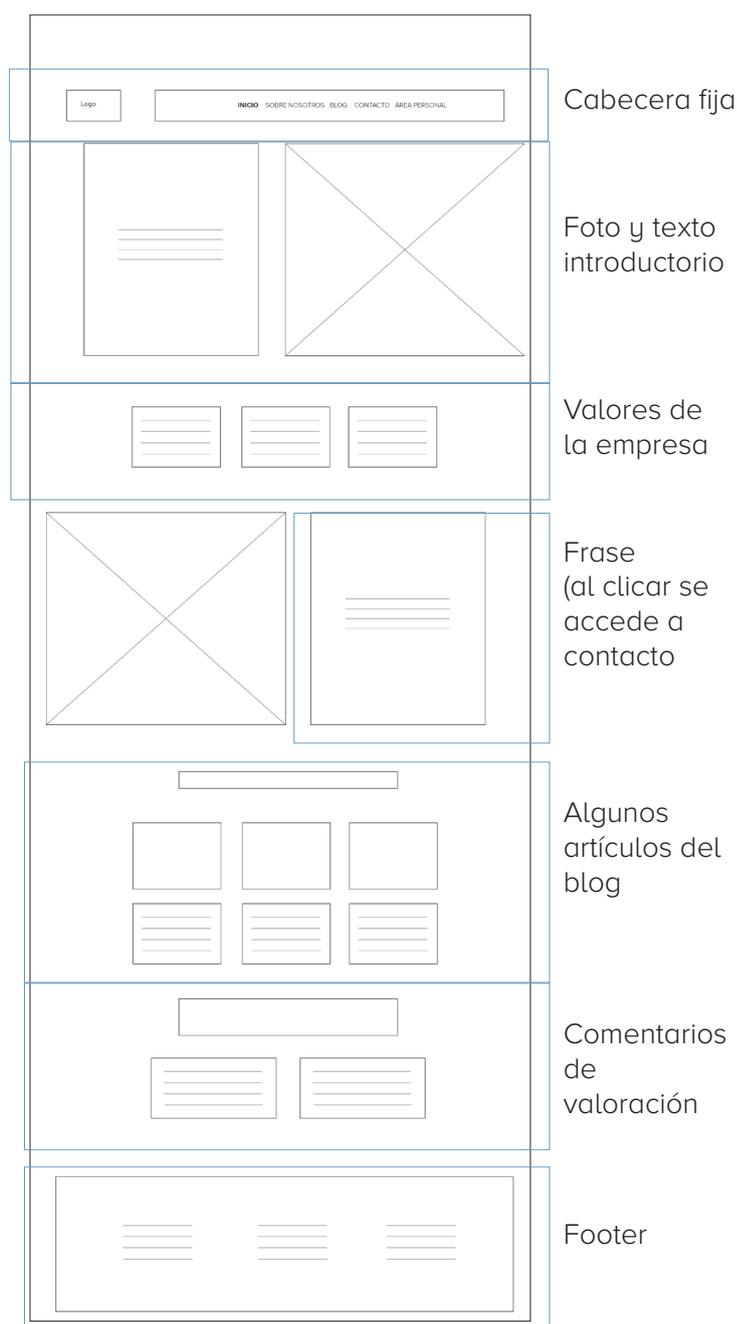
Diseño interfaz

Wireframes

Para poder hacer un diseño ordenado y claro y, además, facilitar el futuro desarrollo de la web se realizaron los esquemas de las páginas. Sirve de guía visual durante el proceso. De esta manera también se define como interactuarán los elementos con el usuario.

[Ver Anexo I, Diseño físico \(página 92\)](#)

Gracias al estudio que se ha realizado de diferentes páginas se sabe cuáles son los elementos principales que deben aparecer y el orden en el que deben aparecer. A continuación se muestra el esquema de la página de inicio:



Guía de estilos

A continuación se describen el estilo y los colores de los elementos principales para el desarrollo de la página web para que todo tenga una armonía y pueda verse una web limpia y ordenada:

COLORES PRINCIPALES



RGB: 255, 255, 255



RGB: 0, 0, 0



RGB: 102, 141, 104



RGB: 242, 241, 239

BOTONES



TIPOGRAFÍA

Montserrat Semibold

ABCDEFGHIJKLMNÑO
PQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnñop
qrstuvwxyz
1234567890
.,;:-¿?i!°ª{}[]()/&%\$#@“

Montserrat Medium

ABCDEFGHIJKLMNÑO
PQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnñop
qrstuvwxyz
1234567890
.,;:-¿?i!°ª{}[]()/&%\$#@“

Montserrat Regular

ABCDEFGHIJKLMNÑO
PQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnñop
qrstuvwxyz
1234567890
.,;:-¿?i!°ª{}[]()/&%\$#@“

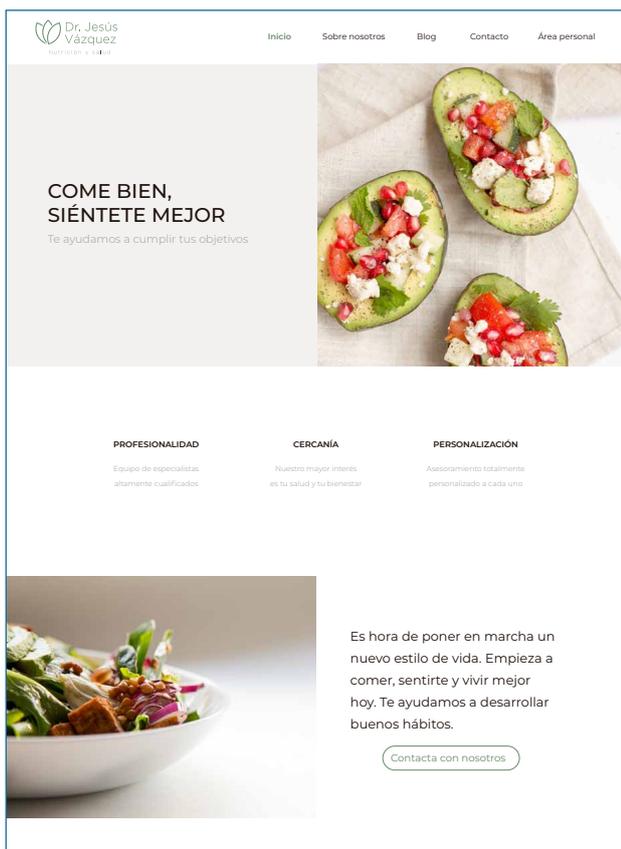
Montserrat Light

ABCDEFGHIJKLMNÑO
PQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnñop
qrstuvwxyz
1234567890
.,;:-¿?i!°ª{}[]()/&%\$#@“

Diseño web

Inicio

La página de inicio es la página principal que aparece cuando accedes a la web. También se puede acceder a ella clicando en el menú "Inicio" o clicando en el logotipo. Lo primero que vemos al entrar es una frase relacionada con la nutrición y una imagen la cual asociamos con alimentación sana. Conforme vamos bajando podemos ver distinta información acerca de la página y del centro. Desde la página de inicio también se puede acceder a algunas de las otras secciones del menú como a "contacto" y a algunas de las recetas del blog. También podemos ver algunos de los comentarios de pacientes de las reseñas de Google y al final del todo encontramos el footer con la información de contacto y las diferentes direcciones. Este aparece en todas las páginas.



Diseño web

Sobre nosotros

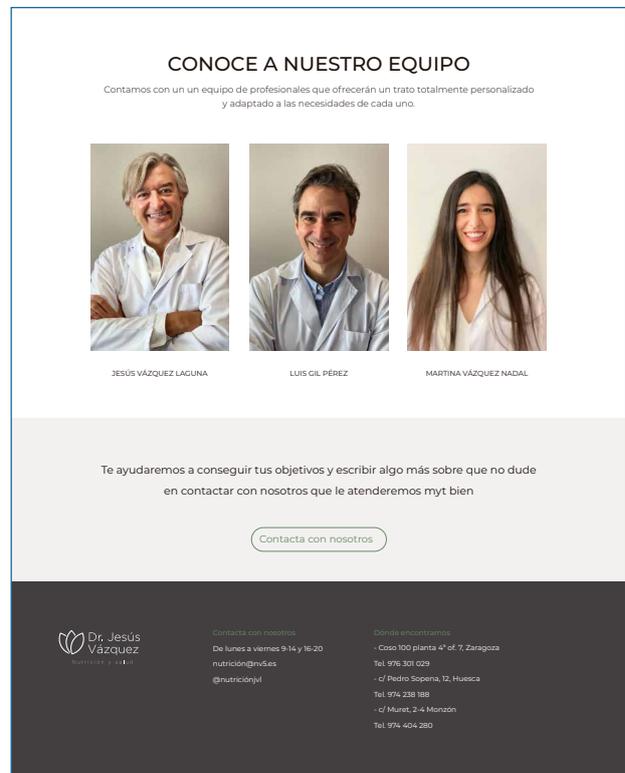
En esta página podemos encontrar la información sobre la empresa, sobre quién son, como trabajan y presentan al equipo de nutricionistas. Es una página únicamente informativa. Desde esta página también se puede acceder a “contacto” aunque aparezca también en el menú de cabecera.



The screenshot shows the top navigation menu with links: Inicio, Sobre nosotros, Blog, Contacto, and Área personal. Below the menu is a hero image of blueberries in a bowl. The main heading is '¿QUIÉN SOMOS?' followed by a paragraph: 'Somos un pequeño equipo de profesionales cuya filosofía se basa en lograr que el paciente llegue a disfrutar de hacer dieta, que lo más importante sea conseguir encontrarse cada vez mejor tanto física como psicológicamente, sin agobiarse con las cifras del peso. Modificar los malos hábitos corrigiendo su ritmo de comidas, cantidades, tipo de alimentos, etc. Los consejos nutricionales deben ser una herramienta para que la persona logre un buen estado de salud y sea capaz de prevenir la aparición de futuras patologías.'



The screenshot shows the '¿CÓMO TRABAJAMOS?' section with a background image of a bowl of cereal. The text describes the process: 'En la primera consulta: Se realiza una historia clínica completa y detallada para conocer bien al paciente, su forma de vida, sus costumbres, sus objetivos. Siempre se solicita una analítica reciente. Una vez conocido su ritmo de vida se le dan las pautas nutricionales, se le recetan los posibles suplementos (vitaminas, minerales, oligoelementos, probióticos...) que el paciente necesite y se habla de la importancia del ejercicio. Revisiones: Se valora la evolución del paciente, si le ha resultado fácil realizarlo y se ve de este modo qué habría que cambiar si hiciese falta, siempre adaptándose a las necesidades de la persona. Mantenimiento: Siempre le dan mucha importancia al mantenimiento dado que los cambios que ha conseguido dar tiene que mantenerlos. Si vuelve a lo que hacía antes, volverá el problema. El saber que tiene una cita con su nutricionista para dentro de unos meses hace que siempre esté más alerta y se cuida más conforme se acerca la fecha'



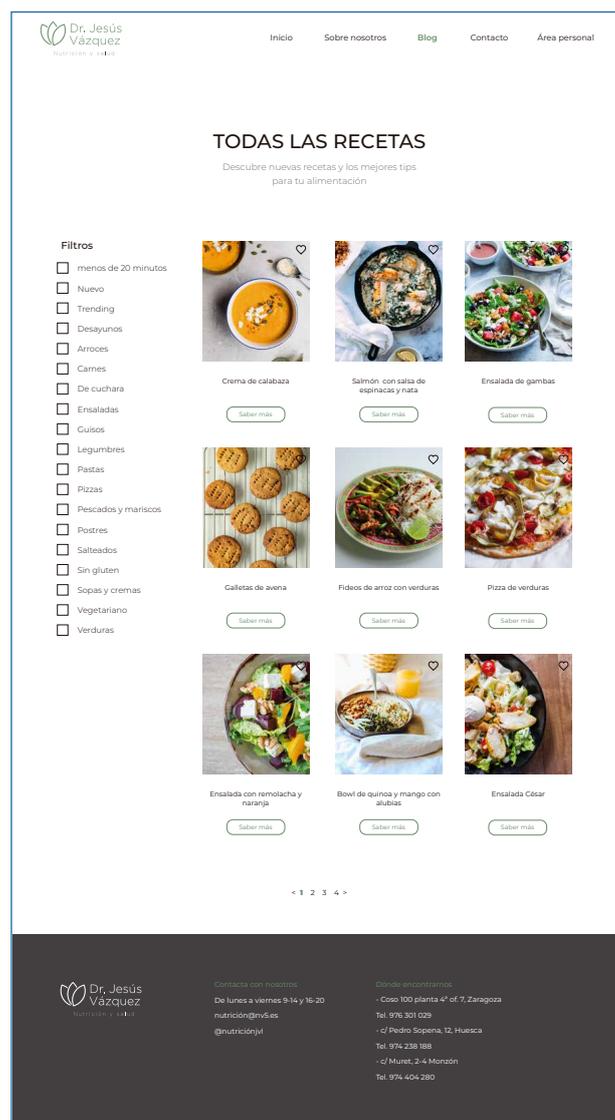
The screenshot shows the 'CONOCE A NUESTRO EQUIPO' section. It features three portraits of the team members: Jesús Vázquez Laguna, Luis Gil Pérez, and Martina Vázquez Nadal. Below the portraits are their names. The text above the portraits says: 'CONOCE A NUESTRO EQUIPO. Contamos con un equipo de profesionales que ofrecerán un trato totalmente personalizado y adaptado a las necesidades de cada uno.' Below the portraits is a call to action: 'Te ayudaremos a conseguir tus objetivos y escribir algo más sobre que no dude en contactar con nosotros que le atenderemos muy bien' and a button 'Contacta con nosotros'. At the bottom, there is contact information: 'Contacta con nosotros: De lunes a viernes 9-14 y 16-20, nutrición@mvías, @nutricionjvl. Donde encontramos: - C/so 100 planta 4ª of. 7, Zaragoza, Tel. 976 301 029, - C/ Pedro Sopena, 12, Huesca, Tel. 974 238 188, - C/ Muret, 2-4 Monzón, Tel. 974 404 280.'

Diseño web

Blog

En cuanto al blog vemos que ofrece una gran variedad de recetas distribuidas en varias páginas. Para facilitar la búsqueda al usuario de la receta deseada encontramos una serie de filtros en la parte de la izquierda. Al clicar uno de los filtros se filtra directamente sin tener que clicar ningún botón de aplicar filtros. Para eliminar el filtro simplemente hay que volver a clicar en esa misma casilla o en otro filtro diferente.

Podemos observar que en la esquina superior derecha de cada imagen vemos un corazón. Esto sirve para poder guardar las recetas en el área personal. Al clicar en el corazón este se muestra de color rojo que significará que está guardada. Para eliminarla de nuestra lista simplemente habrá que volver a clicar.



Diseño web

Receta

Al entrar en una de las recetas nos encontramos con esta página en la que explica paso a paso el procedimiento que se debe llevar. Al lado de la imagen vemos los ingredientes en forma de listado con el cual se puede interactuar: al clicar uno de los ingredientes este se queda tachado. De esta manera te facilita la preparación para no perderte en ningún momento. Al lado del título de ingredientes también podemos ver un pequeño filtro de la cantidad de personas que van a comer. Al cambiar en número de personas cambian las cantidades de los ingredientes. En la parte inferior vemos un cuestionario en el que puedes comentar tu experiencia con la preparación de la receta.

Dr. Jesús Vázquez
NUTRICIÓN Y SALUD

Inicio Sobre nosotros Blog Contacto Área personal



CREMA DE CALABAZA

Ingredientes x2 x3

- 1 cucharada de aceite de oliva virgen extra (opcional)
- 4 dientes de ajo, troceados
- ~~1 calabaza~~
- 1 kilo de calabaza (2 libras), pelada y troceada
- 2 tazas de caldo de verduras (500 ml)
- 1 taza de leche de coco de lata (250 ml), puedes usar cualquier tipo de leche vegetal
- 1/2 cucharadita de sal
- 1/4 cucharadita de pimienta negra molida

Instrucciones

- Calienta el aceite en una olla y echa el ajo y la cebolla. Cocina a fuego medio-alto hasta que empiecen a dorarse.
- Echa la calabaza y cocina durante unos 2-3 minutos, removiendo de vez en cuando.
- Añade el resto de ingredientes y cuando rompa a hervir cocina fuego medio-alto durante unos 15 minutos o hasta que la calabaza esté tierna.
- Bate con una batidora de vaso o una batidora de mano.
- Sirve inmediatamente. A mí me gusta servirlo con perejil fresco picado, leche de coco, semillas de calabaza tostadas y pimienta negra, además de acompañarla con sésame, tempah o bacon de tempah troceado por encima.
- Cuanta las sobras en la nevera en un recipiente hermético durante 5-7 días o en el congelador por unos 3 meses. Te recomiendo que la congeles en porciones individuales. Para descongelar, déjala en la nevera un día antes de comerla y recaléntala en el microondas o en un cazo a fuego medio.

Deja tu comentario

Dr. Jesús Vázquez
NUTRICIÓN Y SALUD

Contacta con nosotros
De lunes a viernes 9-14 y 16-20
nutrición@jv.es
@nutriciónjv

Desde dónde estamos
-C/so 100 planta 4ª of. 7, Zaragoza
Tel: 976 301 029
-c/ Pedro Sopena, 12, Huesca
Tel: 974 238 188
-c/ Muret, 2-4, Morzón
Tel: 974 404 280

Diseño web

Contacto

La página de contacto únicamente contiene la información esencial que es la manera en la que puedes contactar con ellos para pedir cita o para cualquier información. Encontramos el teléfono y el correo electrónico de una manera muy visible. Da la opción de que solicites una cita tanto presencial como online.



Diseño web

Área personal

Esta es la página del área privada del cliente. Solo pueden acceder los clientes que han sido registrados por el nutricionista en la consulta. De este modo el nutricionista puede explicar al paciente cómo acceder y para qué le puede servir. A continuación vemos las distintas pantallas que tiene esta sección. La primera de todas es la página de acceso en la que hay que introducir el correo electrónico y la contraseña que se le ha asignado. Si ha perdido la contraseña o no se acuerda se podrá solicitar una nueva clicando en “¿olvidaste la contraseña?”.

La siguiente página que vemos es la del historial en la que el cliente puede ir viendo su evolución desde que empezó a asistir a la clínica y descargar la dieta que se le asignó en la última cita. Está clasificado por fechas para poder hacer bien el seguimiento.

The screenshot shows the 'MI CUENTA' (My Account) login page. At the top, there is a navigation menu with links for 'Inicio', 'Sobre nosotros', 'Blog', 'Contacto', and 'Área personal'. The main heading is 'MI CUENTA'. Below it, there are two input fields: 'Correo electrónico*' and 'Contraseña*'. A checkbox labeled 'Recuérdame' is followed by the text '¿Olvidaste la contraseña?'. At the bottom of the form is an 'Acceder' button. The footer contains contact information for Dr. Jesús Vázquez, including phone numbers and addresses in Zaragoza, Huesca, and Monzón.

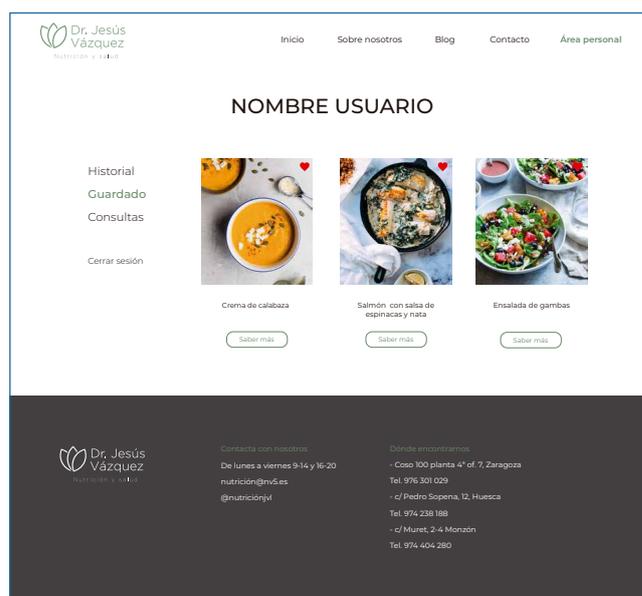
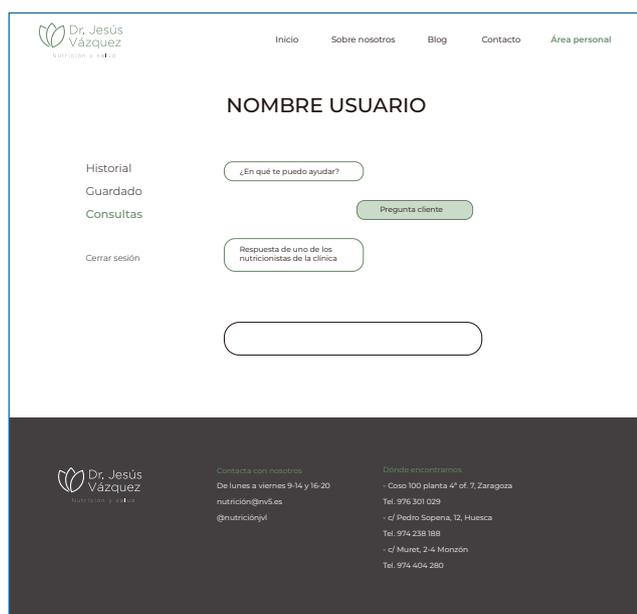
The screenshot shows the 'NOMBRE USUARIO' (User Name) history page. The navigation menu is the same as in the previous page. The main heading is 'NOMBRE USUARIO'. On the left, there are links for 'Historial', 'Guardado', 'Consultas', and 'Cerrar sesión'. The main content area shows a list of dates with expandable arrows: '> 26 de abril 2021', '> 10 de mayo 2021', '> 31 de mayo 2021', and 'V 21 de junio 2021'. Below this, there are statistics: 'PESO ACTUAL: 92', 'CITA: 4', and 'VARIACIÓN: 6'. At the bottom, there is a 'Descargar dieta' link. The footer is identical to the previous page.

Diseño web

Área personal

La siguiente sección dentro del área personal es la de “Guardado” en la que se archivan las recetas que le han gustado al cliente. De esta manera puede ir creando su propio recetario y no tener que hacer memoria de las recetas que tenía pendientes de probar.

Por último vemos el apartado de “Consultas” en que si te surge alguna duda puedes ponerte en contacto con los nutricionistas a través de un chat y no tener que ir al correo para preguntar. Los nutricionistas intentarán responder a las preguntas con la mayor brevedad posible.



Test de usuarios y cambios

Para poder realizar la prueba de usuario se ha creado un prototipo de la web con la aplicación de Invision, introduciendo todas las pantallas que se han creado con InDesign y personalizando la interacción.

La prueba de usuario se realizó a cuatro personas de perfiles totalmente diferentes y con distintos niveles de conocimientos tecnológicos ya que todos ellos podrían ser usuarios que más adelante accederán a esta web. De esta manera se han obtenido diferentes datos de fallos que se deben cambiar y comentarios de los mismos usuarios que también han servido de ayuda para poder mejorar la interacción con la web.

Tareas a realizar:

1. Buscar la receta de crema de calabaza utilizando los filtros.
2. Eliminar una receta guardada del área personal.
3. Preguntar una duda a los nutricionistas.

Primer usuario	Segundo usuario	Tercer usuario	Cuarto usuario
Marta 24 años Arquitecta	Fabiola 16 años Estudiante	Piluca 53 años Profesora	Begoña 60 años Enfermera
Nivel de contacto con las tecnologías: Alto Duración de la prueba: 5 mins	Nivel de contacto con las tecnologías: Alto Duración de la prueba: 4 mins	Nivel de contacto con las tecnologías: Medio Duración de la prueba: 8 mins	Nivel de contacto con las tecnologías: Bajo Duración de la prueba: 12 mins

CONCLUSIONES Y CAMBIOS

- En la primera tarea los cuatro usuarios pensaban durante más rato de lo esperado dónde estaban las recetas. Los dos más mayores han buscado en la página de inicio y al ver que había alguna receta pero no había filtros han seguido buscando.

Un cambio que se podría hacer para facilitar la búsqueda es **cambiar el nombre** en el menú de cabecera y llamarle **“Recetas” en vez de “Blog”**. Otro cambio que podría funcionar es que en la página de inicio, al llegar al punto donde hay tres recetas, se pueda acceder desde ahí no solo a las recetas que aparecen ahí sino a la página de todas las recetas.

- En la segunda tarea prácticamente no ha habido ningún problema. Los tres usuarios han accedido directamente al área personal, se han identificado y han accedido a recetas para poder eliminar una de ellas.

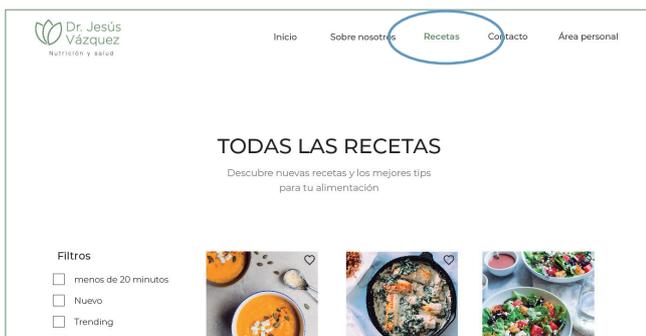
- En la tercera tarea vuelve a haber algún problema ya que todos los usuarios accedieron a contacta. En este caso tendría que haber especificado que lo hicieran a través del área personal pero de esta manera se vio que si no eras cliente la única manera de pedir información era llamando por teléfono o enviando un correo electrónico. Un posible cambio que se vio fue **añadir un cuestionario de solicitud de información en la página de contacta.**

- Uno de los usuarios preguntó que como se solicitaba una cita online por lo que se vio que tendría que estar explicado en algún lado aunque al llamar para pedir la cita den toda la información. Por lo tanto otro cambio es **añadir una sección más en la cabecera llamada “Consulta online”** en la que se explique paso por paso cómo pedir y cómo se realiza una consulta online.

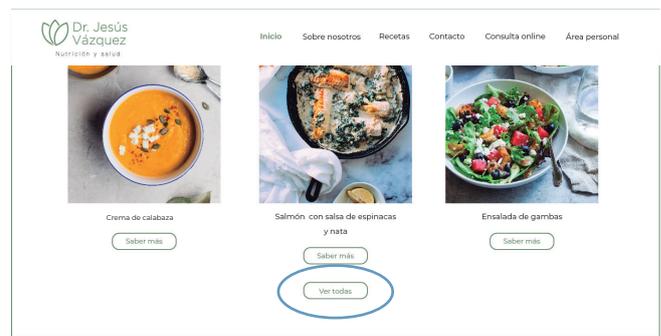
Tras los cambios se ha vuelto a realizar el prototipo:

<https://iciar763639.invisionapp.com/console/share/TM37JLB6YW>

Cambio de nombre de blog a recetas



Acceso a recetas en la página de inicio



Cuestionario de contacto



Nueva sección “Consultas online”



Implementación web

Para el desarrollo real del sitio web se ha decidido realizar con la aplicación software de **WordPress**. WordPress es un sistema de gestión de contenidos que permite crear blogs y páginas web. Es un buen sistema para webs que se actualizan constantemente y que van añadiendo contenido a menudo.

WordPress tiene la ventaja de disponer de un sistema de plugins que extiende sus capacidades. Para facilitar y mejorar el desarrollo de la web se han instalado algunos de estos **plugins**:

Elementor

Elementor sirve para diseñar y gestionar sitios web de manera sencilla con el sistema de arrastrar y soltar elementos.

Contact Form 7

Este plugin nos sirve para poder crear formularios personalizados de manera rápida y eficiente. De esta manera se puede tener una forma de comunicación con los usuarios en nuestra página de Wordpress.

CoBlocks

El plugin CoBlocks contiene una gran cantidad de bloques de contenido para construir páginas. Gracias a ellos en varias ocasiones se han buscado y aplicado bloques lo más similares posibles al diseño que se ha realizado previamente en InDesign para el diseño visual de la web.

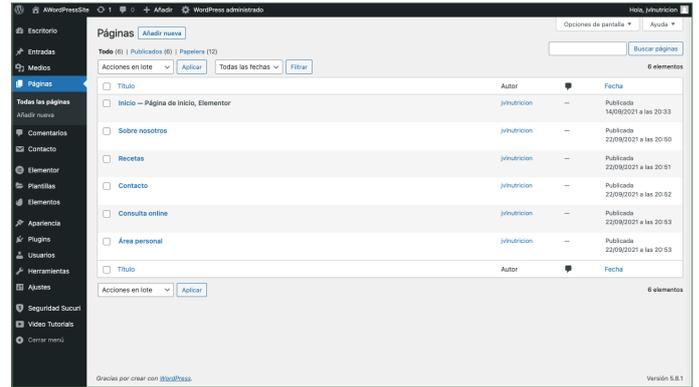
Implementación web

A continuación se mostrará un resumen del proceso que se se ha llevado a cabo para el desarrollo en WordPress:

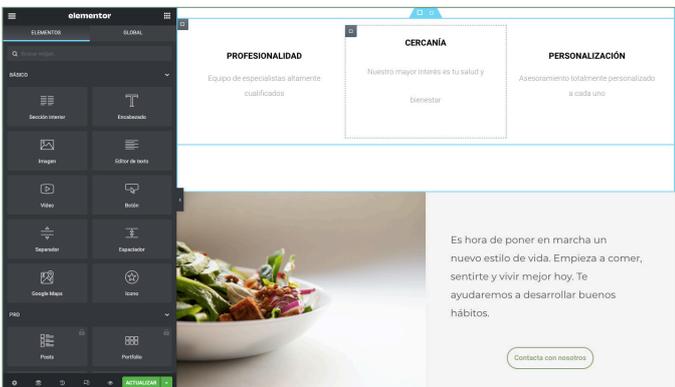
1. Configuración encabezado con menú principal



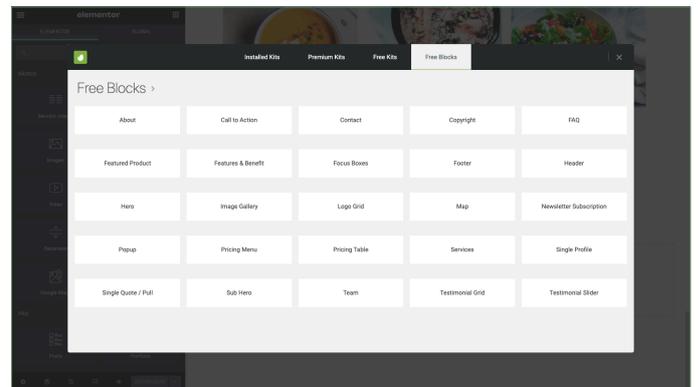
2. Administración de las páginas de la web



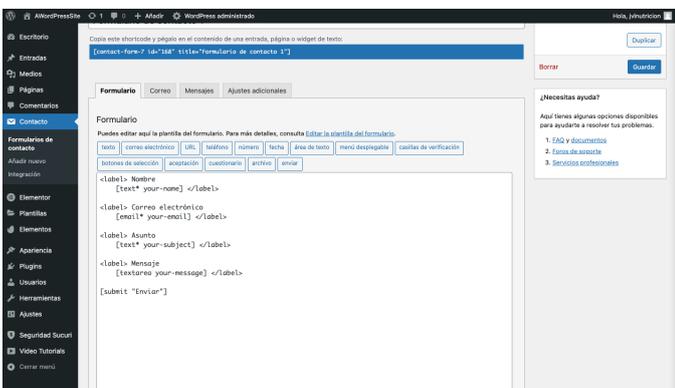
3. Uso de elementor para colocar y gestionar los elementos de la página



4. Uso de CoBlocks para utilizar bloques similares al diseño que se realizó en el prototipo



5. Crear formulario de contacto



Conclusiones del proyecto

- Finalmente se han logrado cumplir todas las fases que se propusieron al principio del proyecto correctamente
- Con este proyecto he podido trabajar en un área que desconocía, la nutrición, que me ha ayudado a investigar a fondo como trabajan este tipo de empresas.
- Gracias a este proyecto he podido poner en práctica varias de las áreas aprendidas durante el grado de Ingeniería de Diseño Industrial y Desarrollo del producto como diseño gráfico, interacción usuario-producto y diseño de servicios.
- Ha sido un reto personal además de una satisfacción el poder haber realizado el proyecto para una empresa real para que puedan utilizarlo en un futuro próximo. Gracias a este proyecto se introducen en el mundo online y gracias a ello les resultará más fácil darse a conocer y conseguir más clientela.

Webgrafía

ANÁLISIS CENTROS DE NUTRICIÓN

- <https://dietynut.com>
- <https://menjasa.es>
- <https://nutandhealth.com>
- <https://realfooding.com>
- <https://laurajorgenutricion.com>
- <https://clinicadenutricionmadrid.es>
- <https://www.tunutricionclinica.com>
- <https://dinut.es>
- <https://reverde.es>
- <https://centroparody.com>
- <https://www.nutrendo.es>

INVESTIGACIÓN Y APRENDIZAJE

- <https://www.iebschool.com/blog/herramientas-prototipado-analitica-usabilidad/>
- <https://www.hostinger.es/tutoriales/mejores-plugins-wordpress/>
- <https://www.sleepydays.es/2016/07/8-pasos-presentar-una-marca-cliente.html>
- <https://www.socialmediamp.es/disenio-de-marca/>
- <https://romualdfons.com/tutorial-wordpress/>
- <https://tuwebdecero.com/elementor-page-builder-tutorial-espanol/>
- <https://www.hostinger.es/tutoriales/plugins-formulario-contacto-wordpress/>
- <https://ayudahosting.online/plugins-recetas-blogs-alimentos-wordpress/>

PROTOTIPADO E IMPLEMENTACIÓN WEB

- <https://wordpress.com>
- <https://www.invisionapp.com>