



# CLÍNICA SERENTIS

DOCUMENTACIÓN DISEÑO WEB

Mercedes Tejada Porcel

# ÍNDICE

CLÍNICA SERENTIS

## INTRODUCCIÓN

- 01 Resumen del proyecto
- 02 Datos de la empresa
- 03 Identidad de marca y logotipo

## DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO

- 01 Necesidades del cliente
- 02 Objetivos y alcance
- 03 Análisis cliente específico
- 04 Análisis del competidor
- 05 Estructura y temporalización
- 06 Presupuesto

## PLANTEAMIENTO VISUAL

- 01 Bocetos
- 02 Wireframe
- 03 Paleta de color
- 04 Tipografía
- 05 Menú y mapa de navegación
- 06 Maqueta visual

## DESARROLLO

- 01 Barra de navegación y footer
- 02 Inicio
- 03 La clínica
- 04 Tratamientos
- 05 Tratamiento
- 06 Pedir cita

## PRUEBAS

- 01 Accesibilidad
- 02 Usabilidad



# RESUMEN DEL PROYECTO

El proyecto de diseño web para *Clínica Serentis* tiene como objetivo principal crear una **presencia en línea** que refleje los valores de la clínica, centrados en la calma, la salud, la belleza natural y el bienestar.

En los siguientes apartados se explicarán en profundidad las cuestiones más importantes a la hora de llevar a cabo el desarrollo del proyecto.

# DATOS DE LA EMPRESA

Clínica basada en el cuidado de la piel y la salud dermatológica. Ofrecen a los pacientes una experiencia única y tranquilizadora junto a los tratamientos dermatológicos más avanzados y efectivos disponibles en la actualidad.

## TAMAÑO Y UBICACIÓN

Empresa mediana con una creciente red de clínicas ubicadas estratégicamente en Granada, Málaga y Madrid.

## DATOS DE CONTACTO

Nombre: Violeta Pérez Marín  
Móvil: +34 123 456 789  
Tlf oficina: +34 987 654 321  
Mail: [ana.miro@serentisweb.com](mailto:ana.miro@serentisweb.com)

## PERSONA FÍSICA O MORAL

Empresa/persona moral.

# IDENTIDAD DE MARCA

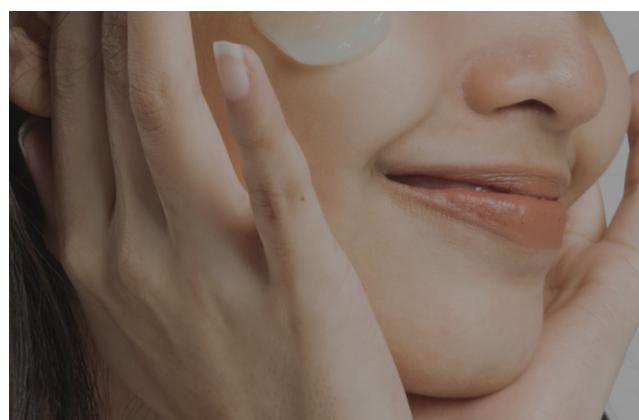
La identidad de la marca se caracteriza por su *simplicidad* y *serenidad*. La marca transmite un profundo cuidado hacia los pacientes, reflejado en la atención médica de alta calidad y en un enfoque en realzar la belleza natural de la piel.

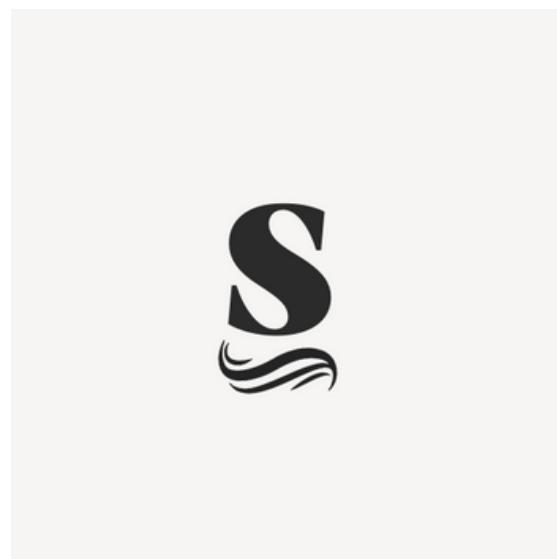
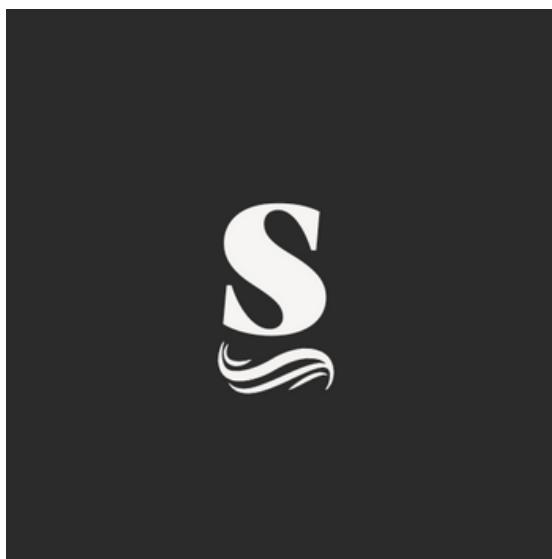
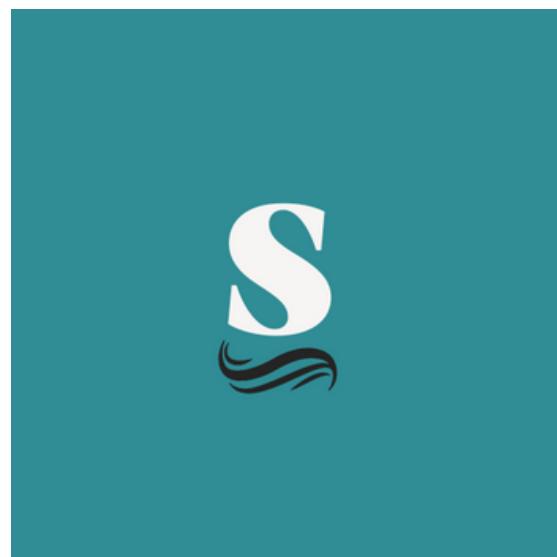
## VALORES DE LA MARCA

- Simplicidad, minimalismo: Atención médica clara, simple y especializada.
- Calma: Tratamientos especializados en conseguir serenidad mental, física y cutánea para rejuvenecer y cuidar la piel.
- Profesionalismo: Altos estándares de atención médica y servicio al paciente. Gran compromiso con la calidad.
- Cuidado y confianza: Atención genuina, transparente y dedicada.

## FILOSOFÍA DE LA MARCA

La filosofía de marca de Serentis Dermatología se basa en tres pilares fundamentales: *Calma*, *Belleza Natural* y *Bienestar*.





# NECESIDADES DEL CLIENTE

Para el cliente, es importante conseguir una importante presencia online con la que atraer a personas que elijan sus servicios. Debe ser sencillo acceder a la información sobre los servicios que presta la clínica. Además, quiere acercar al público sus valores y filosofía.

## POSIBLES IDEAS

- Diseño simple, natural y profesional.
- Sección con tratamientos y servicios de la clínica.
- Se valora crear una sección con artículos relacionados con la dermatología y la belleza natural y con contenido educativo sobre salud física, mental y sobretodo cutánea.
- Galería de casos de éxito, testimonios y/o buenas valoraciones.
- Sección sobre los valores/filosofía y profesionales de la clínica para acercar la marca al público.

# OBJETIVOS Y ALCANCE

- Reforzar la identidad de marca.
- Conseguir que 6/10 personas que vienen a la clínica hayan visitado primero la página web.
- Atraer al público objetivo diverso en edades (20-50 años). Se busca aumentar la interacción de esta audiencia en, al menos, un 15%.

# ANÁLISIS CLIENTE ESPECÍFICO

## BUYER PERSONAS



### ALICIA SOLER

Alicia es una joven profesora de educación infantil de 32 años apasionada por la enseñanza. Sueña con ascender en su carrera y viajar por el mundo.

#### INFORMACIÓN PERSONAL

Edad: 32  
Sexo: Mujer  
Profesora Educación Infantil  
Estado Civil: Con pareja

#### PERSONALIDAD



#### INTERESES

Ecologismo, yoga, meditación, viajar, conocer otras culturas.

#### OBJETIVOS

- Promover la educación ambiental en su institución.
- Usar productos de autocuidado ecológicos y naturales.
- Viajar de manera sostenible y conocer diferentes culturas.

#### FRUSTACIONES

- Dificultades para encontrar tiempo para el autocuidado y realización "espiritual".
- Limitaciones financieras para viajar de manera sostenible y conocer otras culturas.

#### MARCAS FAVORITAS

Natura, marcas locales



### MARTA GARCÍA

Marta es una mujer de 45 años que disfruta cuidando su hogar. Se preocupa por mantener una piel saludable mientras se ocupa de su familia y sus pasatiempos.

#### INFORMACIÓN PERSONAL

Edad: 45  
Sexo: Mujer  
Profesión: Ama de casa  
Estado Civil: Casada

#### PERSONALIDAD



#### INTERESES

Cuidado de la piel, jardinería, cocina, familia, lectura.

#### OBJETIVOS

- Mejorar la apariencia de su piel a medida que envejece.
- Lograr un equilibrio entre su vida familiar y personal. Dedicarse más tiempo a sí misma.
- Aprender nuevas habilidades de jardinería y cocina

#### FRUSTACIONES

- Dificultades para encontrar tiempo para cuidar su piel adecuadamente.
- Conflictos familiares.
- Falta de tiempo para dedicarse a sus pasatiempos.

#### MARCAS FAVORITAS

Esteé Lauder, L'Occitane



### CARLA MARTÍNEZ

Carla es una estudiante de 22 años con un interés apasionado en la moda y el maquillaje y quiere combinar su amor por ellos con el cuidado de la piel.

#### INFORMACIÓN PERSONAL

Edad: 22  
Sexo: Mujer  
Estudiante de Marketing  
Estado Civil: Soltera

#### PERSONALIDAD



#### INTERESES

Marketing digital, moda, maquillaje, música.

#### OBJETIVOS

- Continuar sus estudios y graduarse próximamente
- Conseguir un trabajo estable y bien remunerado en su sector.
- Mantener una apariencia fresca y atractiva.

#### FRUSTACIONES

- Sentirse abrumada por las demandas académicas.
- Falta de tiempo para seguir una rutina de cuidado de la piel complicada.

#### MARCAS FAVORITAS

Sephora, MAC Cosmetics



### DANIEL LÓPEZ

Daniel es un farmacéutico de 28 años apasionado por la investigación. Quiere mantener su piel en buen estado y conocer productos cosméticos seguros.

#### INFORMACIÓN PERSONAL

Edad: 28  
Sexo: Hombre  
Graduado en Farmacia  
Estado Civil: Soltero

#### PERSONALIDAD



#### INTERESES

Investigación farmacéutica, deportes, tecnología.

#### OBJETIVOS

- Avanzar en su carrera farmacéutica.
- Mantener una piel saludable.
- Mantenerse sano y en forma y cuidar los productos y comida que consume a diario.

#### FRUSTACIONES

- Falta de información confiable sobre productos diarios.
- Responsabilidades laborales.
- Falta de opciones de cuidado de la piel para hombres.

#### MARCAS FAVORITAS

La Roche-Posay, Eucerin



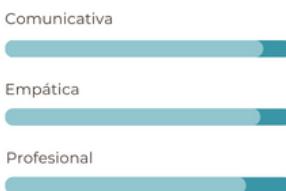
### MARÍA RODRÍGUEZ

María es una psicóloga de 29 años comprometida con sus pacientes. Algunas afecciones cutáneas la han llevado a buscar soluciones que le permitan cuidar su piel.

#### INFORMACIÓN PERSONAL

Edad: 29  
Sexo: Mujer  
Psicóloga  
Estado Civil: Pareja

#### PERSONALIDAD



#### INTERESES

Psicología, terapia, lectura, pintura

#### OBJETIVOS

- Mantener su piel en buen estado para sentirse más segura y saludable.
- Encontrar maneras de relajarse y desconectar del estrés emocional del trabajo.

#### FRUSTACIONES

- Preocupaciones por su piel sensible y algunas afecciones dermatológicas.
- El estrés y las demandas emocionales de su trabajo como psicóloga.

#### MARCAS FAVORITAS

Avène, Bioderma

# ANÁLISIS DEL COMPETIDOR

## BÚSQUEDA PROFUNDA

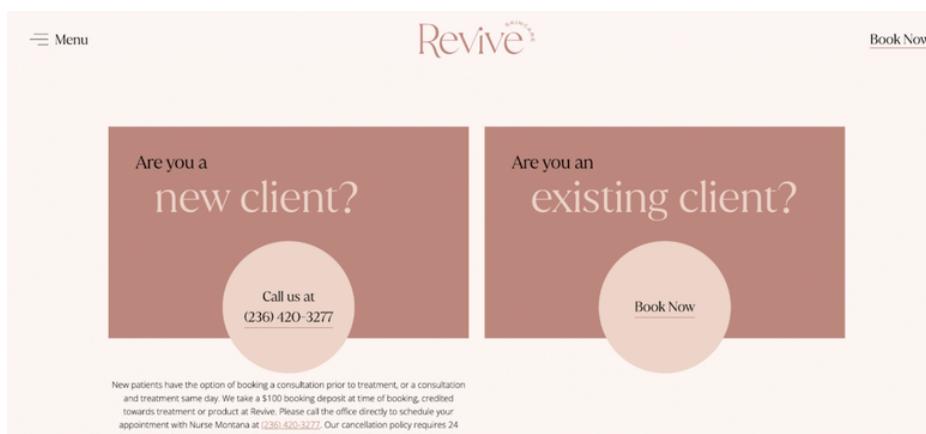
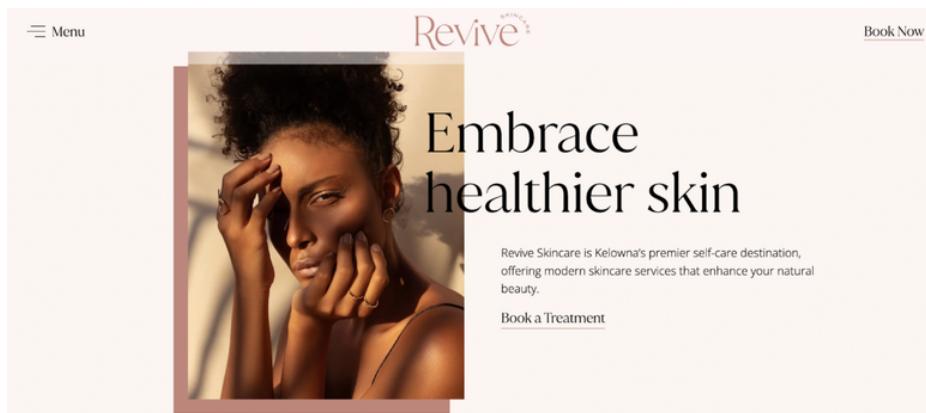
### SKIN HEALTH ALLIANCE

interesa que la página web sea muy minimalista, clara y con imágenes que añaden sensaciones “orgánicas”. Es interesante también el uso de un reloj que se ajuste a tu ubicación e informe del índice UV - hace la web mucho más personal para el usuario.

The screenshot shows the homepage of the Skin Health Alliance. At the top, there's a navigation bar with links: Skin knowledge, What we do, Our partners, Get accredited, and a dark button labeled #WeStandForSkin. Below the navigation is a large image of a woman with curly hair wearing a headband, with the text "We stand for skin." overlaid. To the right of this image are two cards: one orange card stating "85% of shoppers are more likely to use a product that has been medically reviewed for its skin safety science" and another green card showing a circular icon with "0-2" and location information ("Chana District, Spain", "32 °C", "UV Index: 1.11") along with a reminder to "Don't forget to **wear sunscreen** even on cloudy days". At the bottom, there's another section titled "What we do" featuring a person applying lotion to another person's back.

## REVIVE SKINCARE

Hay detalles que pueden ser útiles de esta página: un apartado dedicado a la reserva de citas (si eres nuevo cliente llamas, si eres antiguo cliente puedes reservar) y otro para suscribirte a la newsletter: así puedes recibir ofertas o información que te hagan sentir que, gratuitamente, ya eres una especie de cliente.



## TWO ISLANDS

Aunque es una página web de productos dermatológicos y no de una clínica, es estéticamente atractiva y puede servir de inspiración en cuanto a diseño minimalista y sencillo.

The image displays three vertical screenshots of the Two Islands website homepage, each featuring a large, high-quality photograph of a woman drinking from a glass.

- Screenshot 1:** The top screenshot shows a woman with blonde hair drinking from a clear plastic cup against a bright blue sky. The text "Glowy skin needs a good foundation" is prominently displayed in the center-left, with a call-to-action button "Shop Now".
- Screenshot 2:** The middle screenshot shows the same woman drinking from a clear plastic cup. The text "Wellbeing starts with well doing." is centered, followed by a descriptive paragraph about the brand's mission to empower users to take control of their wellness. A "Learn more" button is present.
- Screenshot 3:** The bottom screenshot shows a woman with dark hair drinking from a red-tinted glass. The text "Your skin will drink it in" is centered, followed by a detailed description of the Skin Hydration Elixir product. Below the text are small buttons for "Skin", "Hair", "Nails", and "Corrects Hyperpigmentation".

# ESTRUCTURA Y TEMPORALIZACIÓN

El proyecto comienza el 24 de Septiembre 2023 y se calcula que terminará a mediados del mes de Marzo de 2024. Por tanto, el desarrollo de esta idea durará medio año, aproximadamente.

## DIAGRAMA DE GANTT

Se estima que, en total, se le dedicarán al proyecto alrededor de unas 745 horas. En el diagrama de Gantt que se muestra en la página siguiente se muestran la fecha de inicio y finalización estimadas para cada una de las partes del desarrollo de la página web.

The Gantt chart illustrates the timeline for various project tasks. The x-axis represents dates from October 2023 to March 2024. The y-axis lists the tasks. Most tasks are represented by blue bars, while 'Pruebas' has a red bar.

Nombre	Duración	Inicio	Terminado
Reunión	1 day	25/09/23 8:00	25/09/23 17:00
Objetivo	3 days	25/09/23 8:00	27/09/23 17:00
Investigación	3 days	27/09/23 8:00	29/09/23 17:00
Boceto	5 days	2/10/23 8:00	6/10/23 17:00
Wireframe	7 days	9/10/23 8:00	17/10/23 17:00
Color/Tipografía	5 days	18/10/23 8:00	24/10/23 17:00
Mockup	10 days	25/10/23 8:00	7/11/23 17:00
Prototipo	12 days	8/11/23 8:00	23/11/23 17:00
Conf. herramientas	7 days	27/11/23 8:00	5/12/23 17:00
Codf HTML	40 days	7/12/23 8:00	31/01/24 17:00
Estilos	40 days	7/12/23 8:00	31/01/24 17:00
Multimedia	5 days	20/01/24 8:00	26/01/24 17:00
Prog JS	30 days	30/01/24 8:00	11/03/24 17:00
Pruebas	5 days	12/03/24 8:00	18/03/24 17:00

# PRESUPUESTO

El desarrollo de este proyecto requiere gran personalización y una atención meticulosa a los detalles en el diseño, programación y control de calidad.

## PRESUPUESTO INICIAL

CONCEPTO	PRECIO	TOTAL
DISEÑO+DESARROLLO WEB	3852,8€	3852,8€
PRUEBAS+CONTROL DE CALIDAD	302,4€	4155,2€
RECURSOS DE STOCK	100€	4255,2€
HOSPEDAJE Y DOMINIO ANUAL	100 €	4355,2€
	<b>SUBTOTAL</b>	4355,2€
	<b>IVA</b>	911,5€
	<b>TOTAL</b>	<b>5.266,7€</b>

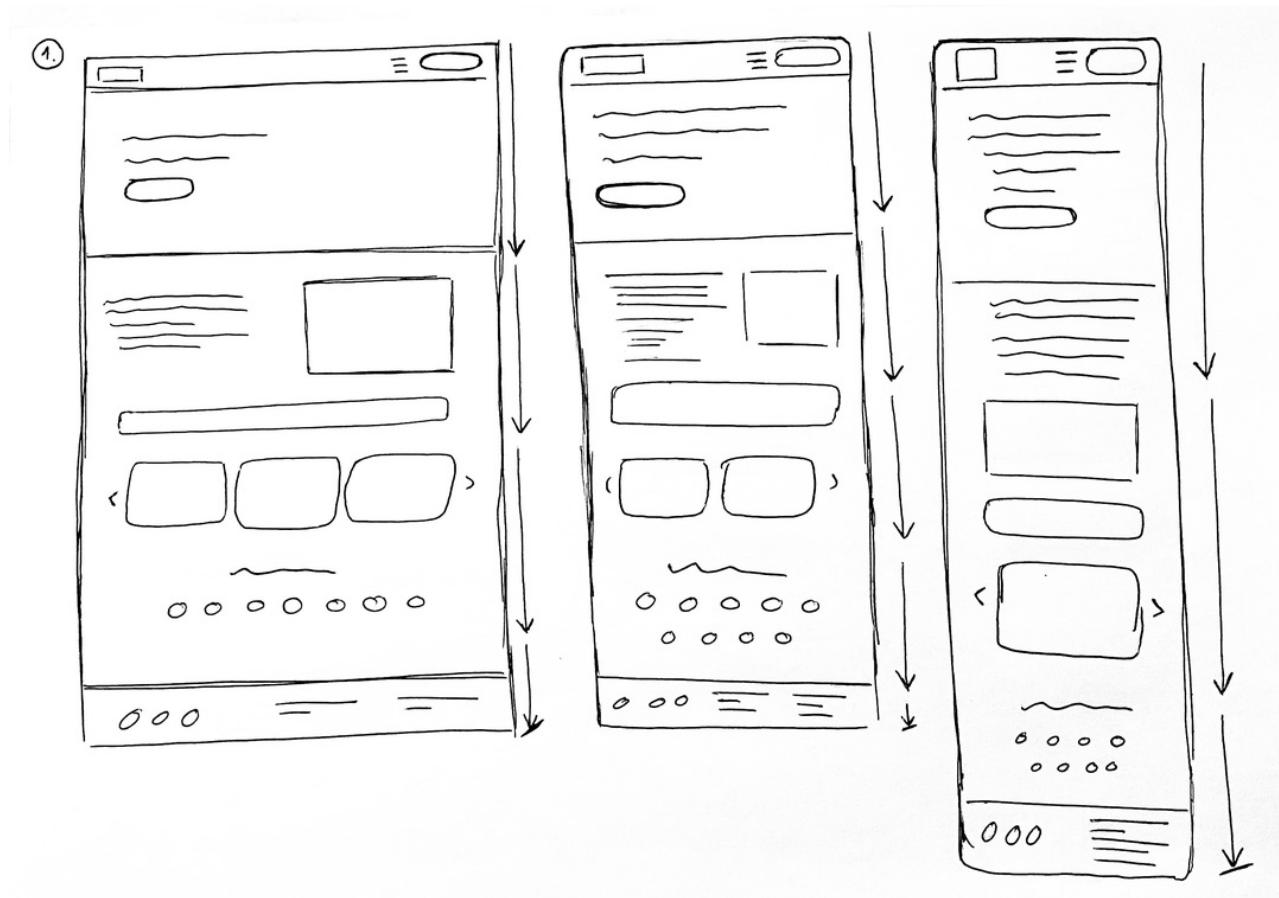
## INFORMACIÓN DE INTERÉS

- El proyecto se realizará de 8:00 a 14:00 de lunes a viernes.
- Cualquier cambio sustancial en el alcance del proyecto puede generar costos adicionales.
- El cliente puede contactar en cualquier momento para realizar consultas o pedir aclaraciones.
- No se incluye mantenimiento posterior al desarrollo en este presupuesto. Puede solicitarse por separado y se abonará el precio necesario.

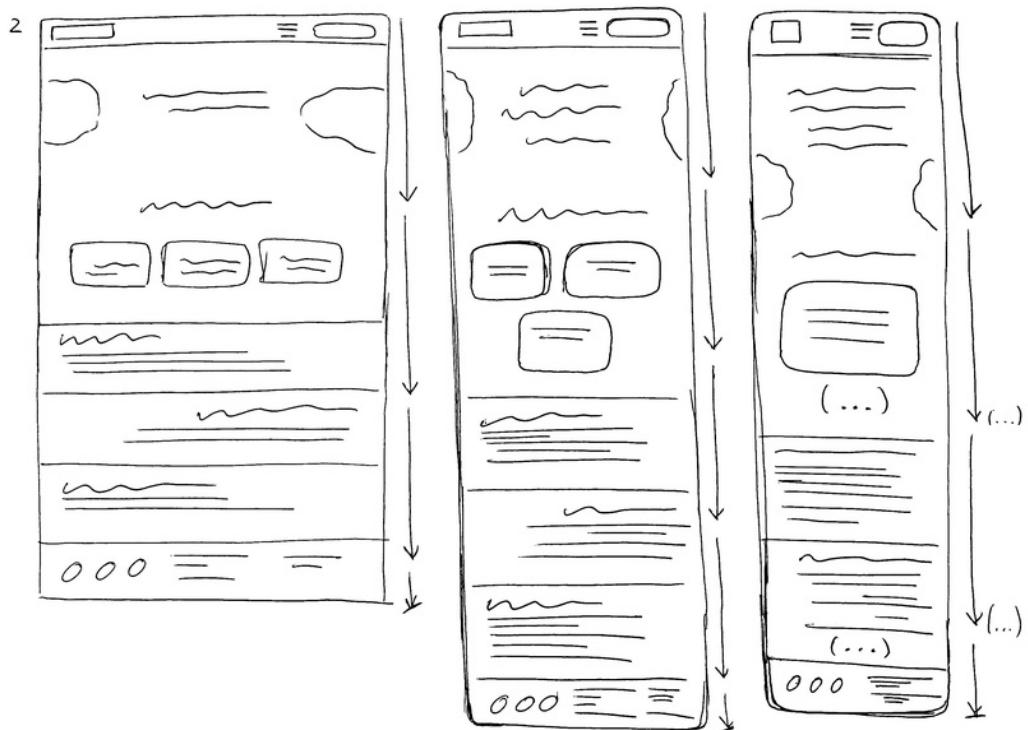
# BOCETOS

En las siguientes imágenes se presentan unos bocetos como primera propuesta del diseño de la página web. Los formatos (ordenador, tableta y móvil) se muestran siempre en dicho orden. Asimismo, el footer y la barra de navegación se encuentran en todas las páginas.

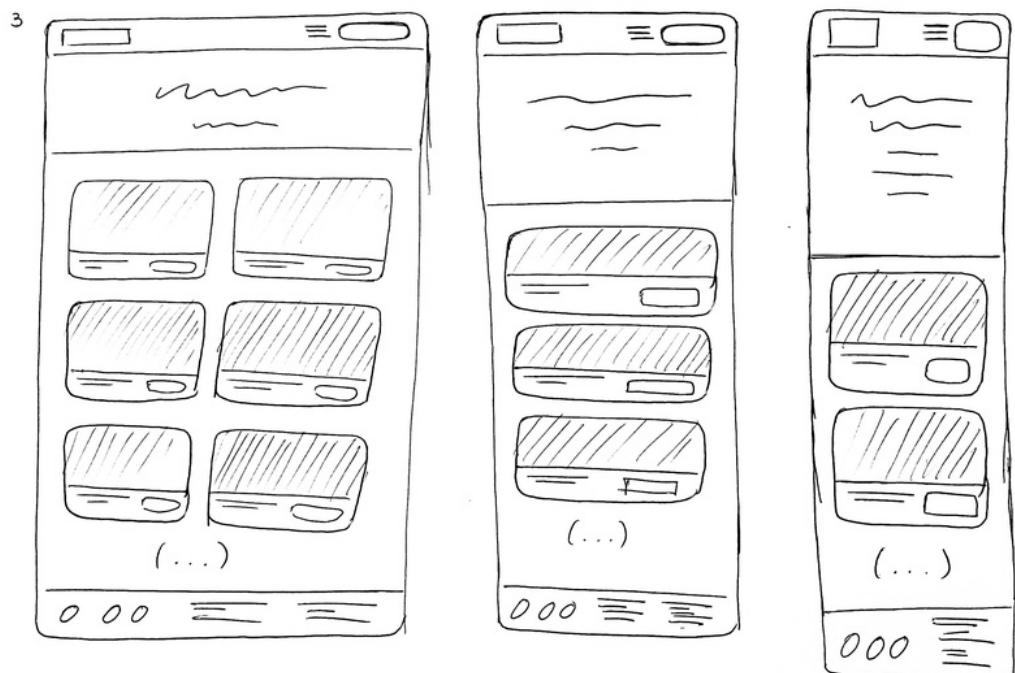
## PÁGINA PRINCIPAL



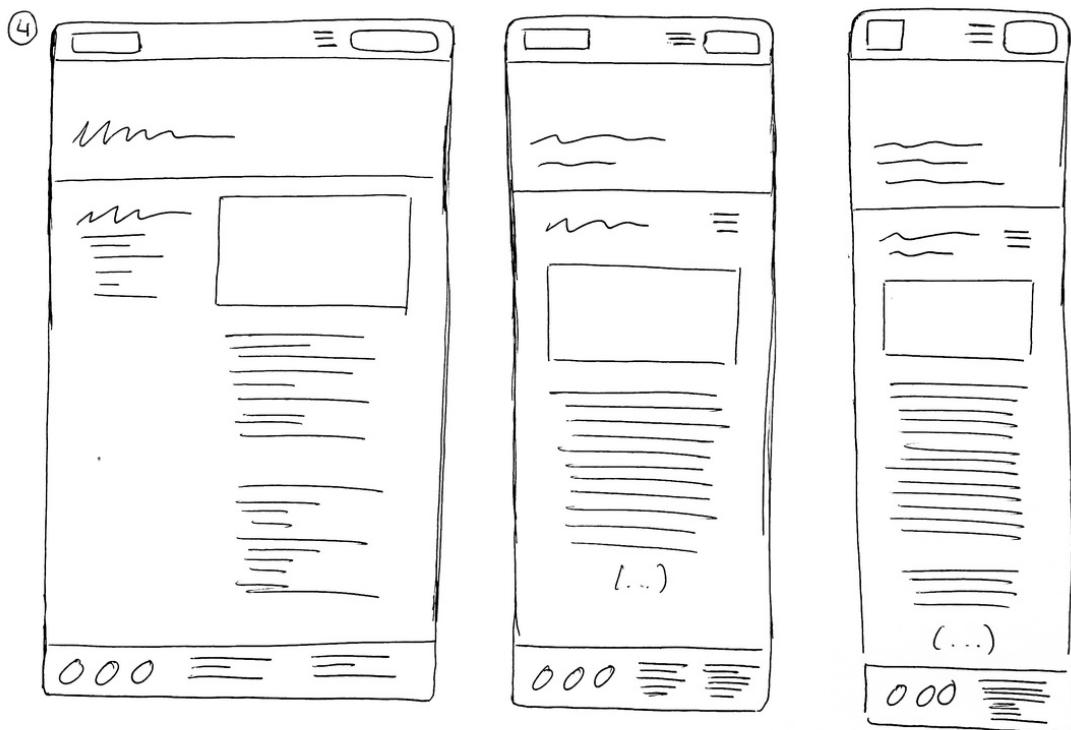
## SOBRE NOSOTROS / QUIÉNES SOMOS



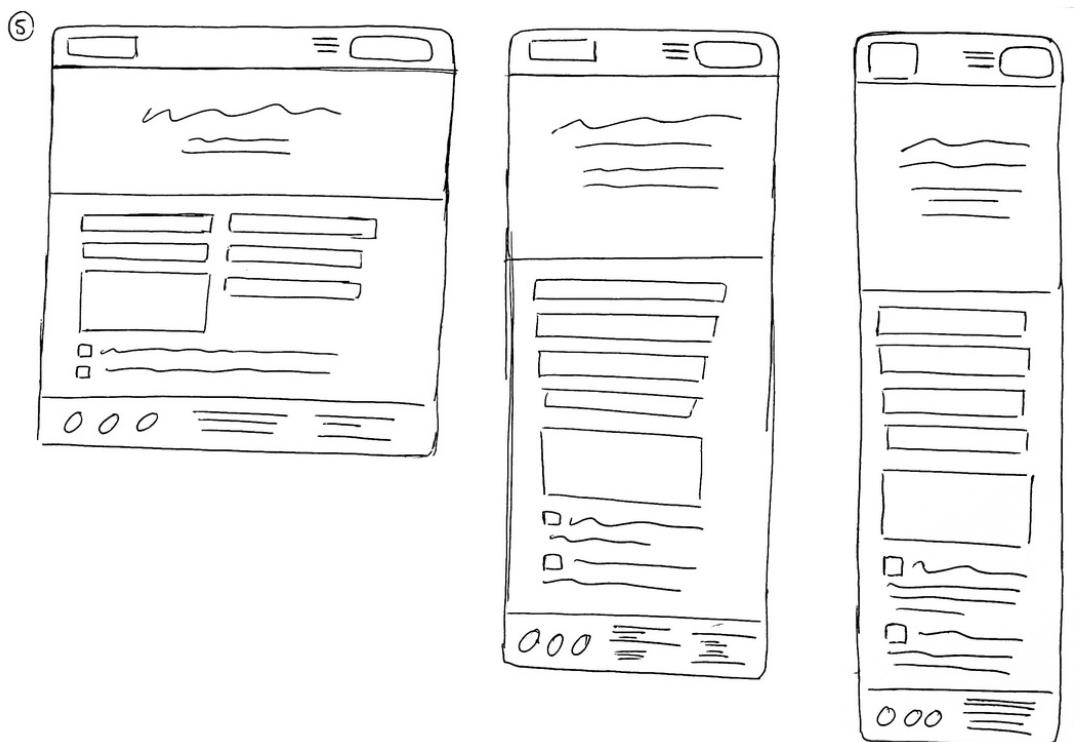
## TRATAMIENTOS



## ENTRADAS TRATAMIENTOS



## CITA PREVIA



# ESQUEMAS VISUALES

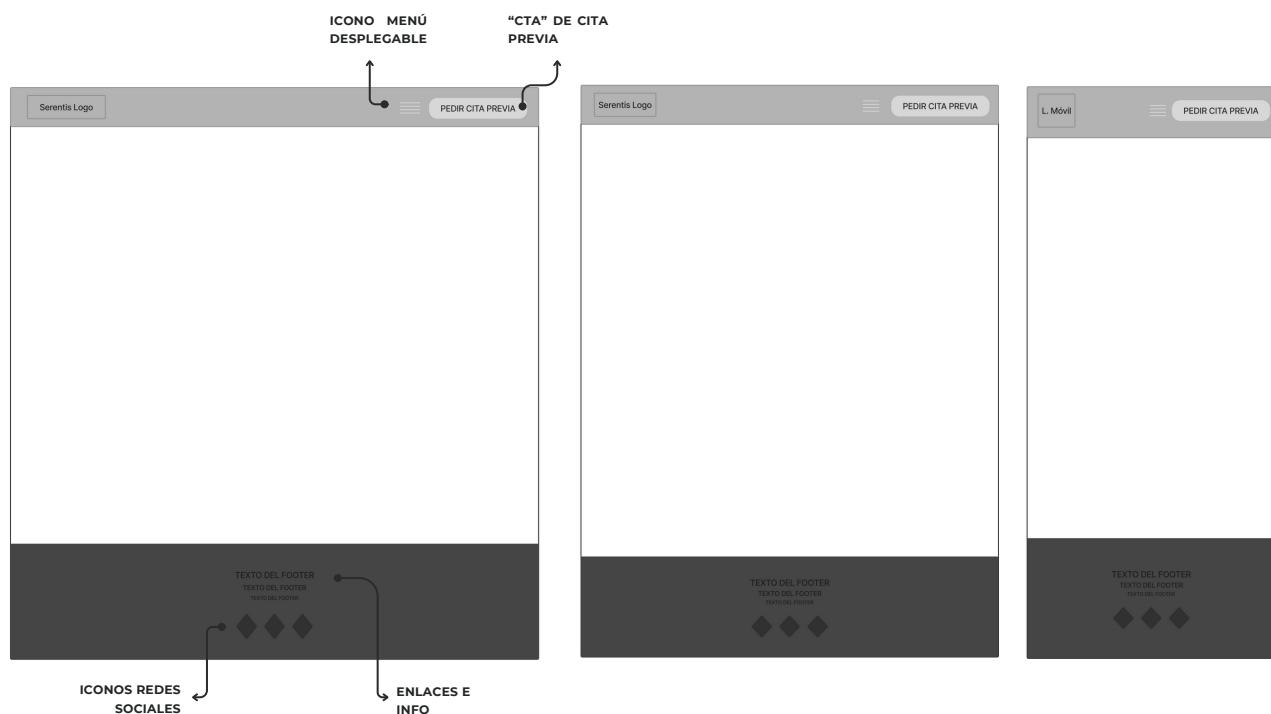
A continuación, se presentan los esquemas visuales del diseño de la web. Los formatos (ordenador, tableta, móvil) se muestran siempre en dicho orden.

## BARRA DE NAVEGACIÓN Y PIE DE PÁGINA

Esta es la plantilla “base” de los esquemas. Muestra tanto la barra de navegación como el pie de página. Ambos se repetirán a lo largo de todas las secciones.

En la barra de navegación, el usuario visualizará el logo de la clínica y podrá interactuar con dos botones. El primero desplegará un menú donde seleccionar la sección a la que desea ser acceder. El segundo llevará directamente al usuario al formulario de cita previa.

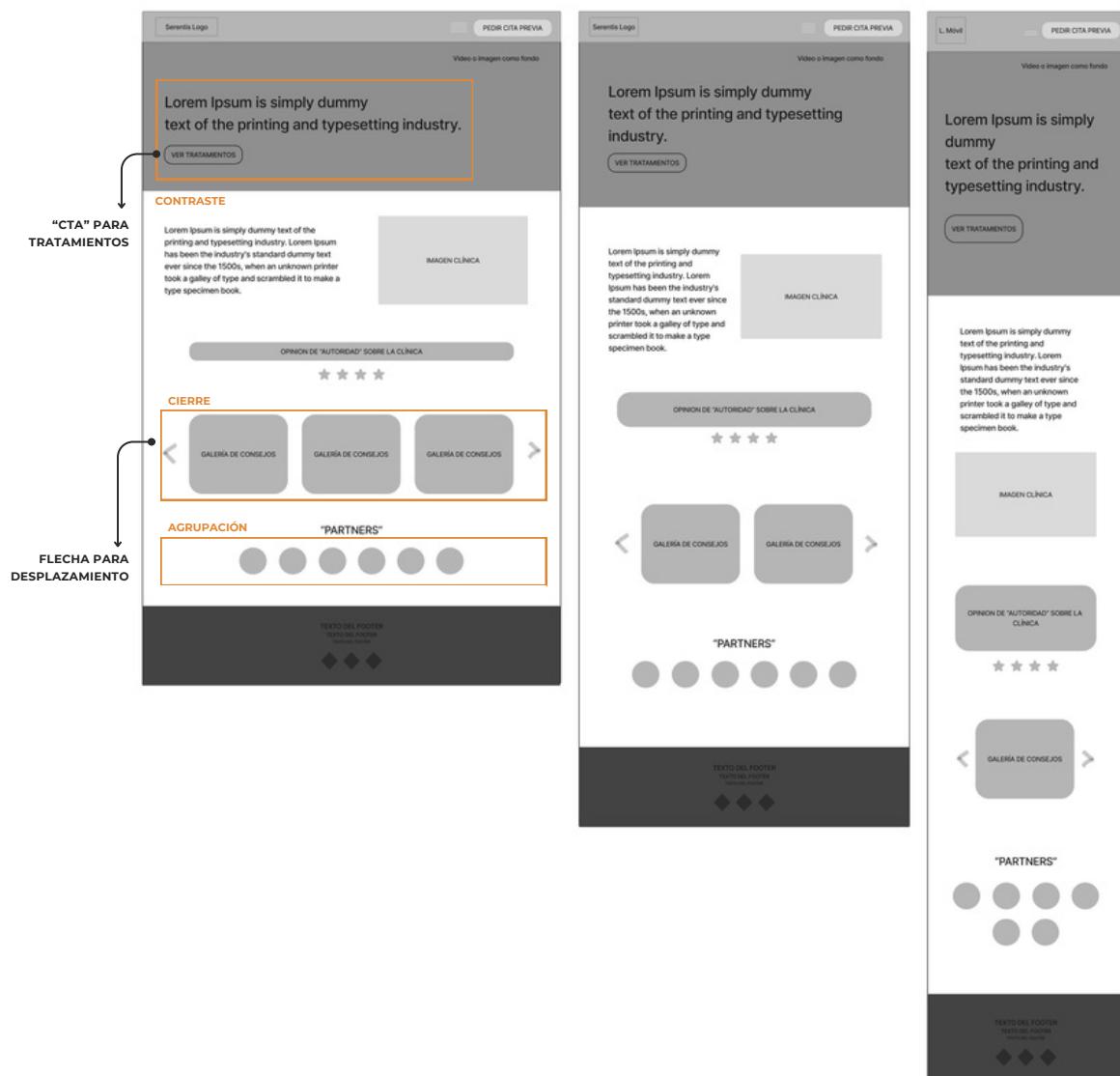
En el pie de página, podremos encontrar información básica como información de contacto, redes sociales o enlaces a textos legales.



## PÁGINA INCIAL

- Contraste - (Frase principal/fondo): La frase principal llamará más la atención y cobrará importancia para el usuario.
- Cierre - (Galería de consejos): Indicará al usuario que hay más elementos en el bloque.
- Agrupación - (Partners): Sugiere al usuario que todos los elementos pertenecen al mismo grupo.

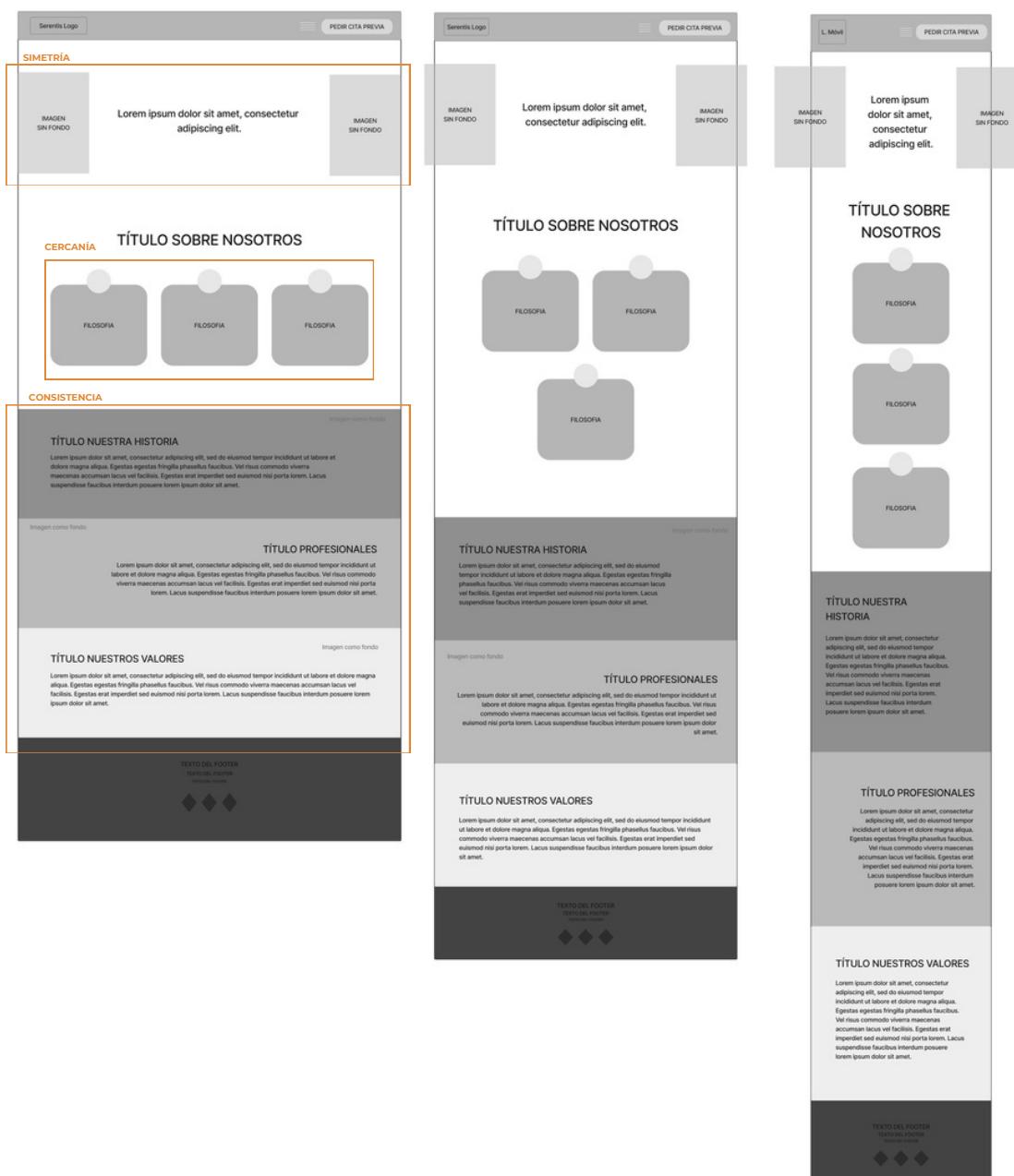
Junto a la frase principal, habrá un CTA que direccione al usuario para que visualice los tratamientos. Se encontrará también un texto introductorio a la clínica y una o más opiniones/reseñas, además de una pequeña galería de consejos por la que podrá desplazarse. Por último, en esta página se encontrarán los socios con los que coopera la clínica.



## SOBRE NOSOTROS

- Simetría - (Imágenes del título): Aporta equilibrio a la página y genera interés en la frase central.
- Cercanía - (Filosofía): De este modo, el cliente entiende que se tratan de elementos de una misma temática.
- Consistencia - (Bloques de información): Aporta sensación de profesionalidad y orden.

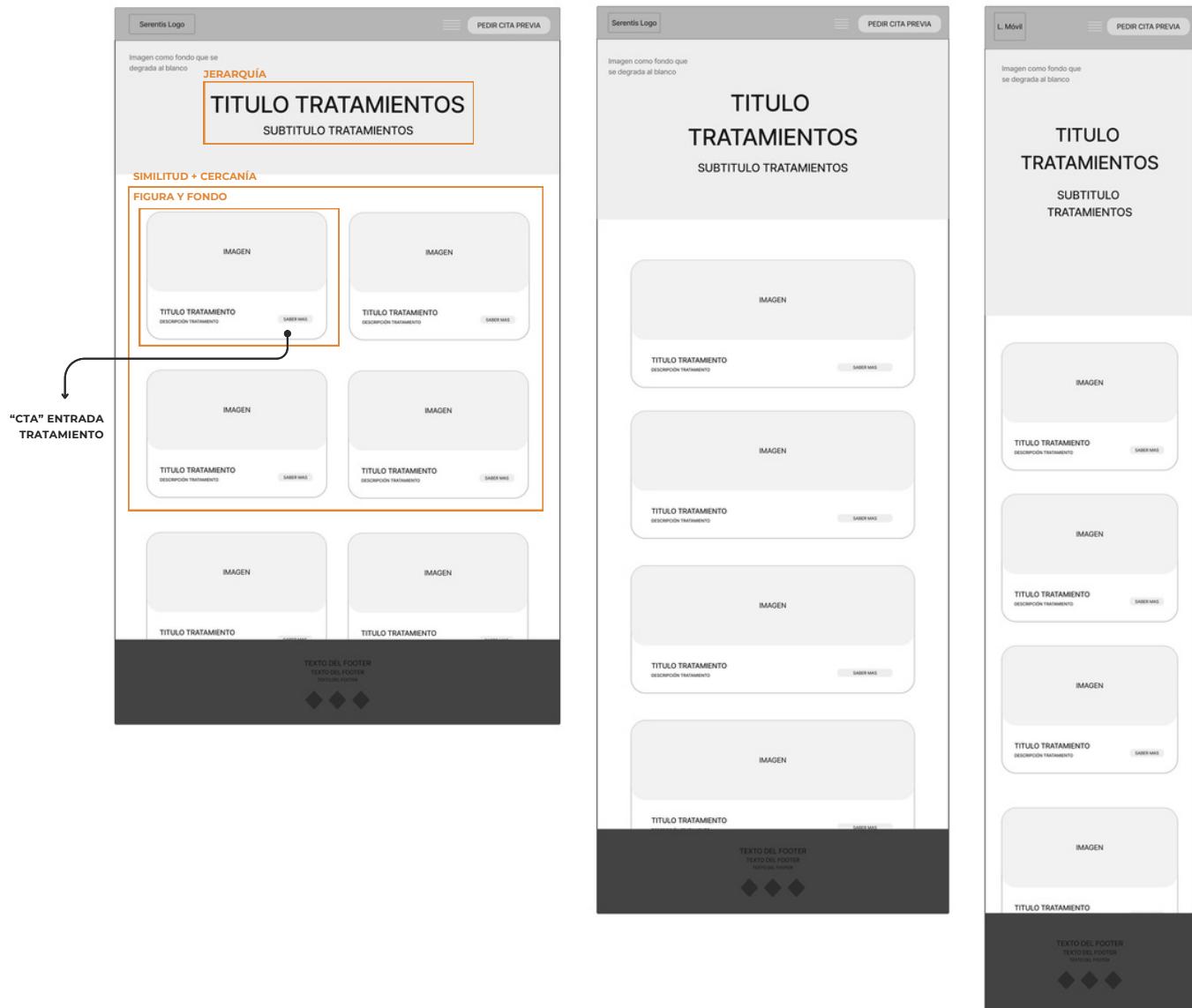
Esta sección de la página web le servirá al usuario para conocer un poco más sobre la clínica, sus valores y su filosofía.



## TRATAMIENTOS

- Jerarquía - (Título): Con el grosor/tipo de fuente, se conseguirá generar jerarquía entre la frase del título y la del subtítulo.
- Similitud - (Tarjetas): Transmite al usuario que todos los elementos forman parte de una sola temática: los tratamientos.
- Figura/Fondo - (Tarjetas): Se llevará a cabo con el uso de sombras y/o colores de modo que las tarjetas consigan destacar.

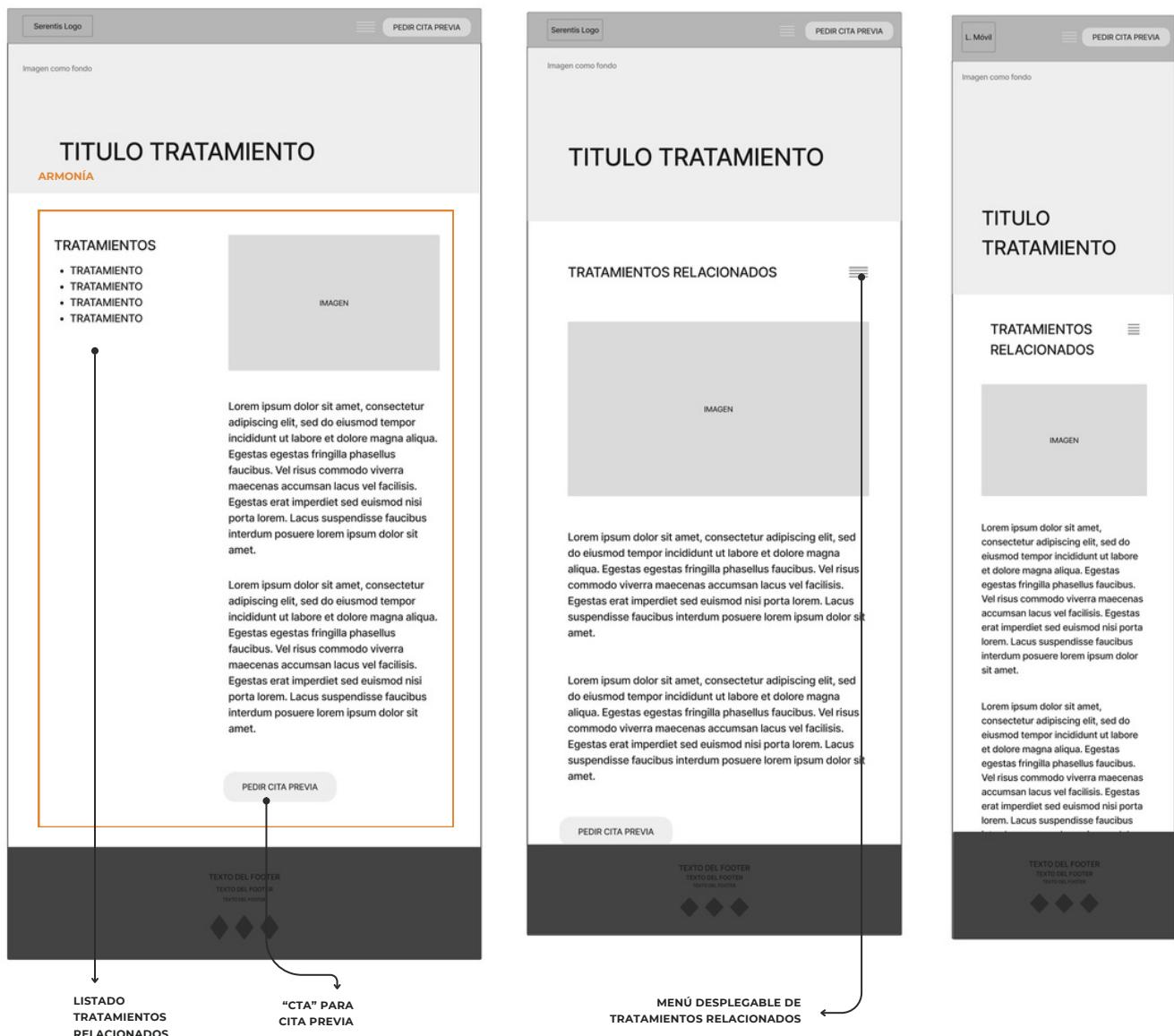
Los usuarios podrán ver todos los tratamientos y una breve descripción de cada uno. Al pulsar “Saber más”, se les redireccionará al artículo completo del tratamiento.



## ENTRADAS TRATAMIENTOS

- Armonía: Aunque la sección en general sea “asimétrica”, gracias a jugar con los pesos visuales (con colores, tipos de fuente, etc.) de cada bloque de elementos, conseguiremos generar armonía y sensación de equilibrio.

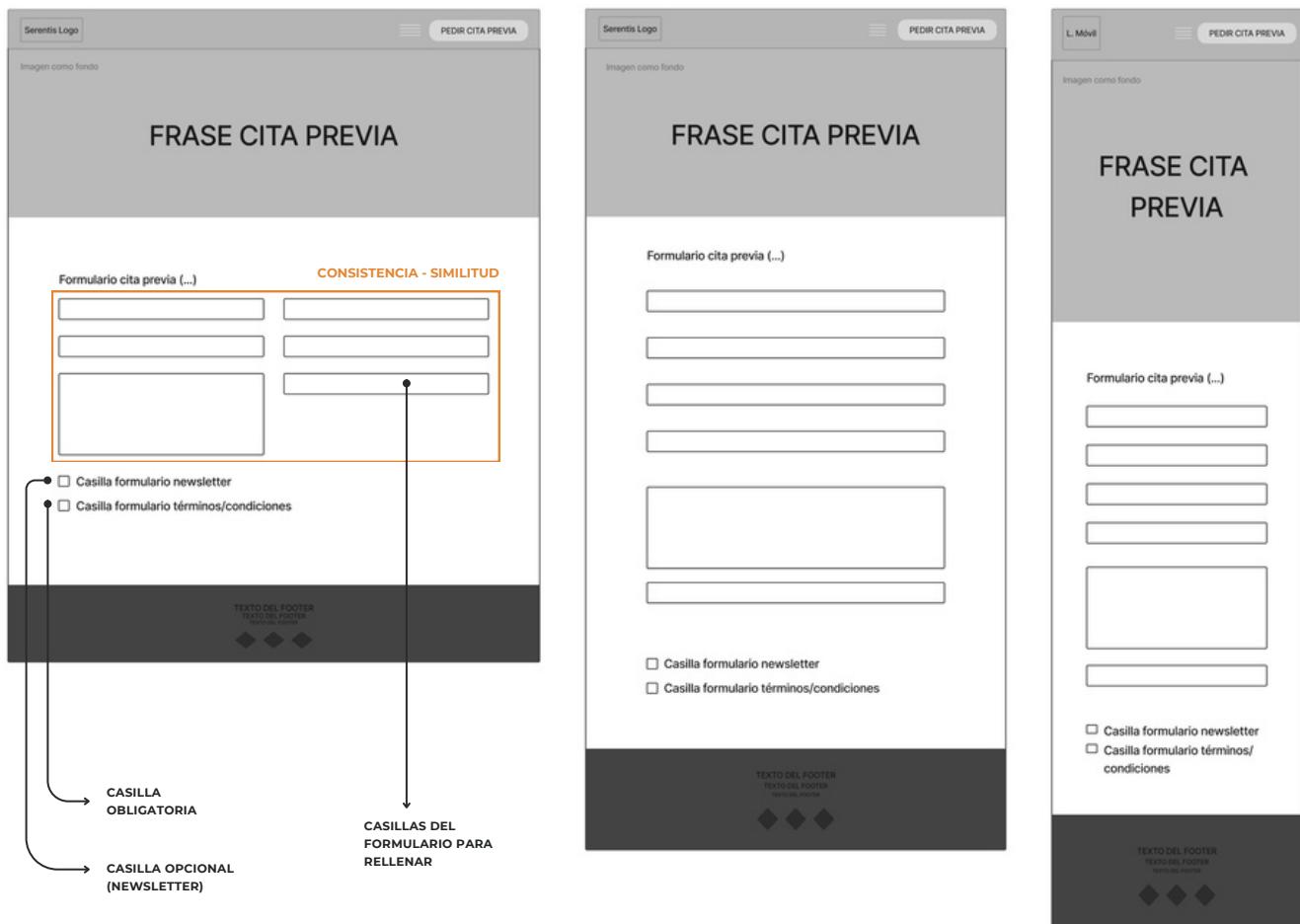
El listado de la izquierda (menú desplegable en tableta y móvil) contiene tratamientos relacionados que pueden interesarle al usuario. Al final del artículo un botón redirecciona al cliente hasta el formulario de cita previa.



## CITA PREVIA

- Consistencia y similitud: De nuevo nos basaremos en estos principios para crear todas las cajas del formulario, de modo que sea fácil para el usuario comprender lo que debe llenar.
- Proximidad: Todas las casillas permanecen a una distancia que consigue que las percibamos como un conjunto único.

El usuario llenará aquí cada uno de los datos necesarios para que la clínica recoja sus datos y le llame posteriormente concertando una cita. Además, podrá suscribirse a la newsletter si lo desea.



# PALETA DE COLOR



La paleta de colores propuesta se alinea con los valores y filosofía de la clínica. El uso de tonos azul profundo y claro transmite una sensación de confianza, limpieza y serenidad. El marrón y el plata aportan estabilidad y calidez y hacen alusión a lo orgánico y natural. La complementariedad de estos colores crea una experiencia visual armoniosa, lo que es esencial en el contexto de una clínica dermatológica.



## COLOR PRINCIPAL

El azul profundo será el color principal, ya que es el protagonista en la identidad de la marca. Es el color del océano, de la calma y confianza. Se utilizará, sobretodo, para los títulos y CTA necesarios.



#3295A6  
AZUL MUNSELL

## COLORES SECUNDARIOS

Un azul “suave” y el gris “tierra” equilibrarán la paleta al ser tonos complementarios. En principio, se utilizarán para subtítulos y/o enlaces.



#655B53  
MARRÓN  
AVELLANA



#9CCBD3  
AZUL CLARO

## COLORES NEUTROS

Utilizar estos colores neutros en lugar del negro y el blanco evitarán un contraste excesivo. El negro será parte del texto de la página web dependiendo del fondo. El plata y el blanco se utilizarán como sustitutos de texto/subtítulos y CTA en fondos oscuros.



#292929  
NEGRO  
AZABACHE



#FEFDFB  
BLANCO



#FEFDFB  
BLANCO

## MUESTRAS VISUALES \*

# ESTO ES UNA MUESTRA

ESTO ES UNA MUESTRA

ESTO ES UNA MUESTRA

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Ut enim ad minim veniam, quis nostrud exercitation ullamco laboris nisi ut aliquip ex ea commodo consequat. Duis aute irure dolor in reprehenderit in voluptate velit esse cillum dolore eu fugiat nulla pariatur.

[MUESTRA](#)

# ESTO ES UNA MUESTRA

ESTO ES UNA MUESTRA

ESTO ES UNA MUESTRA

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Ut enim ad minim veniam, quis nostrud exercitation ullamco laboris nisi ut aliquip ex ea commodo consequat. Duis aute irure dolor in reprehenderit in voluptate velit esse cillum dolore eu fugiat nulla pariatur.

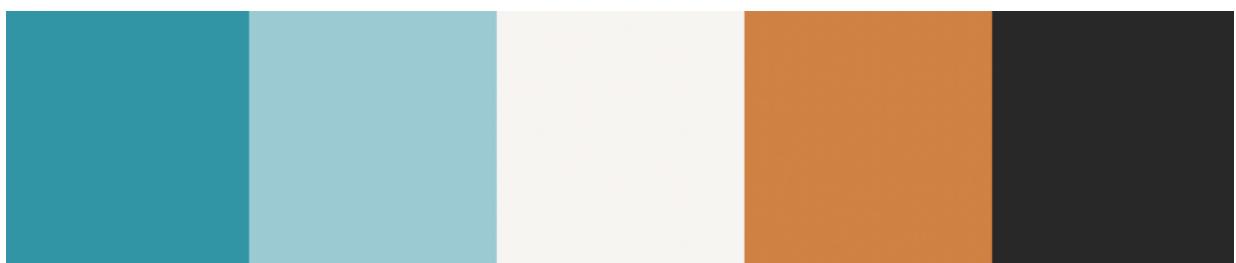
[MUESTRA](#)

\* Estas muestras son meramente orientativas. Sirven para hacerse una idea general de la combinación de los colores. Sin embargo, su uso y distribución se adaptarán a la estructura de la web y sus elementos de una manera más acertada.

## PALETAS DESCARTADAS

### Paleta n°1:

Esta paleta añadía un naranja brillante que sería parte de los CTA. Sin embargo, descarté esta idea porque considero que el color aportaba demasiada saturación y “nerviosismo”. Esto influía negativamente a la hora de transmitir algunos valores de la marca: calma y naturalidad. La paleta seleccionada, además, encaja mejor con el minimalismo y sencillez en los que se basa la clínica gracias a sus colores neutros y su único color principal.



### Paleta n°2:

Esta paleta me parecía una elección estética bastante interesante, sin embargo, no terminaba de encontrar una manera de implementarla en la estructura de la página web de modo que se alinease con los valores de marca. El uso de tres (tonos verdes, azules y marrones) no funcionaba a la hora de transmitir la sencillez que es tan importante para la clínica. Además, decidí enfocarme en los tonos azules gracias a su sensación de confianza y tranquilidad (que además, se relacionará con el océano y la calma con imágenes) y en los tonos marrones (la naturaleza, la arena y lo orgánico) y dejar de un lado los tonos verdosos.



# TIPOGRAFÍA

## INFORMACIÓN PRINCIPAL

La elección de la tipografía de la clínica es un factor base a la hora de conseguir que los usuarios se identifiquen con ella y adquieran sus servicios.

Se busca transmitir una sensación de sencillez y minimalismo, agregando también versatilidad y personalidad al diseño. Siempre en línea con los valores y filosofía de la marca.

Estos son algunos de los factores que condicionan la elección:

- Formalidad: Debe ser una tipografía formal, que transmita confianza en los servicios de la clínica.
- Legibilidad: Se tratará información detallada sobre los tratamientos, así que la tipografía debe admitir grandes cantidades de texto.
- Atemporalidad: Debe ser atemporal para garantizar que el diseño web conserve su frescura y profesionalismo.

## TIPOGRAFÍAS SELECCIONADAS

La elección final de las tipografías ha sido: *Montserrat* y *Poppins*. En la siguiente página se encuentra la justificación e información referente a dichas tipografías y al uso que se les dará en la página web.

## TEXTO PRINCIPAL

**Montserrat** es una fuente con un aspecto limpio, sencillo y legible que transmite una sensación de modernidad y profesionalismo. Se utilizará para el contenido textual de la página web.

MONTserrat REGULAR

AaBbCcDdEeFfGgHhIiJjKkLlMmNnOoPpQqRrSsTtUuVvW  
wXxYyZz1234567890

## TÍTULOS, SUBTÍTULOS Y CTA

**Poppins** es una tipografía simple pero con personalidad que permite adaptarse a diferentes estilos de diseño. Poppins se utiliza para destacar elementos clave en el diseño, como títulos, subtítulos y llamadas a la acción (CTA) y variará entre light, medium y bold según el uso al que se la destine.

POPPINS LIGHT

AaBbCcDdEeFfGgHhIiJjKkLlMmNnOoPpQqRrSsTtUuVvWwXxY  
yZz1234567890

POPPINS MEDIUM

AaBbCcDdEeFfGgHhIiJjKkLlMmNnOoPpQqRrSsTtUuVvWwX  
xYyZz1234567890

POPPINS BOLD

**AaBbCcDdEeFfGgHhIiJjKkLlMmNnOoPpQqRrSsTtUuVvW  
wXxYyZz1234567890**

## COMBINACIÓN TIPOGRÁFICA

Montserrat proporciona una base sólida y legible para el contenido textual, mientras que Poppins agrega versatilidad y personalidad a los elementos destacados.

\*A continuación, se agregan muestras de su uso y combinación:

# ESTO ES UN TÍTULO

## Esto es un subtítulo

### Lorem ipsum dolor

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Ut enim ad minim veniam, quis nostrud exercitation ullamco laboris nisi ut aliquip ex ea commodo consequat. Duis aute irure dolor in reprehenderit in voluptate velit esse cillum dolore eu fugiat nulla pariatur. Excepteur sint occaecat cupidatat non proident.

CALL

TO

ACTION

\* Estas muestras son meramente orientativas. Sirven para hacerse una idea general de la combinación de las tipografías.

## TIPOGRAFÍAS DESCARTADAS

Aunque algunas tipografías tenían cualidades que funcionaban muy bien a la página web, no se ajustaban completamente a las necesidades del proyecto.

### Tipografía N°1 : Open Sans

Esta tipografía es conocida por su legibilidad y versatilidad. Sin embargo, se descartó en favor de Montserrat. La elección se basó en la necesidad del diseño de una fuente con una personalidad más natural y cercana.

OPEN SANS

AaBbCcDdEeFfGgHhIiJjKkLlMmNnOoPpQqRrSsTtUuVvWw  
XxYyZz1234567890

### Tipografía N°1 : Raleway

Raleway es una tipografía elegante y moderna que se consideró para el proyecto. Sin embargo, se descartó en favor a Poppins ya que su estilo más “alargado” no terminaba de combinar con Montserrat.

RALEWAY

AaBbCcDdEeFfGgHhIiJjKkLlMmNnOoPpQqRrSsTtUuVvWwXx  
YyZz1234567890

# MENÚ Y MAPA DE NAVEGACIÓN

## MENÚ DE NAVEGACIÓN

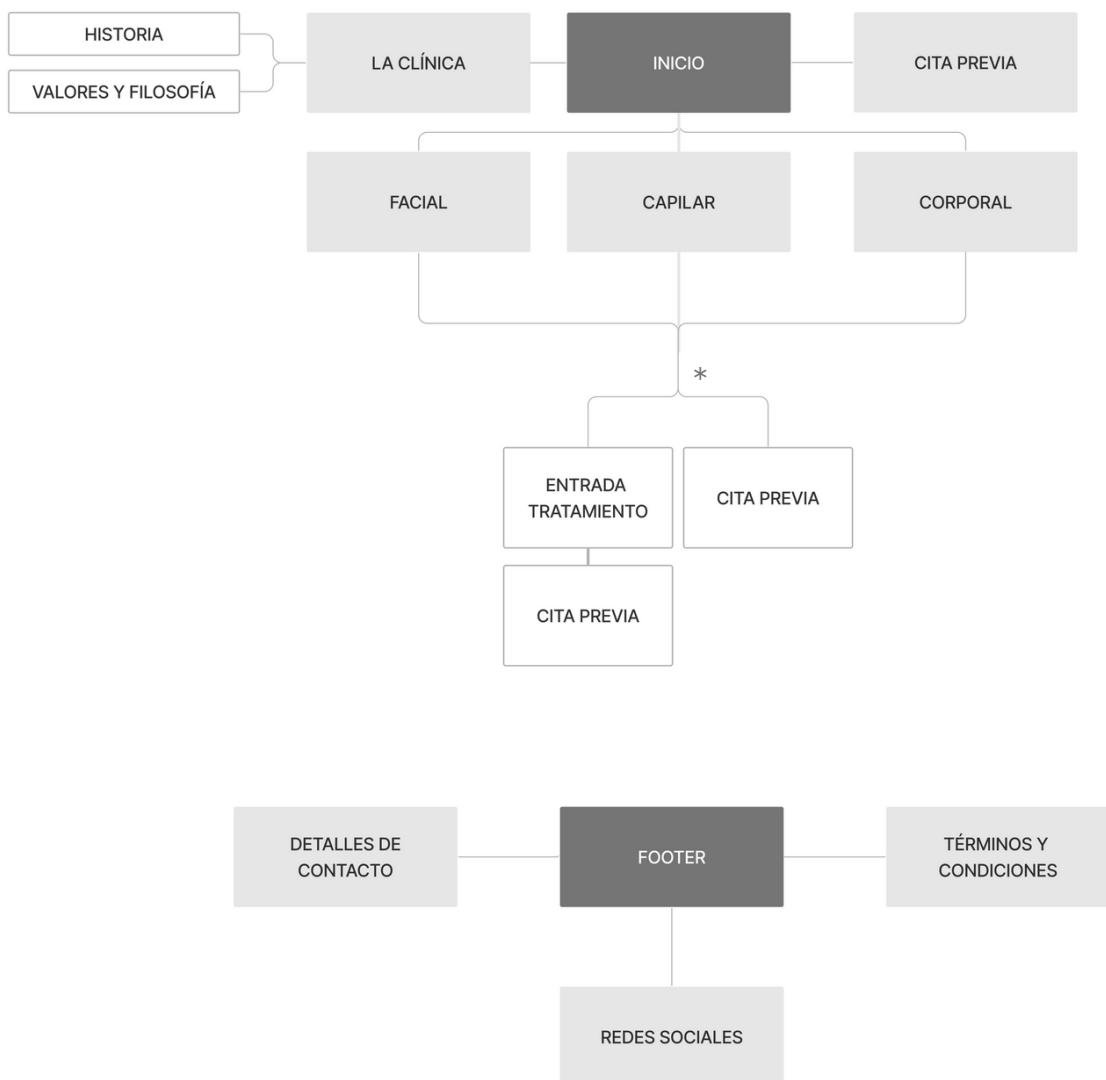
El menú de navegación se ha diseñado para proporcionar una experiencia intuitiva y directa a los usuarios. Con un enfoque en la claridad, el menú se compone del logo de la clínica, enlaces a secciones de la página web y un CTA cita previa. Los enlaces son:

- **LOGOTIPO:** Direcciona a la página principal. La imagen de logo como un enlace, permitirá que los usuarios accedan rápidamente a la información y aspectos fundamentales de la clínica.
- **LA CLÍNICA:** La sección anteriormente llamada "Sobre Nosotros" se simplifica a "LA CLÍNICA". Esta denominación más breve mantiene la claridad pero presenta un enfoque directo e interesante en la información relacionada con la clínica
- **FACIAL/CAPILAR/CORPORAL** Cada enlace direcciona a la lista de tratamientos de su sección (faciales, capilares o corporales) aunque, con un menú desplegable, podremos ir a un tratamiento en concreto desde la propia barra de navegación.
- **PEDIR CITA:** Finalmente y como se ha comentado anteriormente, habrá un CTA que llevará hacia la sección de cita previa para facilitar a los usuarios el proceso de programar una consulta. Resaltar esta sección aumentará la probabilidad de que los usuarios entren en ella.

El orden del menú sigue una lógica intuitiva, comenzando con el logotipo para la página principal, seguido de "LA CLÍNICA" para información institucional y luego categorías de tratamientos. Concluye con un CTA "PEDIR CITA", para llamar la atención del usuario.

## MAPA DE NAVEGACIÓN

La navegación entre las distintas secciones de nuestro sitio web está cuidadosamente diseñada para ofrecer a los usuarios una experiencia fluida y significativa. Cada sección ha sido pensada estratégicamente para proporcionar información esencial sobre nuestra clínica dermatológica y sus servicios, además de facilitar al usuario la agenda de citas. Dicha navegación es intuitiva, simple y eficiente.



\*No llevan a las mismas entradas de tratamientos, sino que es una forma de representar que todas siguen la misma secuencia de navegación en sus respectivas secciones (facial, capilar y corporal)

# MAQUETA WEB

A continuación, se presentan las maquetas de cada una de las secciones de Clínicas Serentis.

## PÁGINA INICIAL - VERSIÓN ESCRITORIO

La maqueta de la página inicial muestra el siguiente diseño:

- Barra superior:** Logo "serentis" y menú horizontal con enlaces a "LA CLÍNICA", "FACIAL", "CORPORAL" y "CAPILAR".
- Imagen principal:** Fondo oscuro con una mano suave tocando la otra, y el lema "Cuidar tu piel por naturaleza".
- Botón central:** "VER TRATAMIENTOS".
- Sección "Nos preocupa tu piel":** Texto sobre los tratamientos avanzados y efectivos, y una imagen de una terapeuta realizando un tratamiento facial.
- Botón:** "PEDIR CITA".
- Sección "Experiencias que inspiran...":** Título "Lo que dicen nuestros clientes sobre Serentis.", y tres testimonios redondos con fotos y frases de María, Juanma y Beatriz.
- Botón:** "Síguenos en redes sociales" con iconos de Instagram, X y LinkedIn.
- Sección "Síguenos en redes sociales":** Imágenes de personas sonriendo.
- Sección "Nuestros patrocinadores":** Título "Síguenos en redes sociales" con iconos de Instagram, X y LinkedIn, y logos de BIODERMA, LA ROCHE-POSAY, YVES ROCHER, CAUDALÍE, NAOBAY, ISDIN y AVÈNE.
- Sección "Contacto":** Información de dirección y teléfono para Madrid, Granada y Málaga, correo electrónico info.clinicas@serentisweb.com, y enlaces a "Home", "La Clínica", "Facial", "Corporal", "Capilar" y "Cita previa".
- Sección "Links":** Enlaces a "Home", "La Clínica", "Facial", "Corporal", "Capilar" y "Cita previa".
- Pie de página:** "Clinica Serentis © 2023 | Términos y condiciones | Política de Privacidad".

# PÁGINA INICIAL - VERSIÓN TABLETA

**Serentis**

LA CLÍNICA FACIAL CORPORAL CAPILAR [PEDIR CITA](#)

**Cuidar tu piel por naturaleza**

[VER TRATAMIENTOS](#)

**Nos preocupa tu piel**

En Serentis ofrecemos los tratamientos dermatológicos más avanzados y efectivos disponibles en la actualidad junto a una experiencia única y serena para nuestros clientes. Para nosotros, tu bienestar es lo primero.

[PEDIR CITA](#)

**Experiencias que inspiran...**

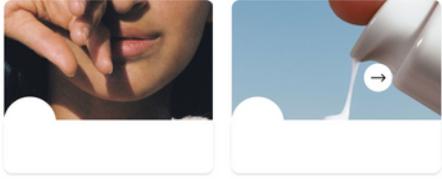
Lo que dicen nuestros clientes sobre Serentis.

 "Increíble experiencia en Serentis, la atención personalizada y los resultados de mi tratamiento facial superaron mis expectativas. ¡Recomendado al 100%!"  
Maria, 22 años

 "Increíble experiencia en Serentis, la atención personalizada y los resultados de mi tratamiento facial superaron mis expectativas. ¡Recomendado al 100%!"  
Maria, 22 años

 "Increíble experiencia en Serentis, la atención personalizada y los resultados de mi tratamiento facial superaron mis expectativas. ¡Recomendado al 100%!"  
Maria, 22 años

**Síguenos en redes sociales** 



**Nuestros patrocinadores**

Nosotros también confiamos en los mejores profesionales

**S**

**Clinica Serentis**  
Cuidamos de ti

**Contacto**  
Madrid 000 00 00 00  
Granada 000 00 00 00  
Málaga 000 00 00 00  
[info.clientes@serentisweb.com](mailto:info.clientes@serentisweb.com)

**Links**  
[Home](#) [Clínica](#) [Facial](#) [Corporal](#) [Capilar](#) [Cita previa](#)

Clinica Serentis © 2023 | Términos y condiciones | Política de Privacidad

## PÁGINA INICIAL - VERSIÓN MÓVIL



# LA CLÍNICA - VERSIÓN ESCRITORIO

The screenshot displays the desktop version of the Serentis website. At the top, there's a navigation bar with the logo 'serentis' and links for 'LA CLÍNICA', 'FACIAL', 'CORPORAL', 'CAPILAR', and a teal-colored 'PEDIR CITA' button. The main content area features a large image of a smiling female medical professional in teal scrubs. Below her is a heading: 'Un equipo que siempre cuida de ti'. A subtext states: 'En cada visita, puedes confiar en que estás en manos de un equipo que verdaderamente se preocupa por ti y tu salud dermatológica.' To the right of the heading is a circular icon of a person meditating. Below this are three rounded boxes: 'Calma' (Serenidad en cada cuidado), 'Belleza' (Resalta tu auténtica belleza), and 'Bienestar' (Equilibrio para tu piel). The background of the main content area has a subtle, abstract texture.

**Nuestra historia**

En Serentis ofrecemos los tratamientos dermatológicos más avanzados y efectivos disponibles en la actualidad junto a una experiencia única y serena para nuestros clientes. Para nosotros, tu bienestar es lo primero.

**Nuestros profesionales**

Nuestro equipo dedicado está comprometido a brindarte el más alto estándar de cuidado dermatológico. Más allá de ser profesionales expertos, somos un grupo apasionado que entiende la importancia de tu bienestar y belleza.

**Nuestros valores**

En Serentis ofrecemos los tratamientos dermatológicos más avanzados y efectivos disponibles en la actualidad junto a una experiencia única y serena para nuestros clientes. Para nosotros, tu bienestar es lo primero.

This screenshot shows the 'Nuestros valores' (Our Values) page. It features a dark header with the 'serentis' logo and a teal 'S' icon. The main heading is 'Nuestros valores'. Below it is a paragraph: 'En Serentis ofrecemos los tratamientos dermatológicos más avanzados y efectivos disponibles en la actualidad junto a una experiencia única y serena para nuestros clientes. Para nosotros, tu bienestar es lo primero.' The footer contains links for 'Clinica Serentis', 'Contacto' (with phone numbers for Madrid, Granada, and Málaga), 'info.clientes@serentisweb.com', and 'Links' (Home, La Clínica, Facial, Corporal, Capilar, Cita previa). It also includes social media icons for Instagram, X, and LinkedIn, and a copyright notice: 'Clinica Serentis © 2023 | Términos y condiciones | Política de Privacidad'.

## LA CLINICA - VERSIÓN TABLETA

The image shows a tablet displaying the mobile version of the La Clínica website. The top navigation bar includes the logo 'serentis' and menu items 'LA CLÍNICA', 'FACIAL', 'CORPORAL', 'CAPILAR', and a 'PEDIR CITA' button. The main content area features several sections:

- Un equipo que siempre cuida de ti:** A section featuring a smiling healthcare professional holding a stethoscope, with text assuring visitors of the team's care.
- Nuestros valores:** A section describing the clinic's core values: Calma (Serenidad en cada cuidado), Belleza (Resalta tu auténtica belleza), and Bienestar (Equilibrio para tu piel).
- Nuestra historia:** A section sharing the clinic's mission and philosophy, emphasizing advanced dermatological treatments and a unique, serene experience.
- Nuestros profesionales:** A section highlighting the dedicated and expert team, described as a group passionate about skincare and well-being.

The footer contains links to 'Clínica Serentis', 'Contacto' (with phone numbers for Madrid, Granada, and Málaga), 'Links' (with links to Home, La Clínica, Facial, Corporal, Capilar, and Cita previa), and social media icons for Instagram, X, and LinkedIn.

## LA CLINICA - VERSIÓN MÓVIL

The image displays the mobile version of the Clinica Serentis website. On the left, the homepage features a banner with a doctor, a 'PEDIR CITA' button, and three circular icons representing 'Calma', 'Belleza', and 'Bienestar'. On the right, there are two main service pages: 'Nuestra historia' and 'Nuestros profesionales'. The 'Nuestra historia' page includes a quote from the clinica. The 'Nuestros profesionales' page includes a quote from a professional. Both pages have a footer with social media links, contact information, and a copyright notice.

**Nuestra historia**

En Serentis ofrecemos los tratamientos dermatológicos más avanzados y efectivos disponibles en la actualidad junto a una experiencia única y serena para nuestros clientes. Para nosotros, tu bienestar es lo primero.

**Nuestros profesionales**

Nuestro equipo dedicado está comprometido a brindarte el más alto estándar de cuidado dermatológico. Más allá de ser profesionales expertos, somos un grupo apasionado que entiende la importancia de tu bienestar y belleza.

**Nuestros valores**

En Serentis ofrecemos los tratamientos dermatológicos más avanzados y efectivos disponibles en la actualidad junto a una

actualidad junto a una experiencia única y serena para nuestros clientes. Para nosotros, tu bienestar es lo primero.

**Clínica Serentis**  
Cuidamos de ti

**Contacto**  
Madrid 000 00 00 00  
Granada 000 00 00 00  
Málaga 000 00 00 00  
[info.clientes@serentisweb.com](mailto:info.clientes@serentisweb.com)

**Links**  
[Home](#)  
[La Clínica](#)  
[Facial](#)  
[Corporal](#)  
[Capilar](#)  
[Cita previa](#)

Clínica Serentis © 2023 | [Términos y condiciones](#) | [Política de Privacidad](#)

## TRATAMIENTOS - VERSIÓN ESCRITORIO

Todas las páginas sobre tratamientos (facial, corporal y capilar) tendrán la misma estética y estructura. Por eso, tan sólo se muestran las maquetas de la sección “Facial”.

La maqueta muestra la estructura de la página para los tratamientos faciales:

- Barra superior:** Logo "serentis", menú horizontal con "LA CLÍNICA", "FACIAL", "CORPORAL", "CAPILAR" y un botón "PEDIR CITA".
- Título principal:** "Tratamientos faciales" en un fondo que muestra una foto de una persona recibiendo un tratamiento facial.
- Contenido central:** Cuatro tarjetas que presentan servicios:
  - Peeling químico:** Imagen de una persona con los ojos cerrados, descripción: "Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt...", botón "VER MÁS".
  - Tratamiento anti-acné:** Imagen de una persona con acné en la cara, descripción: "Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt...", botón "VER MÁS".
  - Terapia led:** Imagen de una persona con un dispositivo LED en la cara, descripción: "Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt...", botón "VER MÁS".
  - Masaje linfático:** Imagen de una persona recibiendo un masaje facial, descripción: "Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt...", botón "VER MÁS".
- Bloque inferior:** Sección oscura con el logo "S" de Serentis, iconos de redes sociales (Instagram, X, LinkedIn), y secciones de "Clínica Serentis", "Contacto" y "Links".
- Pie de página:** "Clínica Serentis © 2023 | Términos y condiciones | Política de Privacidad".

## TRATAMIENTOS - VERSIÓN TABLET

The tablet view displays the website's main navigation bar at the top, followed by a large banner featuring a woman's face with the text "Tratamientos faciales". Below this are five rounded rectangular cards, each containing a thumbnail image, the treatment name, and a "VER MÁS" button. The treatments shown are: "Peeling químico", "Tratamiento anti-acné", "Terapia led", and a partially visible card for "Masaje linfático". Each card also contains a short descriptive text snippet.

- Peeling químico**  
Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Ut eni...
- Tratamiento anti-acné**  
Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Ut eni...
- Terapia led**  
Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Ut eni...
- Masaje linfático**  
Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Ut eni...

The tablet view shows a dark footer section with the company logo "S" and social media icons for Instagram, Twitter, and LinkedIn. It includes a "Clínica Serentis" section with the tagline "Cuidamos de ti", a "Contacto" section with phone numbers for Madrid, Granada, and Málaga, and an email address "info.clientes@serentisweb.com". A "Links" section provides links to various parts of the website and external services like booking a consultation. At the bottom, there is a copyright notice for Clinica Serentis 2023 and links to terms and conditions, privacy policy, and a data protection policy.

**Clínica Serentis**  
Cuidamos de ti

**Contacto**  
Madrid 000 00 00 00  
Granada 000 00 00 00  
Málaga 000 00 00 00  
[info.clientes@serentisweb.com](mailto:info.clientes@serentisweb.com)

**Links**  
[Home](#)  
[La Clínica](#)  
[Facial](#)  
[Corporal](#)  
[Capilar](#)  
[Cita previa](#)

Clinica Serentis © 2023 | Términos y condiciones | Política de Privacidad

## TRATAMIENTOS - VERSIÓN MOVIL

The mobile version of the Clinica Serentis website features a clean, modern design. At the top, there's a header with a logo (a stylized 'S' with a wave), a menu icon, and a teal 'PEDIR CITA' button. Below the header, a large image of a woman's face serves as a background for the 'Tratamientos faciales' section. Three treatment cards are displayed: 'Peeling químico', 'Tratamiento anti-acné', and 'Terapia led'. Each card includes a small image, the treatment name, a 'VER MÁS' button, and a placeholder text 'Lorem ipsum dolor sit amet, cons...'. A teal footer bar at the bottom contains the same 'S' logo.

Peeling químico [VER MÁS](#)

Lorem ipsum dolor sit amet, cons...

Tratamiento anti-acné [VER MÁS](#)

Lorem ipsum dolor sit amet, cons...

Terapia led [VER MÁS](#)

Lorem ipsum dolor sit amet, cons...

The right side of the mobile interface shows the Clinica Serentis logo and social media links for Instagram, X (Twitter), and LinkedIn. Below this, the clinic's name 'Clínica Serentis' and tagline 'Cuidamos de ti' are displayed. The 'Contacto' section lists Madrid, Granada, and Málaga phone numbers, along with an email address: [info.clientes@serentisweb.com](mailto:info.clientes@serentisweb.com). The 'Links' section provides links to Home, La Clínica, Facial, Corporal, Capilar, and Cita previa. At the bottom, a footer bar contains the copyright notice 'Clínica Serentis © 2023 | Términos y condiciones | Política de Privacidad'.

**Clínica Serentis**  
Cuidamos de ti

**Contacto**

Madrid 000 00 00 00  
Granada 000 00 00 00  
Málaga 000 00 00 00

[info.clientes@serentisweb.com](mailto:info.clientes@serentisweb.com)

**Links**

Home  
La Clínica  
Facial  
Corporal  
Capilar  
Cita previa

Clínica Serentis © 2023 |  
Términos y condiciones |  
Política de Privacidad

## ENTRADA TRATAMIENTO - VERSIÓN ESCRITORIO

Al igual que con la sección de tratamientos, las entradas de dichos tratamientos también será común para cada uno de ellos.

The screenshot shows a detailed view of a treatment page. At the top, there's a navigation bar with the brand logo 'serentis' and categories 'LA CLÍNICA', 'FACIAL', 'CORPORAL', 'CAPILAR', and a prominent blue 'PEDIR CITA' button. Below the navigation is a large, dark photograph of a woman receiving a facial massage. Overlaid on this image is the text 'Masaje linfático' and another 'PEDIR CITA' button. The main content area is divided into several sections: 'Tipo de piel' (Skin type) with categories 'Seca', 'Rojeces', and 'Sensible'; 'Tratamientos relacionados' (Related treatments) with a list of three items; 'En qué consiste' (What it consists of) with a detailed paragraph of placeholder text; 'Beneficios' (Benefits) with another paragraph of placeholder text; and '¿Quiénes lo necesitan?' (Who needs it) with a third paragraph of placeholder text. Each section concludes with its own 'PEDIR CITA' button. At the bottom of the page is a footer with the 'serentis' logo, social media links for @, X, and LinkedIn, and links to 'Clinica Serentis', 'Contacto' (with phone numbers for Madrid, Granada, and Málaga), 'Links' (Home, La Clínica, Facial, Corporal, Capilar, Cita previa), and a copyright notice: 'Clínica Serentis © 2023 | Términos y condiciones | Política de Privacidad'.

## ENTRADA TRATAMIENTO - VERSIÓN TABLETA

The image shows a tablet displaying a page from the Serentis website. At the top, there's a navigation bar with the brand logo 'serentis' and menu items 'LA CLÍNICA', 'FACIAL', 'CORPORAL', 'CAPILAR', and a blue 'PEDIR CITA' button. Below the header is a large, dark photograph of a woman receiving a facial massage. Overlaid on the photo is the text 'Masaje linfático' and another 'PEDIR CITA' button. The main content area is divided into two columns. The left column is titled 'Tipo de piel' and lists 'Seca', 'Rojeces', and 'Sensible' as skin types. It also features a section titled 'Tratamientos relacionados' with three bullet points: 'Lorem ipsum dolor sit amet', 'Lorem ipsum dolor sit amet', and 'Lorem ipsum dolor sit amet'. The right column is titled 'En qué consiste' and contains a long block of placeholder text (Lorem ipsum). Below this is a section titled 'Beneficios' with another block of placeholder text. Further down is a section titled '¿Quiénes lo necesitan?' with yet another block of placeholder text. At the bottom of the page is a dark footer bar containing the 'S' logo, social media icons for Instagram, Facebook, and Twitter, and links for 'Contacto' (with phone numbers for Madrid, Granada, and Málaga, and an email address), 'Links' (with links to Home, La Clínica, Facial, Corporal, Capilar, and Cita previa), and a small link to 'Privacidad'.

## ENTRADA TRATAMIENTO - VERSIÓN MOVIL

The mobile version of the treatment entry page features a dark header with a large white 'S' logo and a teal 'PEDIR CITA' button. Below the header is a large image of a woman receiving a massage. To the right of the image, the service name 'Masaje linfático' is displayed in white, with a teal 'PEDIR CITA' button below it. The main content area includes sections for 'Tipo de piel' (with buttons for 'Seca', 'Rojeces', and 'Sensible'), 'En qué consiste' (with descriptive text and a note about Latin characters), 'Beneficios' (with descriptive text), and a teal '¿Quiénes lo necesitan?' button.

### ¿Quiénes lo necesitan?

Consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Ut enim ad minim veniam, quis nostrud exercitation ullamco laboris nisi ut aliquip ex ea commodo consequat.

### Síguenos

### Clínica Serentis

Cuidamos de ti

### Contacto

Madrid 000 00 00 00  
Granada 000 00 00 00  
Málaga 000 00 00 00  
[info.clientes@serentisweb.com](mailto:info.clientes@serentisweb.com)

### Links

[Home](#)  
[La Clínica](#)  
[Facial](#)  
[Corporal](#)  
[Capilar](#)  
[Cita previa](#)

Clínica Serentis © 2023 | [Términos y condiciones](#) | [Política de Privacidad](#)

## FORMULARIO - VERSIÓN ESCRITORIO

The screenshot shows the contact form for the Serentis website. At the top, there is a navigation bar with the logo 'serentis' and links for 'LA CLÍNICA', 'FACIAL', 'CORPORAL', 'CAPILAR', and a blue button 'PEDIR CITA'. The main heading 'Aquí comienza el cambio' is displayed over a background image of a person's face. Below the heading are input fields for 'Nombre', 'Primer apellido', and 'Segundo apellido'. There are also fields for 'Correo electrónico' and 'Número de teléfono'. A section for 'Tratamiento' and 'Fecha' is followed by an optional 'Añadir comentario' area. At the bottom, there are two checkboxes: one for newsletter alerts and another for accepting terms and privacy policies. A large blue button labeled 'ENVIAR Y CONFIRMAR CITA' is at the bottom left. The footer contains the 'serentis' logo, social media icons for Instagram, X, and LinkedIn, and links for 'Clinica Serentis', 'Contacto', 'Links', and copyright information.

Aquí comienza el cambio

Nombre

Primer apellido

Segundo apellido

Correo electrónico

Número de teléfono

Tratamiento

Fecha

Añadir comentario (opcional)

¿Desea recibir avisos y alertas de la Newsletter?

Aceptar [Términos y Políticas de Privacidad](#).

**ENVIAR Y CONFIRMAR CITA**

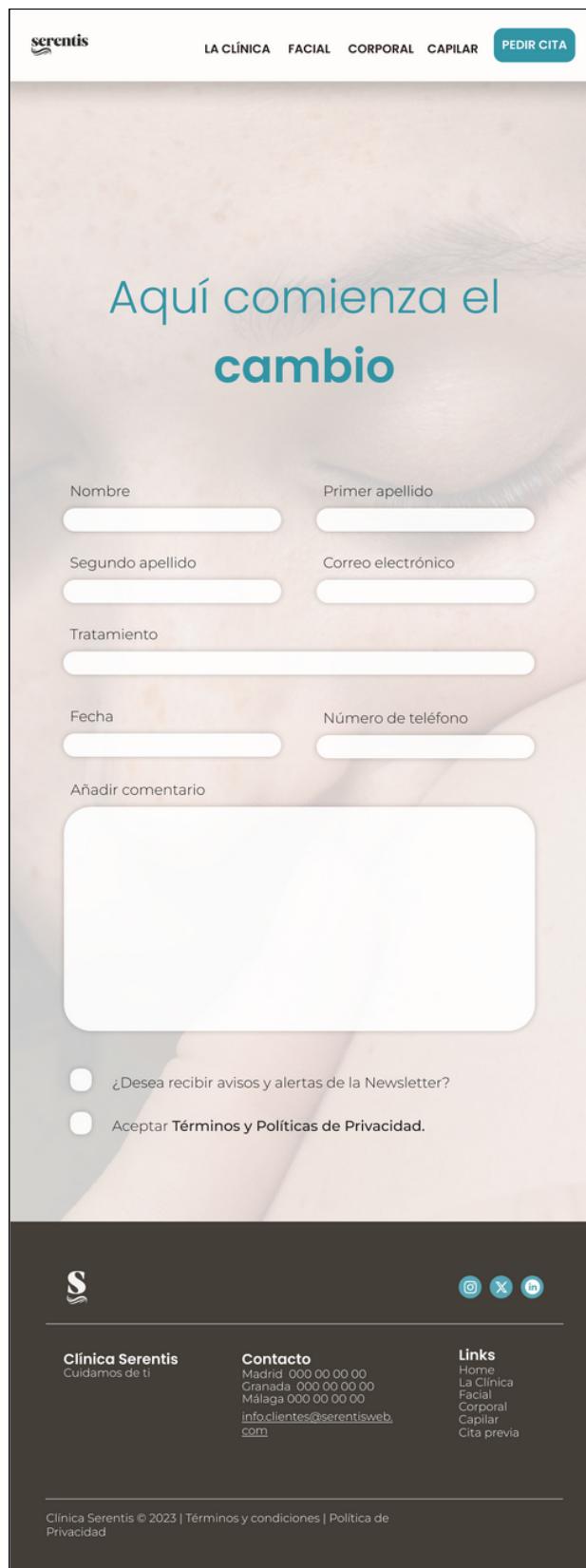
**Clinica Serentis**  
Cuidamos de ti

**Contacto**  
Madrid 000 00 00 00  
Granada 000 00 00 00  
Málaga 000 00 00 00  
[info.clientes@serentisweb.com](mailto:info.clientes@serentisweb.com)

**Links**  
[Home](#)  
[La Clínica](#)  
[Facial](#)  
[Corporal](#)  
[Capilar](#)  
[Cita previa](#)

Clinica Serentis © 2023 | [Términos y condiciones](#) | [Política de Privacidad](#)

## FORMULARIO - VERSIÓN TABLET



serentis

LA CLÍNICA FACIAL CORPORAL CAPILAR [PEDIR CITA](#)

# Aquí comienza el cambio

Nombre

Primer apellido

Segundo apellido

Correo electrónico

Tratamiento

Fecha

Número de teléfono

Añadir comentario

¿Desea recibir avisos y alertas de la Newsletter?

Aceptar [Términos y Políticas de Privacidad](#).

**S**

[@](#) [X](#) [in](#)

**Clinica Serentis**  
Cuidamos de ti

**Contacto**  
Madrid 000 00 00 00  
Granada 000 00 00 00  
Málaga 000 00 00 00  
[info.clientes@serentisweb.com](mailto:info.clientes@serentisweb.com)

**Links**  
[Home](#)  
[La Clínica](#)  
[Facial](#)  
[Corporal](#)  
[Capilar](#)  
[Cita previa](#)

Clinica Serentis © 2023 | [Términos y condiciones](#) | [Política de Privacidad](#)

## FORMULARIO - VERSIÓN MÓVIL

The mobile form consists of two main sections:

**Left Screen (Main Form):**

- Header: Logo (S), menu icon, and "PEDIR CITA" button.
- Text: "Aquí comienza el cambio".
- Input fields:
  - Nombre
  - Primer apellido
  - Segundo apellido
  - Correo electrónico
  - Número de teléfono
  - Tratamiento
  - Fecha
  - Añadir comentario
- Checkboxes at the bottom:
  - ¿Desea recibir avisos y alertas de la Newsletter?
  - Aceptar Términos y Políticas de Privacidad.

**Right Sidebar:**

- Checkboxes:
  - ¿Desea recibir avisos y alertas de la Newsletter?
  - Aceptar Términos y Políticas de Privacidad.
- Button: "ENVIAR Y CONFIRMAR CITA".
- Social media icons: Instagram, X (Twitter), LinkedIn.
- Clinic Information:
  - Clínica Serentis**
  - Cuidamos de ti
- Contact Information:
  - Madrid 000 00 00 00
  - Granada 000 00 00 00
  - Málaga 000 00 00 00
  - [info.clientes@serentisweb.com](mailto:info.clientes@serentisweb.com)
- Links:
  - Home
  - La Clínica
  - Facial
  - Corporal
  - Capilar
  - Cita previa
- Footer: "Clínica Serentis © 2023 | Términos y condiciones | Política de Privacidad".

# DESARROLLO

## ENLACE REPOSITORIO GITHUB - CLINICA SERENTIS

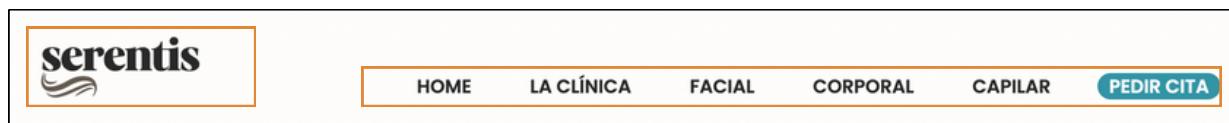
En primer lugar, se indicará cómo fue la realización de la barra de navegación y el footer -ya que ambas son comunes para cada una de las secciones- y después se describirá cada sección en concreto.

### BARRA DE NAVEGACIÓN

#### **Disposición del contenido**

La barra de navegación es una sección conformada por una imagen (el logo) y una sección que contiene la lista con todos los enlaces de la página.

Aunque aún ocultos en esta imagen, esta segunda sección contiene también dos botones que explicaremos más adelante cuando hablemos de la adaptabilidad.

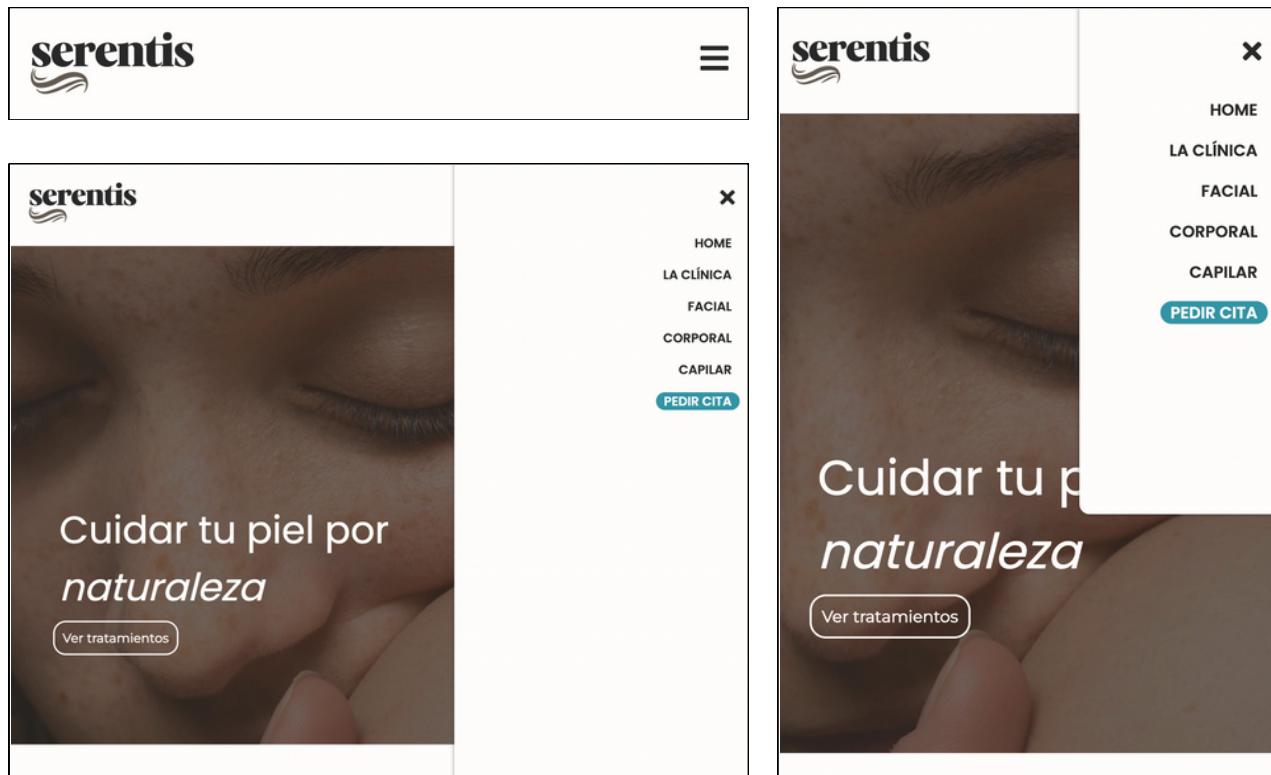


#### **Mecanismos adaptabilidad**

Tal y como el diseño indicaba, la lista de enlaces debía dejar de mostrarse y en su lugar encontrarse un ícono que mostrara un menú desplegable.

Por tanto, mediante media queries, la disposición de la lista cambia y se muestra como una columna. Además, gracias a media queries, los botones (íconos) para abrir y cerrar el menú se mantenían ocultos desplegable y se vuelven visibles a sobrepasar cierta resolución máxima.

Gracias a la utilización de JavaScript, consigo manejar el cierre y la apertura del menú. Este es el resultado final:



En cuanto a la adaptabilidad de imágenes, el logo es de una resolución pequeña y no cambia demasiado, así que no ha sido necesario tenerlo en cuenta.

## PIE DE PÁGINA / FOOTER

### Disposición del contenido

Dispone de tres secciones principales: iconos y logo, información de la clínica e información sobre copyright.

A su vez, la sección de información dispone de tres sub-secciones: Serentis eslogan, lista de contacto y lista de enlaces.



## Mecanismos adaptabilidad

El pie de página se muestra en forma de columna cuando sobrepasa cierta resolución máxima:



En cuanto a las imágenes de los iconos, tampoco ha habido problemas de adaptabilidad.

## PÁGINA DE INICIO

### Disposición del contenido

Hay cuatro secciones principales: introducción, Serentis (una breve descripción de la clínica), opiniones, carrusel imágenes de redes sociales y apartado de colaboradores.

#### Introducción

Contiene una imagen de fondo, un título introductorio a la página y un botón que conducirá a los tratamientos.



#### Serenitis

Contiene sección con un título, una breve introducción y un botón hacia tratamientos. También otra sección con la imagen representativa.

### Nos preocupa tu piel

En Serentis ofrecemos los tratamientos dermatológicos más avanzados y efectivos disponibles en la actualidad junto a una experiencia única y serena para nuestros clientes. Para nosotros, tu bienestar es lo primero.

[Ver tratamientos](#)

## Opiniones

Contiene una sección con el título y subtítulo y otra con sub-secciones de opiniones, cada una de ellas con la imagen, opinión e información del cliente correspondientes.

### Experiencias que inspiran

Lo que dicen nuestros clientes sobre Serentis



Increíble experiencia en Serentis, la atención personalizada y los resultados de mi tratamiento facial superaron mis expectativas. ¡Recomendado al 100%!

María, 22 años



"Desde el primer día, sentí la calidez y profesionalismo del equipo de Serentis. Mis problemas dermatológicos se resolvieron eficazmente."

Juanma, 35 años



Los resultados de mi tratamiento facial han sido excepcionales, y puedo afirmar con confianza que Serentis ofrece servicios de la más alta calidad.

Beatriz, 59 años

## Carrusel

Contiene una sección que a su vez contiene un título y una agrupación de iconos. También contiene otra sección con sub-secciones para cada una de las imágenes que conforman el carrusel y los botones para interactuar con él.

### Síguenos en redes





Exfolia y rejuvenece

Elimina las células muertas de tu piel con una exfoliación semanal puede ser beneficioso. Aquí te enseñamos t...



Alimentos que aman tu piel!

La belleza empieza de adentro hacia afuera! Estos son los alimentos de temporada que necesitas para que...



Ejercicio para una piel radiante

Muévete! El ejercicio aumenta la circulación sanguínea, lo que ayuda a proporcionar nutrientes a la piel y...

## Colaboradores / Patrocinadores

Contiene una sección para el título y subtítulo y otra para todas las imágenes.

### Nuestros patrocinadores

Nosotros también confiamos en los mejores profesionales



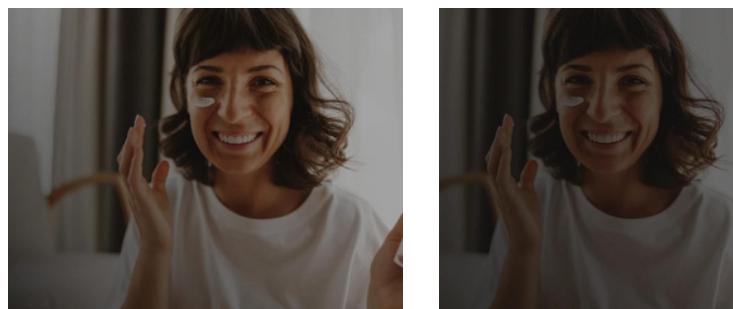


## Mecanismos adaptabilidad

A continuación se explican y muestran los apartados que han necesitado modificaciones para funcionar correctamente en términos de adaptabilidad.

### Introducción

La imagen de fondo cambia respecto a la resolución de la pantalla para asegurar la máxima eficiencia y la permanencia del foco de atención en el encuadre deseado.



### Serentis

A partir de cierta resolución, se muestra la imagen debajo de la información (en columna) para asegurar que siempre mantiene un tamaño y posición que permitan al usuario verla correctamente.

**Nos preocupa tu piel**

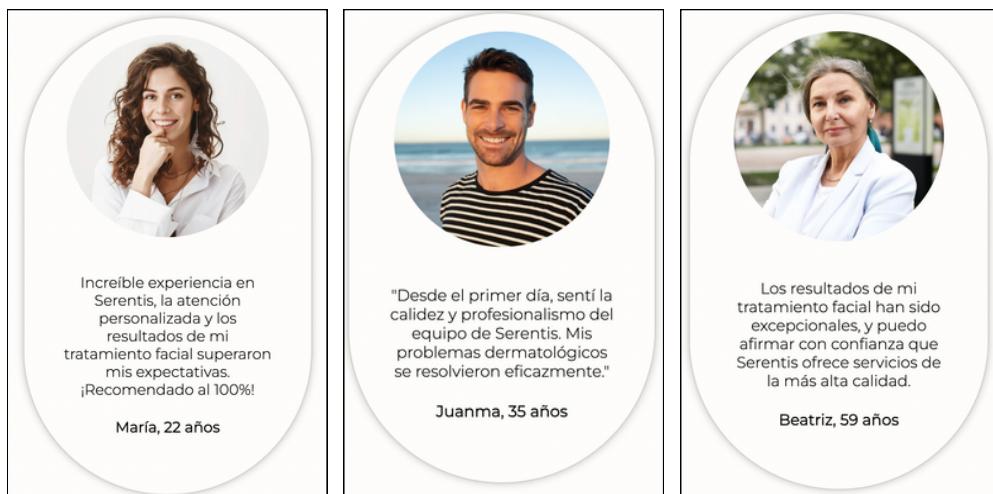
En Serentis ofrecemos los tratamientos dermatológicos más avanzados y efectivos disponibles en la actualidad junto a una experiencia única y serena para nuestros clientes. Para nosotros, tu bienestar es lo primero.

[Pedir cita](#)

A photograph showing a woman lying down in a white treatment bed, receiving a facial treatment. A professional in a white uniform and gloves is performing the treatment under a bright, focused light. This image is part of a mobile-optimized layout where it appears below the text content.

## Opiniones

Cada sección de opinión cambia su disposición para que todo sea legible y estéticamente coherente.



## Colaboradores / Patrocinadores

Las imágenes/logos se disponen ahora en forma de columna para asegurar la legibilidad y mantener un espacio acorde entre ellos.



## LA CLÍNICA

### Disposición del contenido

Hay tres secciones principales: introducción, valores e información sobre la clínica

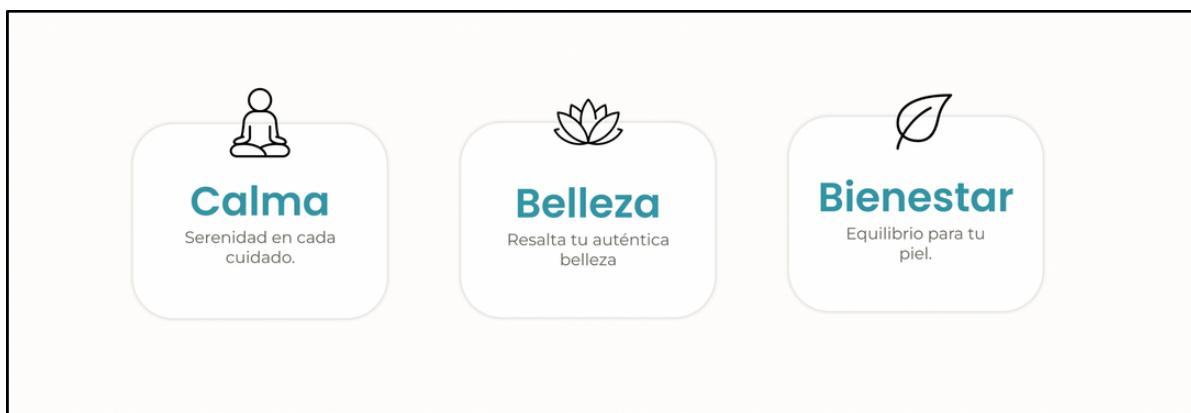
#### Introducción

Contiene una imagen de fondo, un título introductorio a la página y una frase.



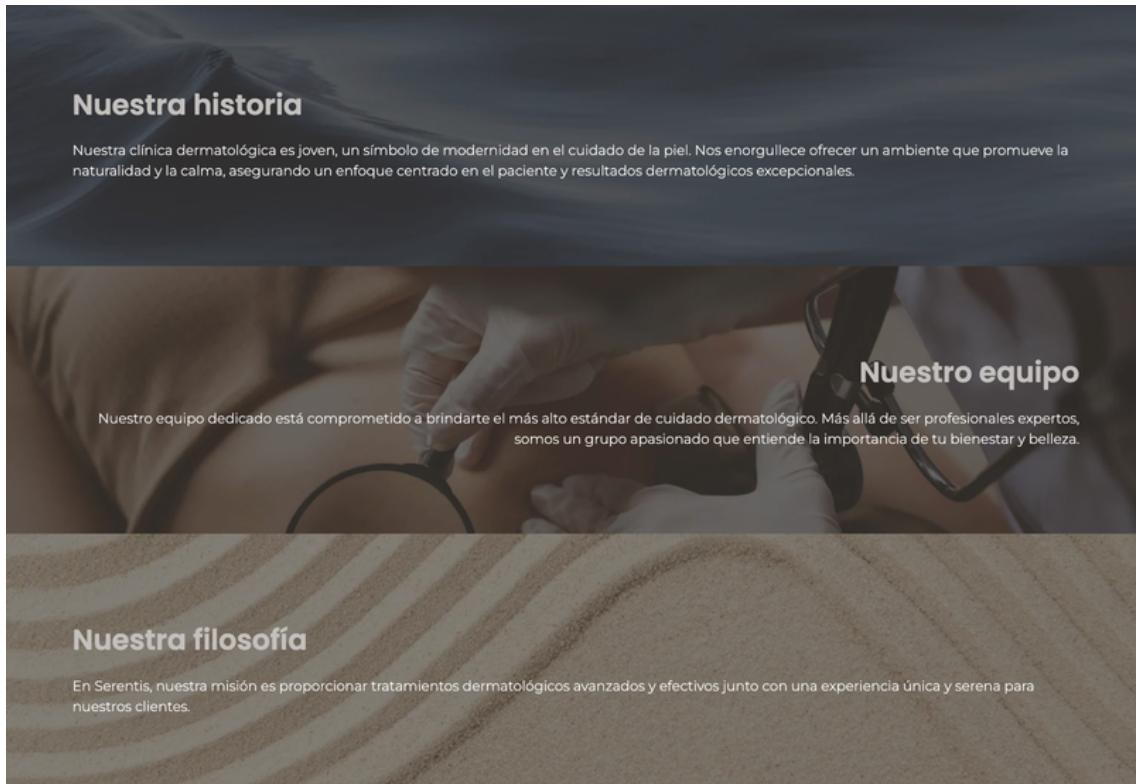
#### Valores

Un contenedor con tres imágenes que hablan sobre los valores de la empresa.



## Información

Una sección con tres contenedores de información sobre la empresa: su historia, filosofía y equipo.



## Mecanismos adaptabilidad

En el caso de esta sección, no ha sufrido demasiados cambios a la hora de hacerla adaptable.

Tan solo se han hecho cambios en los márgenes y relleno de algunos contenedores, además del uso de imágenes con distintas resoluciones para evitar la sobrecarga de espacio innecesaria.

## TRATAMIENTOS

### Disposición del contenido

Hay dos secciones principales: introducción y tratamientos.

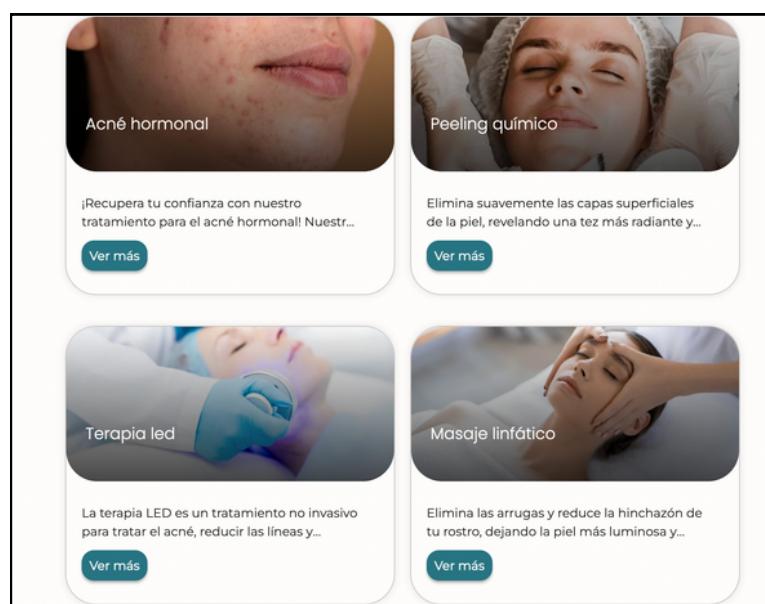
#### Introducción

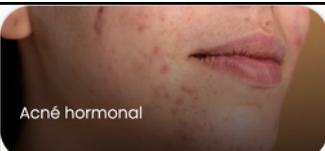
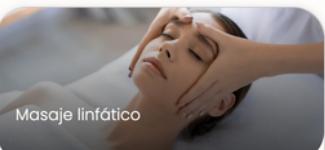
Contiene una imagen de fondo y un título.



#### Tarjetas de tratamientos

Cada tarjeta tiene su título, breve descripción y un botón para ir al enlace del tratamiento.

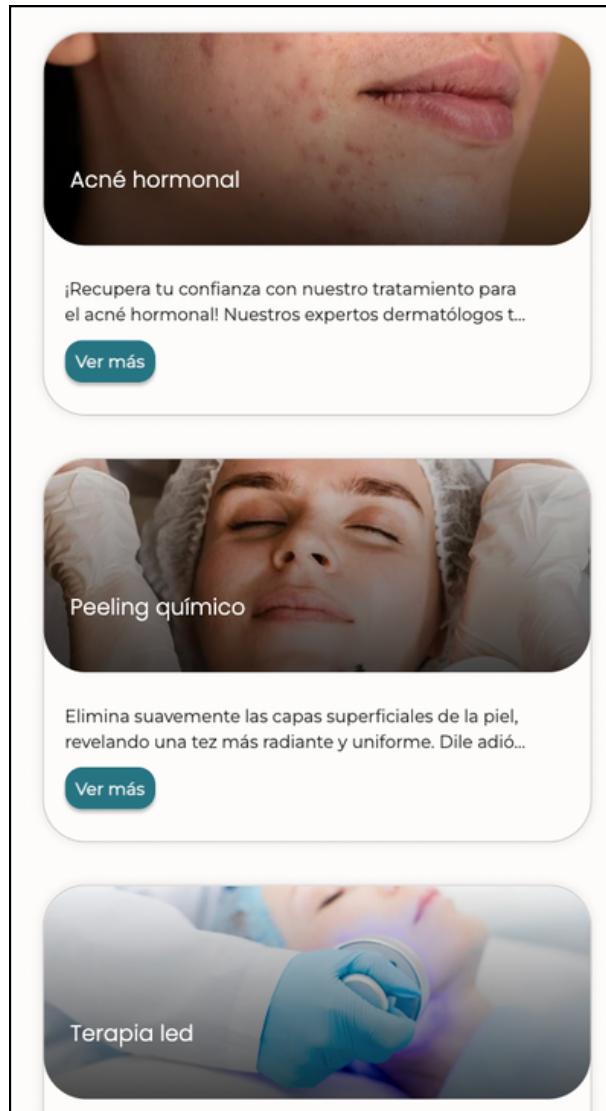


 Acné hormonal <p>¡Recupera tu confianza con nuestro tratamiento para el acné hormonal! Nuestro...</p> <a href="#">Ver más</a>	 Peeling químico <p>Elimina suavemente las capas superficiales de la piel, revelando una tez más radiante y...</p> <a href="#">Ver más</a>
 Terapia led <p>La terapia LED es un tratamiento no invasivo para tratar el acné, reducir las líneas y...</p> <a href="#">Ver más</a>	 Masaje linfático <p>Elimina las arrugas y reduce la hinchazón de tu rostro, dejando la piel más luminosa y...</p> <a href="#">Ver más</a>

## Mecanismos adaptabilidad

En este caso, además del cambio de resolución de imágenes para la introducción, ha debido controlarse el comportamiento de las tarjetas.

En principio se trata de un contenedor flex normal con tarjetas que cambian de tamaño para adaptarse a la pantalla. Cuando la resolución disminuye hasta el tamaño de 'tablet', el contenedor flex se muestra en columna. Igualmente, las tarjetas se van adaptando.



## TRATAMIENTO

### Disposición del contenido

Hay dos secciones principales: introducción e información.

#### Introducción

Contiene una imagen de fondo, el nombre del tratamiento y un botón para pedir cita.



#### Información

Tiene dos subsecciones: tratamientos relacionados e información sobre el tratamiento. Esta última con otro botón para ir a pedir cita.

<b>Tratamientos relacionados</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• Peeling químico</li><li>• Limpieza facial</li></ul>	<b>En qué consiste</b> <p>Entre nuestros tratamientos, ofrecemos varias opciones para tratar el acné hormonal.</p> <p>Este acné se produce por cambios hormonales, como el ciclo menstrual, el embarazo o la menopausia. Suele aparecer en la zona de la mandíbula y el cuello, y es más común en mujeres adultas.</p> <p>Puede ser tratado con medicamentos, tratamientos tópicos y tratamientos estéticos. En Clínica Serentis, ofrecemos consultas con dermatólogos para tratar el acné hormonal y recomendamos el tratamiento más adecuado para cada paciente.</p>
	<b>Beneficios y/o objetivos</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• Mejorar la apariencia de la piel</li><li>• Reducir la inflamación</li><li>• Regular la producción de sebo</li><li>• Prevenir la aparición de cicatrices</li></ul>
	<b>¿A quién va dirigido?</b> <p>A mujeres adultas que sufren de acné en la zona de la mandíbula y el cuello. También aquellas que tuvieron acné en la adolescencia y que ahora, en la edad adulta, tienen manchas o cicatrices.</p>
	<a href="#">PEDIR CITA</a>

## Mecanismos adaptabilidad

Esta sección tampoco ha necesitado grandes cambios. Al igual que en la sección anterior, primero de la información se muestra en un contenedor flex normal y cuando sobrepasa cierta resolución se muestra en columna.

### Tratamientos relacionados

- Peeling químico
- Limpieza facial

### En qué consiste

Entre nuestros tratamientos, ofrecemos varias opciones para tratar el acné hormonal.

Este acné se produce por cambios hormonales, como el ciclo menstrual, el embarazo o la menopausia. Suele aparecer en la zona de la mandíbula y el cuello, y es más común en mujeres adultas.

Puede ser tratado con medicamentos, tratamientos tópicos y tratamientos estéticos. En Clínica Serentis, ofrecemos consultas con dermatólogos para tratar el acné hormonal y recomendamos el tratamiento más adecuado para cada paciente.

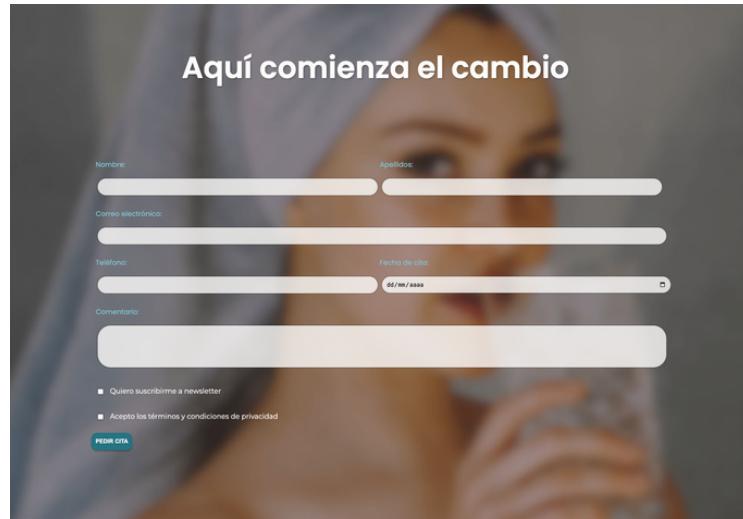
### Beneficios y/o objetivos

- Mejorar la apariencia de la piel
- Reducir la inflamación
- Regular la producción de sebo
- Prevenir la aparición de cicatrices

## PEDIR CITA

### Disposición del contenido

Hay una única sección principal que contiene el título y el formulario.



Aquí comienza el cambio

Nombre: \_\_\_\_\_ Apellidos: \_\_\_\_\_

Correo electrónico: \_\_\_\_\_

Teléfono: \_\_\_\_\_ Fecha de cita: dd/mm/aaaa

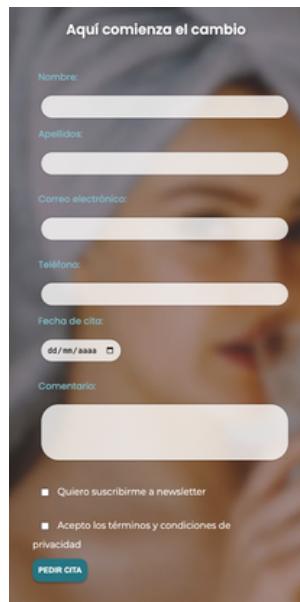
Comentario: \_\_\_\_\_

Quiero suscribirme a newsletter  
 Acepto los términos y condiciones de privacidad

**PEDIR CITA**

### Mecanismos adaptabilidad

Cuando la resolución de la pantalla se vuelve demasiado pequeña como para que la distribución de los input sea eficiente, todos los campos se muestran de uno en uno debajo del otro.



Aquí comienza el cambio

Nombre: \_\_\_\_\_

Apellidos: \_\_\_\_\_

Correo electrónico: \_\_\_\_\_

Teléfono: \_\_\_\_\_

Fecha de cita: dd/mm/aaaa

Comentario: \_\_\_\_\_

Quiero suscribirme a newsletter  
 Acepto los términos y condiciones de privacidad

**PEDIR CITA**

# PRUEBAS USABILIDAD

Las pruebas de accesibilidad se han realizado con la herramienta Silktide. No se han encontrado problemas de accesibilidad graves, más que simples problemas con el contraste de la paleta de color.

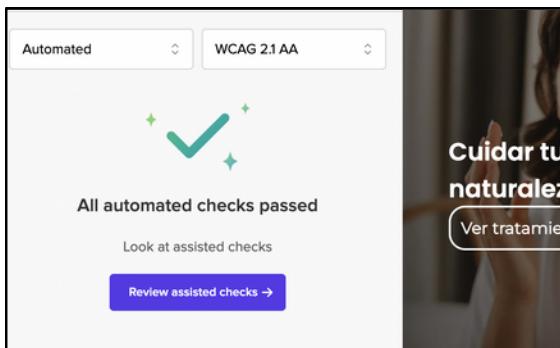
La primera prueba se realizó en la página de inicio y, al solucionar dichos errores en esta sección, el resto de páginas obtuvieron también una puntuación AA automáticamente.

The image displays two side-by-side screenshots of the Silktide accessibility audit tool. The left screenshot shows a list of 5 issues: 1. 'Lo que dicen nuestros clientes sobre Se...' (with a dropdown arrow), 2. 'María, 22 años' (with a dropdown arrow), 3. 'Juanma, 35 años' (with a dropdown arrow), 4. 'Beatriz, 59 años' (with a dropdown arrow), and 5. 'Nosotros también confiamos en los mej...' (with a dropdown arrow). The right screenshot shows a list of 5 items: 1. 'PEDIR CITA' (with a teal P icon), 2. 'PEDIR CITA' (with a teal P icon), 3. 'Clínica Serentis' (with a dark grey C icon), 4. 'Contacto' (with a dark grey C icon), and 5. 'Enlaces' (with a dark grey E icon).

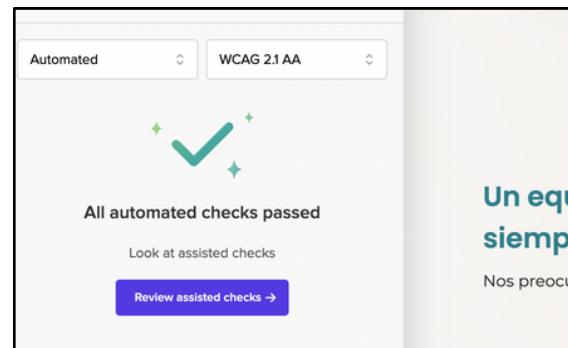
Para solucionarlo la paleta de color inicial ha sufrido ligeros cambios para que superara el ratio de contraste en ciertos sitios de la página web, además de la adición de dos tonos de marrón (uno claro y otro oscuro).

En la siguiente página se muestran las pruebas aprobadas de accesibilidad en cada una de las páginas.

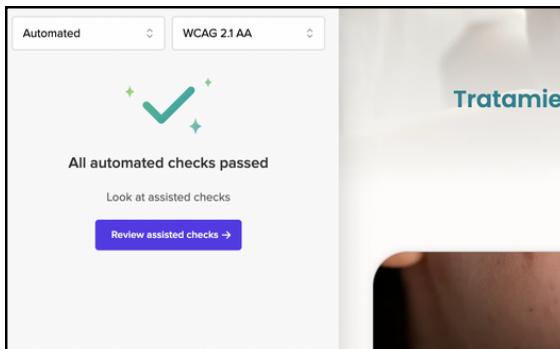
## PÁGINA DE INICIO



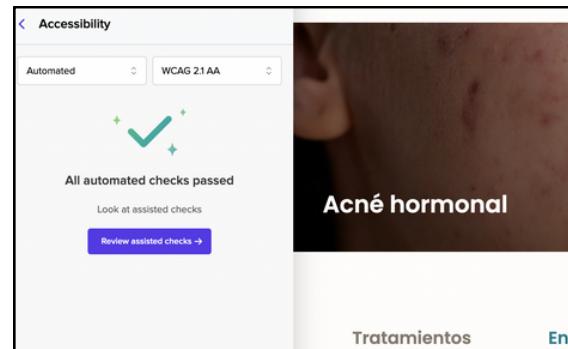
## LA CLÍNICA



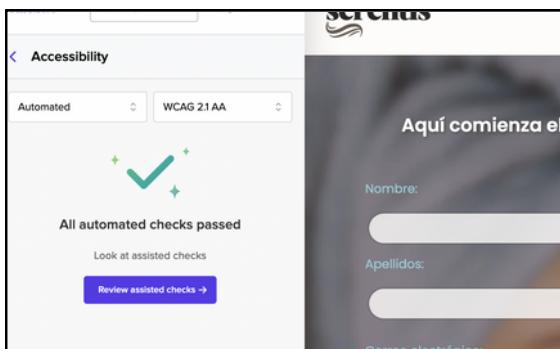
## TRATAMIENTOS



## TRATAMIENTO



## PEDIR CITA



# PRUEBAS USABILIDAD

A continuación, se muestran los resultados de pruebas de usabilidad realizadas con dos personas anónimas.

Ya que se trata de una página web sencilla, a cada una de ellas se les ha pedido realizar cuatro tareas en la página web (ambas iguales).

## PERSONA 1 - Mujer, 55 años

### ***Busque información sobre un tratamiento específico:***

La clienta ficticia no ha tenido problema para encontrar los tratamientos. Al entrar en la página de inicio ha hecho 'click' en el icono "Ver Tratamientos", que la ha redirigido. Finalmente, ha escogido un tratamiento aleatorio para ver su información.

### ***Reserva una cita para el día 27-09-2024***

La clienta ficticia no ha tenido problema para encontrar el formulario de cita previa. Sin embargo, ha tenido problemas para entender si, al mandar el formulario, dicha cita quedaba reservada o sólo suponía una especie de contacto con la clínica.

Possible solución:

Añadir un párrafo que sirva de aclaración sobre la finalidad del formulario.

### **Busque el número de teléfono de la Clínica**

La clienta no ha podido encontrar el número de teléfono de la clínica sin ayuda.

Possible solución:

Poner los datos de contacto en otro lugar además del footer, para que sea más accesible.

### **PERSONA 2 - Hombre, 23 años**

#### **Busque información sobre un tratamiento específico:**

De nuevo, no ha habido ningún problema para encontrar los tratamientos e informarse sobre alguno en específico.

#### **Reserva una cita para el día 27-09-2024**

El cliente ha encontrado rápidamente el formulario, pero ha dado por hecho -acertadamente- que este tan sólo servía como un primer contacto con la clínica que, posteriormente, le confirmaría si la cita estaba reservada.

Ante la pregunta “¿Por qué has pensado que sería así?” su respuesta ha sido que, de lo contrario, esperaba que alguna ventana le avisara de que su cita había sido confirmada.

Esto es de ayuda por si, en algún momento, ampliamos la funcionalidad del formulario y admite reservas.

#### **Busque información sobre el equipo que trabaja en la clínica**

El cliente ha encontrado rápidamente la información, pero no parecía satisfecha con ella. Esperaba algo más personal sobre el equipo.

Possible solución:

Añadir una sección con imágenes de cada uno de los dermatólogos y el papel que desempeñan, de modo que sea mucho más cercano al cliente.

### ***Busque el número de teléfono de la Clínica***

El cliente, en principio, ha acudido a la sección “La Clínica” y al no ver información relacionada con el contacto, ha acudido rápidamente al footer.

Possible solución:

Poner los datos de contacto en otro lugar además del footer, para que sea más accesible e intuitivo.