

Diseño y desarrollo de la identidad corporativa de un Centro de Fisioterapia

Memoria de Proyecto Final de Máster

Máster Universitario de Aplicaciones multimedia

Área TFM Profesionalizadora



Autor: Víctor Moreno Marchal

Profesora responsable de la asignatura: Laura Porta Simó

Profesor consultor: Mikel Zorrilla Berasategui

Fecha de entrega: 07 de junio del 2019

Créditos/Copyright



Esta obra está sujeta a una licencia de Reconocimiento-NoComercial-SinObraDerivada 4.0 Internacional (CC BY-NC-ND 4.0)

[4.0 Internacional de Creative Commons](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/)

FICHA DEL TRABAJO FINAL

Título del trabajo:	<i>Diseño y desarrollo de la identidad corporativa de un Centro de Fisioterapia</i>
Nombre del autor:	<i>Víctor Moreno Marchal</i>
Nombre del consultor/a:	<i>Mikel Zorrilla Berasategui</i>
Nombre del PRA:	<i>Laura Porta Simó</i>
Fecha de entrega (mm/aaaa):	06/2019
Titulación:	<i>Máster Universitario de Aplicaciones multimedia</i>
Área del Trabajo Final:	Área TFM Profesionalizadora
Idioma del trabajo:	<i>Castellano</i>
Palabras clave:	página web, fisioterapia, identidad corporativa
Resumen del Trabajo:	
<p>La identidad corporativa es un factor interno y controlable por la empresa, que se proyecta para generar una impresión (imagen) específica en los públicos con los que se relaciona. Por eso es fundamental crear una imagen sólida de la empresa para que genere confianza en los futuros clientes con dicha marca corporativa.</p> <p>Así, tiene como finalidad, utilizarse para la divulgación de los servicios que ofrece el Centro de Fisioterapia Miraflores a sus vecinos del barrio y de la ciudad que quieran ser beneficiarios de las prestaciones que se le ofrecen.</p> <p>El objetivo de la identidad principal que se ha logrado han sido la creación de todos los elementos que lo componen los cuales son: el logotipo de la empresa con sus respectivas tipografías, los colores corporativos, creación inicial de sus redes sociales, la creación de la página web... en forma de <i>landing page</i> programado en los lenguajes de HTML5, CSS3 y JavaScript, así como su utilización correcta del SEO, para ofrecer un servicio de información sobre la empresa de donde estará situado dicho centro, de las distintas posibilidades de contacto que se tiene con él, de las técnicas que disponen para la rehabilitación de los pacientes, de quienes lo forman o de conocer su historia a los futuros clientes del centro.</p>	
Abstract (in English, 250 words or less):	
<p>Corporate identity is an internal factor and handling way by the company, and displays it to generate a specific good impression (image) for his target. That's why it's important to create that solid image of the company, so that it does generate confidence to the futures clients with this corporate brand.</p> <p>So, this is used to the principal identity that it's to the divulgation of the services which Centro de Fisioterapia Miraflores offers to his neighbors of the neighborhood and his city who want to be beneficiaries of the advantages from there.</p> <p>The objective of the main identity, have been done the creation of all elements which is compose. They are: the logo of the company with this respective typographies, the corporate colors, a first creations of his social networks, the develop of the webpage into a <i>landing page</i> like,</p>	

programmed in the languages of HTML5, CSS3 y JavaScript, as well as his correct visualization of the SEO to offers an information of the company. The information contents where the center will be located, the different possibilities of contact that you have with it, the techniques available for the rehabilitation to the patients, the workers who works inside, you will know his history to the future clients.

Cita

"Hay que intentar ser el mejor, pero nunca creerse el mejor" – Juan Manuel Fangio.

Agradecimientos

A Mikel Zorrilla Berasategui por su paciencia y por todos los buenos consejos dados que me han servido para la elaborar y desarrollar este Trabajo Fin de Máster.

Por supuesto a mi familiar, encargada y responsable del Centro de Fisioterapia Miraflores, por depositar toda la confianza en mí para que tuviera la oportunidad de crear toda la identidad corporativa de la empresa y darme la oportunidad de elaborar este TFM, ya que fue realizado, producido y desarrollado con fines académicos y con vistas a la utilización en exclusiva para la empresa Centro de Fisioterapia Miraflores.

.

Abstract

Corporate identity is an internal factor and handling way by the company, and displays it to generate a specific good impression (image) for his target. That's why it's important to create that solid image of the company, so that it does generate confidence to the futures clients with this corporate brand.

So, this is used to the principal identity that it's to the divulgation of the services which Centro de Fisioterapia Miraflores offers to his neighbors of the neighborhood and his city who want to be beneficiaries of the advantages from there.

The objective of the main identity, have been done the creation of all elements which is compose. They are: the logo of the company with this respective typographies, the corporate colors, a first creations of his social networks, the develop of the webpage into a *landing page* like, programmed in the languages of HTML5, CSS3 y JavaScript, as well as his correct visualization of the SEO to offers an information of the company.

The information contents where the center will be located, the different possibilities of contact that you have with it, the techniques available for the rehabilitation to the patients, the workers who works inside, you will know his history to the future clients.

Palabras clave

Page website, physiotherapy, corporate identity

Resumen

La identidad corporativa es un factor interno y controlable por la empresa, que se proyecta para generar una impresión (imagen) específica en los públicos con los que se relaciona. Por eso es fundamental crear una imagen sólida de la empresa para que genere confianza en los futuros clientes con dicha marca corporativa.

Así, tiene como finalidad, utilizarse para la divulgación de los servicios que ofrece el Centro de Fisioterapia Miraflores a sus vecinos del barrio y de la ciudad que quieran ser beneficiarios de las prestaciones que se le ofrecen.

El objetivo de la identidad principal que se ha logrado han sido la creación de todos los elementos que lo componen los cuales son: el logotipo de la empresa con sus respectivas tipografías, los colores corporativos, creación inicial de sus redes sociales, la creación de la página web... en forma de *landing page* programado en los lenguajes de HTML5, CSS3 y JavaScript, así como su utilización correcta del SEO, para ofrecer un servicio de información sobre la empresa de donde estará situado dicho centro, de las distintas posibilidades de contacto que se tiene con él, de las técnicas que disponen para la rehabilitación de los pacientes, de quienes lo forman o de conocer su historia a los futuros clientes del centro.

Palabras clave

Página web, fisioterapia, identidad corporativa

Índice

Capítulo 1: Introducción	14
1.Introducción	14
2. Descripción/Definición	15
3. Objetivos generales y alcance	16
3.1 Objetivos principales.....	16
3.2 Objetivo secundario	16
4. Metodología y proceso de trabajo	17
4.1 Metodología de desarrollo	17
5. Planificación.....	18
5.1 Riesgos	19
6. Presupuesto	20
7. Estructura del resto del documento	22
Capítulo 2: Análisis.....	23
1. Estado del arte	23
1.1 Identidades corporativas de otros centros de fisioterapia.....	23
1.2 Análisis SEO de la competencia	25
1.3 Conclusiones del análisis.....	28
Capítulo 3: Desarrollo del producto	29
1. Análisis corporativo de las webs de fisioterapia.....	29
2. Elección de las tipografías.....	33
2.1 Para el logotipo.....	33
2.2 Para la página web y otros elementos corporativos	33
3. Creación del logo del centro	35
4. Selección de los colores corporativos.....	38
5. Confección de las redes sociales.....	39
6. Elaboración de algunas imágenes para las redes sociales y web	41
6.1 Cartel de apertura.....	41
6.2 Para la página web	41
7. Confeccionar y pensamiento del diseño de la página web	45
8. Producción de la página web en formato de código	47
8.1 Explicación de tecnologías y librerías	49
9. Resolver posibles incidencias en el código web.....	51
10. Implementar en la página web un SEO	53

10.1 Mediante código HTML.....	53
10.2 Mediante la creación de archivos.....	54
11. Optimizar todos los códigos y recursos de la página.....	56
Capítulo 4: Implementación	57
1. Requisitos de instalación.....	57
2. Instrucciones de instalación.....	58
Capítulo 5: Conclusiones y líneas de futuro	60
1. Conclusiones	60
2. Líneas de futuro	61
Bibliografía	62
Anexos.....	68
Anexo A: Entregables del proyecto.....	68
Anexo B: Currículum Vitae.....	68

Figuras y tablas

Índice de figuras

Figura 1: Diagrama de Gantt del proyecto.....	19
Figura 2: Captura de pantalla de la página web de Amogasalud.....	26
Figura 3: Captura de pantalla de la página web de Nura Fisioterapia.....	26
Figura 4: Captura de pantalla de la página web de Fisioterapia Sevilla.....	26
Figura 5: Captura de pantalla de la página web de Fisioterapia Macarena.	27
Figura 6: Captura de pantalla de la página web de Clínica Rosaleda.....	27
Figura 7: Captura de pantalla de la página web de Physial	27
Figura 8: Imagen donde se encuentra la localización del centro.....	29
Figura 9: Capturas de pantalla procedentes de la web de un centro.	29
Figura 10: Capturas de pantalla procedentes de la web de un centro	30
Figura 11: Capturas de pantalla procedentes de un footer de un centro de fisioterapia.....	30
Figura 12: Capturas del carrousel procedentes de un footer de un centro de fisioterapia.....	31
Figura 13: Capturas de la sección de una web de un footer de un centro de fisioterapia	31
Figura 14: Capturas de la sección de una web en un footer de un centro de fisioterapia	31
Figura 15: Capturas de la sección de una web en un footer de un centro de fisioterapia	31
Figura 16: Captura de la sección de una web procedente de la cabecera	32
Figura 17: Capturas de la sección de la cabecera de un centro de fisioterapia.....	32
Figura 18: Capturas de la sección de la cabecera de un centro de fisioterapia.....	32
Figura 19: Ejemplo de la tipografía usada	32
Figura 20: Ejemplo de la tipografía usada	34
Figura 21: Ejemplo de la tipografía usada	34
Figura 22: Flor original utilizada.....	35
Figura 23: Manos original es utilizada	35
Figura 24: Columna original utilizada.....	36
Figura 25: Captura con todas las versiones finales del logo	36
Figura 26, 27 y 28: Imagen de una versión anterior del logo	36
Figura 29: Imagen de una flor original utilizada	37
Figura 30: Imagen de un Hamsa original utilizado	37
Figura 31: Imagen de una flor original utilizada	37
Figura 32: Imagen original utilizada de personas	37
Figura 33: Imagen de un Hamsa original utilizado	37
Figura 34: Imagen de captura de Facebook	39
Figura 35: Imagen de captura de Twitter	40
Figura 36: Fotos de las manos utilizadas para las redes sociales	40
Figura 37: Imagen del cliente.....	41

Figura 38: Propuesta finalista de imagen	41
Figura 39: Imagen para la página web	42
Figura 40: Imagen para la página web	42
Figura 41: Imagen para la página web	42
Figura 42: Imagen para la página web	42
Figura 43: Imagen para la página web	42
Figura 44: Imagen para la página web	42
Figura 45: Imagen para la página web	42
Figura 46: Imagen para la página web	42
Figura 47: Imagen para la página web	42
Figura 48: Imagen para la página web	42
Figura 49: Imagen para la página web	42
Figura 50: Imagen para la página web	42
Figura 51: Imagen para la página web	42
Figura 52: Imagen de la primera parte del carrousel	43
Figura 53: Imagen de la segunda parte del carrousel	43
Figura 54: Imagen de la última parte del carrousel	43
Figura 55: Capturas de pantalla de la web realizada	47
Figura 56: Capturas de pantalla de la web realizada	47
Figura 57: Captura de pantalla de la web realizada para móviles	47
Figura 58: Captura de pantalla de todo el código del archivo de robots.txt	54
Figura 59: Captura de pantalla de la primera parte del código del archivo de sitemap.xml.....	54
Figura 60: Captura de pantalla de todo el código del archivo de .htaccess	55
Figura 61: Captura del Panel de Control de XAMPP.....	58

Índice de tablas

Tabla 1: Tabla de la planificación de este TFM	19
Tabla 2: Tabla del presupuesto acorde por la creación del producto.....	21
Tabla 3: Tabla comparativa de las identidades corporativas de empresas de Fisioterapia	24
Tabla 4: Tabla comparativa de las páginas webs de la competencia	26
Tabla 5: Tabla sobre la explicación de las anteriores versiones del logo	37
Tabla 6: Tabla sobre la explicación de los distintos colores corporativos	38
Tabla 7: Tabla sobre la estructura del mapa de navegación de la web	45
Tabla 8: Tabla sobre las diferentes tecnologías webs que se han usado	50

Capítulo 1: Introducción

1. Introducción

Se conoce la importancia que se le da en la actualidad a la imagen en las empresas y es porque da coherencia visual a la marca, es decir, hay una relación entre todos sus elementos, a nivel gráfico como de comunicación y comportamiento. Así son más identificables esos productos o servicios de la compañía, además de, tener un vínculo especial con el cliente o de crear una marca fuerte que les sirve para triunfar como empresas durante años.

En la empresas que están relacionados con la salud ocurre lo mismo, y alguna de ellas ni tan siquiera tienen departamentos que tenga en cuenta eso, tan solo lo dejan en manos de otras empresas externas. En este caso, se tendrá la oportunidad y la responsabilidad por mi parte de llevar dicha imagen de toda una empresa que ha puesto en marcha recientemente y de crear desde cero su identidad corporativa.

Igualmente, es un reto personal por el cual uno se enfrenta ya que casi es una oportunidad porque nunca me he enfrentado a colaborar con una empresa, pero el hecho de obtener esa gran responsabilidad y de dar a conocer y poner en practica todo lo que se, me motiva para que dicho trabajo salga correctamente.

Me gusta mucho la comunicación, creo fielmente en que con un buen *feedback* se pueden solucionar muchos problemas y con ello todo lo relacionado con la parte comunicativa trataré de aplicar los conocimientos de diseño y programación web que tenía antes de iniciar en el máster junto con los nuevos adquiridos con el estudio del mismo.

Finalmente, todo el mundo sale beneficiado de la elaboración de este Trabajo Fin de Máster. Por mi parte, puedo empezar de esta forma el principio de lo que puede ser un futuro portfolio y lograr una experiencia personal que puede ser válida para mi desarrollo laboral, la empresa obtiene una identidad corporativa completa y posibilidad de atraer a futuros clientes, algo muy importante en las empresas de hoy día como se ha explicado anteriormente y los clientes, futuros clientes, vecinos de alrededor o de la ciudad de Sevilla obtienen una posibilidad de visitar y de tener un centro de fisioterapia cerca de ellos y que respondan a sus necesidades de salud.

2. Descripción/Definición

Como se ha descrito antes y explicado, la necesidad de hacer este Trabajo Fin de Máster es debido para cubrir una necesidad para la empresa que es cubrir la identidad corporativa de esta, ya que carece de esta, por lo que no tiene oportunidad de tener una imagen pública o marca corporativa.

Esto es debido a que es una empresa nueva, por lo que no ha tenido oportunidad de desarrollarla, además, muchos de los centros privados relacionados en el ámbito de la salud no tiene en cuenta que haya que cuidar muy bien su imagen pública y todo lo que le rodea, por lo que a veces no encuentran clientes, y al ser un centro de Fisioterapia, está dentro de este grupo. Pero gracias a la propuesta que les hice y fue aceptada posteriormente por la empresa, en este TFM se ha tenido la oportunidad de desarrollar esos factores, para que así futuros clientes del centro obtengan confianza en dicha en el Centro de Fisioterapia Miraflores y sobre todo tenga una visualización atractiva dentro del lugar donde estará situado.

Esa identidad corporativa que se ha construido se constituye de un producto principal que sería la elaboración de la página web, y se ha hecho hincapié en la implementación de SEO (optimización en motores de búsqueda) en la web. Se ha realizado desde cero programándolo con los lenguajes de HTML, CSS y JavaScript.

A su vez se ha elaborado o se ha creado en las siguientes características que han llevado a crear o complementar el producto principal:

- Establecimiento del logotipo
- Escritura del lema de la empresa
- Imágenes para la web y portada de las distintas redes sociales
- Creación de las Redes Sociales
- Elección de los colores corporativos
- Asignación de las fuentes tanto para la página web como para el logotipo

3. Objetivos generales y alcance

Los siguientes objetivos que se definen se basan teniendo en cuenta la característica temporal y la duración de este TFM. Hay objetivos principales y secundarios.

1. **Objetivos principales**

- Crear una identidad corporativa completa del centro de Fisioterapia.
 - Entregar elementos necesarios para la composición de esta.
 - Proporcionar un documento de tipo electrónico con fines informativos sobre el propio centro desarrollado.
 - Hacer hincapié en dicho documento, en la utilización correcta de la optimización en motores de búsqueda.

2. **Objetivo secundario**

- Reflejar y aplicar algunas competencias aprendidas durante todo este Máster en el TFM.

Y con todo esto, los alcances explicados serán:

1. Se utilizará para que el propio centro se beneficie de la propia identidad corporativa. Se creará la concepción del logotipo de la empresa con sus respectivas tipografías, los colores corporativos, creación inicial de sus redes sociales e imágenes correspondientes.
2. Se necesita, hacer una página web en formato de *landing page* programado en los lenguajes de *HTML5*, *CSS3* y/o *JavaScript*, cumpliendo así con los estándares web actuales. Tiene que tener una buena optimización y accesibilidad web.
3. La incorporación del posicionamiento en buscadores, servirá para la posibilidad de atraer a futuros clientes al centro de fisioterapia después del tiempo de su apertura y de estar activada la web.
4. Finalmente, se aplicará todo el conocimiento desde la creación de esta memoria hasta la creación y programación de los diseños reflejados en los objetivos principales.

4. Metodología y proceso de trabajo

En este Trabajo Fin de Máster principalmente se ha desarrollado un producto, que es el portal principal para que se vea esa identidad corporativa que antes se ha mencionado, aunque no sólo se ha realizado dicho producto en el desarrollo, sino que se ha creado todo lo que influye como los colores corporativos, las tipografías, el logotipo de la empresa, lema y demás factores para que el portal principal de dicha identidad tenga una cierta consistencia.

Como es una empresa que muy pronto va a salir al mercado, no tenía nada y entonces se le creó toda su identidad corporativa desde el principio y se ha hecho de esta forma para que haya un mutuo beneficio, tanto para la empresa para obtener una marca para los futuros clientes y para el alumno que dará gracias a este producto a conocer sus conocimientos.

4.1 Metodologías de desarrollo

Se ha seguido la metodología metodología iterativa e incremental ya que en las PECs no han sido tanto unas tareas en cascada (que en gran parte sí lo han sido), sino que se ha recibido constantemente feedback del profesor y se ha ido haciendo iteraciones e incrementándolo gracias a esas mejoras.

Después se le entregará el producto final adaptándose al formato de las entregas de las PEC ya que se tiene un modelo iterativo e incremental. Lo peculiar ha sido que primero se ha obtenido una investigación previa, acerca de su competencia para averiguar cómo está situado el mercado de la Fisioterapia actual. En base a la competencia se ha creado todos los elementos y de las páginas de los distintos centros y clínicas se han cogido las mejores características para poder aplicarlas al producto final de este Centro de Fisioterapia.

Más tarde se creó el logotipo, elección de las tipografías, el lema del centro, colores corporativos, se crearon algunas imágenes para la página web y finalmente, se desarrolló la página web en forma de *landing page*.

Esto se hizo para que la organización fuera más segura, aunque si un proceso no se finalizaba, el otro no se podía empezar.

5. Planificación

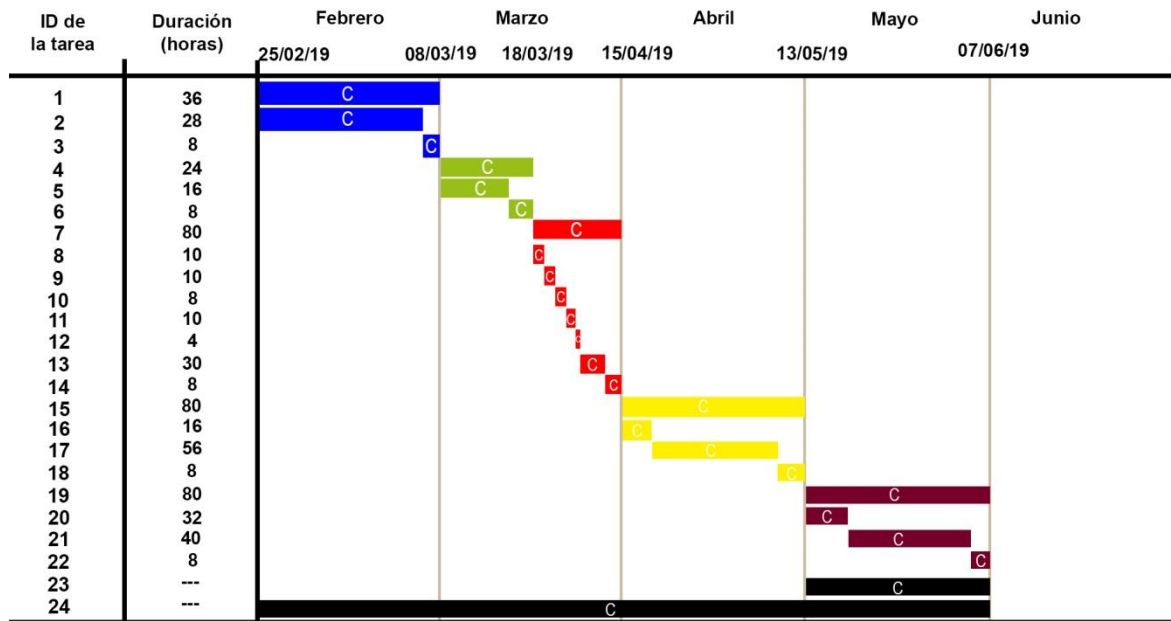
La actual planificación temporal que se ha realizado se ha basado en que el estudiante ha dedicado unas 4 horas de media en el TFM. Todas las tareas se prevén realizar en el año 2019, teniendo en cuenta que también se ha dedicado los días laborales, Jueves Santo, Viernes Santo y el Día del Trabajador, pero que los fines de semana se ha descansado, menos un sábado al final de la PEC5. Estas tareas que se van a identificar son las que se han realizado o se ha predicho que se van a realizar partir de ahora, en la cual se refleja las siguientes características: Las filas que están en negritas, corresponden a una actividad principal, mientras que las posteriores, son actividades secundarias.

Id de tarea	Nombre de la tarea / Hitos	Inicio	Fin	Horas consumidas
1	PEC 1: Propuesta formal del proyecto	25/02	08/03	(9 días x 4h) 36
2	Elección de la temática y del proyecto	25/02	06/03	28
3	Resumen de la propuesta, justificación y motivación	07/03	08/03	8
4	PEC 2: Mandato del proyecto y planificación	09/03	18/03	(6 días x 4h) 24
5	Investigación y análisis de la competencia	09/03	14/03	16
6	Planificación de las tareas	15/03	18/03	8
7	PEC 3: Entrega 1	19/03	15/04	(20 días x 4h) 80
8	Análisis corporativo de otras webs de fisioterapia	19/03	22/03	10
9	Elección de la tipografía del logo y para la web	22/03	26/03	10
10	Creación del logo del centro	27/03	28/03	8
11	Selección de los colores corporativos del centro	28/03	01/04	10
12	Confección de las redes sociales	02/04	03/04	4
13	Elaboración de algunos banners o imágenes para las redes sociales y web	03/04	11/04	30
14	Informe de trabajo	12/03	15/04	8
15	PEC 4: Entrega 2	16/04	13/05	(20 días x 4h) 80
16	Confeccionar y pensamiento del diseño de la página web (navegación, secciones, posibles textos, etc.)	16/04	19/04	16
17	Producción de la página web en formato de código (HTML, CSS y JavaScript)	20/04	09/05	56
18	Informe de trabajo	10/05	13/05	8
19	PEC 5: Cierre	14/05	07/06	(20 días x 4h) 80
20	Resolver posibles incidencias en el código web	14/05	23/05	32
21	Implementar en la página web un SEO (posicionamiento en buscadores) adecuado	24/05	04/06	40
22	Optimizar todos los códigos y recursos relacionados en la página web	05/06	06/06	8
23	Entrega final del producto y de la memoria	14/05		

	del TFM		07/06	---
24	Redacción y corrección de la memoria	25/02		
Total				300h

Tabla 1: Tabla de la planificación de este TFM

Más tarde, se refleja el Diagrama de Gantt como están distribuidas:



C= Tarea completada

Fuente: propia

Figura 1: Diagrama de Gantt del proyecto. Fecha de captura: 25 de mayo del 2019

5.1 Riesgos

Se citará algunos de los riesgos y problemas que puedan surgir, con sus posibles soluciones y es que hay un factor externo al TFM y es que durante el periodo de la realización de esta hay algunos días festivos e indirectamente pueden surgir compromisos culturales y sociales que hagan que no se adecue o tenga que saltar ciertos días para la realización de las tareas programadas. Pero para prevenir, en la propia planificación se ha añadido un margen en laguna tareas por si ocurre esto, tener margen para poder reaccionar a cualquier imprevisto.

Otro problema sería que la identidad no se encuentre disponible porque otra empresa tiene los derechos, pero para ello, se ha hecho una investigación exhaustiva y es por eso que todavía no hay esos tipos de problemas. Además, gracias al localismo se ha hecho una fácil dicha investigación y se ha evitado esa dificultad.

Finalmente, otro problema puede ser que la misma empresa no actualice contenido, ya sea en la web o en las redes sociales, por lo que tienen que contratar a un personal en comunicación o uno de los empleados que se encargue de ello, ya que si no lo hacen y queda su contenido desactualizado su imagen se vuelva un poco más negativa, por lo que la elaboración de la identidad publica sería una pérdida de tiempo ya que se pierde fuerza con respecto a la competencia.

6. Presupuesto

En esta siguiente tabla se refleja el presupuesto que se tiene cubierto según la planificación realizada con anterioridad.

Hay que tener en cuenta varias variables, el presupuesto está sujeto a este cliente, ya que se está teniendo en cuenta las horas de trabajo, pero cada presupuesto se debe adaptar a cada cliente en concreto. En este caso se ha cobrado y teniendo en cuenta las licencias de los softwares al completo, pero en otros presupuestos serían orientativos y sólo se cobraría una pequeña parte de su costo en compensación de los gastos de gestión. Asimismo, los precios se han cogido de portales confiables, donde se ha realizado una comparación y se ha puesto un precio estimado acorde con los conocimientos que se tenía y con el salario mínimo de dichos trabajos.

Id de tarea	Presupuesto	Herramienta	Horas	€ totales
1	0	Microsoft Word 2019	36	99/año (Lizengo, 2019).
2			28	
3			8	
4	0	Microsoft Word 2019	24	"
5		Mozilla Firefox	16	
6		Microsoft Word 2019	8	
7			80	
8	Analista SEO: 2000€/mes 65€/día (Bankinter, 2016).	Mozilla Firefox	10	130
9	0	Mozilla Firefox	10	0
9	Diseñador gráfico 18.224€/año 49€/día (Indeed, 2019).	Adobe Photoshop CC 290,17€/año (Adobe, 2019).	8	98 + 290,17 = 388,17
10	"	Mozilla Firefox	10	0
11	Community Manager 18.000€/año 48€/día (Navarro, 2018).		4	48
12	Diseñador gráfico "	Adobe Photoshop CC "	30	343 + 290,17 = 633,17€
13	0	Microsoft Word 2019	8	0
14	0		80	0
15	Programador web 22.500€/año 60€/día (Observatoriorh, 2018).	Papel y bolígrafo	16	240
16		-Sublime Text -Mozilla Firefox	56	840
17	0	Microsoft Word 2019	8	0
18		Mismas herramientas	80	"

19	0	usadas en la PEC4	32	
20		-Implantación en código HMTL -SEOquake -Screaming Frog SEO Spider Tool -Metricspot	40	0
21		Recursos online gratuitos en Internet	0	0
23		WinRaR y Adobe Acrobat Pro DC	0 y 179,88	179,88/año (2Acad.es, 2019)
24		Adobe Acrobat Pro DC	"	
Total				2558,22€

Tabla 2: Tabla del presupuesto acorde por la creación del producto. Fuente propia.

7. Estructura del resto del documento

En los siguientes puntos de esta memoria, se muestran por orden cronológico los diferentes pasos que se han seguido a la hora de desarrollar dicha identidad corporativa, con los correspondientes contenidos de cada capítulo y su relación con el trabajo en global.

- **Capítulo 2: Análisis**

Aquí se explicará sobre todo el Estado del Arte y lo antecedentes para conocer en qué se ha basado para crear los diseños que más tarde se explicarán.

- **Capítulo 3: Desarrollo del producto**

En este capítulo, se detallará el proceso por el cual se ha ido creando todo. Además, de las decisiones de creación de cada sección para llegar al producto final.

- **Capítulo 4: Implementación**

Se explicará en este apartado cómo y qué hay que instalar para que se pueda ver correctamente le producto final.

- **Capítulo 5: Conclusiones y líneas de futuro**

Este será el último capítulo. Se aclarará las conclusiones finales y varias a las que se ha llegado tras la creación y desarrollo de todo el Trabajo Fin de Máster.

Capítulo 2: Análisis

1. Estado del arte

Con respecto al proyecto que se va a realizar, el estado del arte se focalizará en algunas similitudes con respecto a algunas empresas en la actualidad donde son centros de fisioterapia y se conllevará un análisis de sus identidades corporativas. En concreto, se explican los siguientes puntos o pasos:

1.1 Identidades corporativas de otros centros de fisioterapia

En este apartado se analizará algunas identidades corporativas de otras clínicas o centros de fisioterapia en España.

En la actualidad, es indispensable que una empresa tenga presencia en internet, debido a que un gran porcentaje de personas buscan información en internet cuando quiere conocer o saber algo.

Hay un sorprendente dato y es que el 96% de los jóvenes usa internet, la mayoría a diario, y el 83% utiliza redes sociales. Las personas menores a 29 años utilizan más este medio para buscar en relación y lo mayores superior a dicha edad, utilizan los medios de comunicación tradicionales. Por otro lado, el uso de las redes sociales por parte de los jóvenes es generalizada, con un 83 por ciento de usuarios, frente al 21 por ciento de usuarios adultos. Entre los jóvenes, el 78 por ciento usa Facebook mientras que en los adultos el 90 por ciento opta por Facebook. (Europa Press, 2012).

Si se tiene en cuenta esto, quiere decir que si un joven o un adulto quieren buscar información sobre algo en concreto, uno de los primeros medios en Internet, por lo que hay que tener presencia y ver cómo posibilidad de tener en cuenta esa vía y crear presencia en las redes sociales, ya que una oportunidad para los futuros clientes de consultarnos cualquier duda.

En el mundo de la salud en España, ocurre algo parecido. De todas las miles y miles de consultas que se hacen por la red, en el mundo relacionado con la salud, que el sector que nos interesa, también realizan búsquedas y es que más del 60% de los españoles realiza consultas sobre su salud en internet, lo que equivale a seis de cada 10 españoles. (Viso, 2017).

De todas estas consultas, se ve el porcentaje de consultas que hacen los españoles, un 52,1% de la población española navega por internet para buscar información sobre algún diagnóstico o enfermedad y, además, el **46,5% busca centros, instituciones y servicios de salud** y el **30,2% un médico específico**. (Martínez, 2018). Datos muy simbólicos que nos indican que estas personas buscan información o consultas para ser tratadas por alguien en concreto o en una institución, lo que es relevante si se quiere poner un negocio de salud en Internet.

En resumen, si se quiere una vía para ser visto en un ámbito donde hay mucha audiencia, es sin duda, Internet. También es bueno tener dicha visibilidad con una identidad corporativa, define la personalidad de un negocio. La identidad dicta tipos de empleados, la apariencia de productos, o el embalaje del producto, básicamente es ver su personalidad lo que sería una imagen pública que según la mire el cliente le dará buena o mala impresión, por lo que sí es buena, podrá atraer más fácilmente a este.

Igualmente, es la realidad de la corporación de la personalidad única e individual de la empresa que lo diferencia de otras compañías. (González, 2019).

Así, es la suma de percepciones e impresiones que el público construye alrededor de esa marca o empresa. Así que definir de manera consciente los rasgos de la identidad corporativa y diseñar una estrategia de comunicación coherente, es de gran importancia, porque todo lo que la empresa haga y diga repercutirá en su identidad, ya sea consolidándola o debilitándola. Sólo así se conseguirá lo que se quiera que piensen de dicha empresa. (Gallegos, 2019).

Es por ello, que en cuestión de los datos recogidos, se ha hecho una búsqueda y en los primeros resultados de Google (se ha elegido este buscador ya que se considera que es el buscador clave e influencia en el mercado actual) se ha recogido las siguientes empresas en el que se ha reflejado en la siguiente tabla. Para el análisis, se ha tenido en cuenta estos aspectos. Se ha visitado su web, porque se ha considerado que es el mejor portal para las identidades corporativas de las empresas.





Empresas/aspectos	Novofisio (Novofisio, 2019)	Fisiocurarte (Fisiocurarte, 2019)	Fisiocam (Fisiocam, 2019)	OnFisioterapia (onfisioterapia, 2019)
Logotipo				
Colores corporativos	#71bf44, #ffffff, #000000, #acb0b6	#742a6f, #ffffff, #000000, #884e85	#104c9f, #ffffff, #083776, #f7f7f7	#c8530f, #ffffff, #c8530f, #313330,
Tipografías Logo/Web	Desconocida/Open Sans	Desconocida/Rubik y Freight-sans-pro	Verdana Bold/Raleway y Lato	Desconocida/Teen Light y Montserrat
Redes sociales	Facebook	Facebook y Twitter	Facebook, YouTube y Google +	Facebook e Instagram
Lugar	San Sebastián de los Reyes	Madrid	Barcelona	Alcobendas

Tabla 3: Tabla comparativa de las identidades corporativas de empresas de Fisioterapia. Fuente propia.

Resultado: Con los resultados obtenidos, ya se puede estar mejor orientado en cuanto a la identidad corporativa de la empresa, con lo que se tendría que escoger colores muy claros o que tengan contrastes como el blanco y el negro para la web y para el logotipo e identidad utilizar o bien un color verde o azul, debido ya que es muy predominante y popular en empresas de la salud usar esos colores.

Los servicios de salud confían en el azul más que ningún otro sector. El azul aparece en el 85% de todos sus logos, ya que los consumidores identifican el azul con el conocimiento, la tranquilidad, la seguridad y la confianza. Los líderes del sector se decantan por el blanco en el 36% de las veces, mientras que, según la web 99designs, el verde es el segundo color más demandado por el 40% de las empresas del sector. (Bathi, 2019). Además, utilizar mínima una red social, que es Facebook y sobre

todo que en el logo esté reflejado el nombre de la empresa a ser posible. Se debe utilizar una fuente para la web *sans-serif* y para el logo algún detalle artístico, es decir, que no sea una fuente muy común y que incorpore una identidad relacionado con la fisioterapia.

Teniendo en cuenta, todo lo que se ha comentado anteriormente, ya se puede crear la identidad.

1.2 Análisis SEO de la competencia

Aquí se examinará las diversas páginas web que es una parte importante dentro de cada identidad corporativa de una empresa y ya sean de clínicas o centros de fisioterapia y se examinarán las que se sitúen en el barrio donde se va a situar el centro de fisioterapia a la que vamos a crear dicha identidad corporativa, teniendo especial importancia en el factor desde la perspectiva del SEO.

Posteriormente, después del análisis, nos servirá para hacer un modelo que la diferencie de la competencia. Aunque hay que hacerse una pregunta: ¿Por qué realizar una web? Cuando una empresa tiene una página web, no solo eleva su prestigio, a la vez permite que los clientes aumenten su nivel de confianza en el producto o servicio que ofrece. Además, aporta muchas ventajas en la empresa, como por ejemplo, obtienes más alcance de público, prestigio y calidad, sirve para obtener una tarjeta de presentación de la empresa y asimismo, en comparación a otros medios publicitarios el mantenimiento de una página es relativamente económico. (Impulsa, 2015). Por otra parte, también es importante destacar en la web tener un buen posicionamiento en buscadores, ya que es necesario para ayudar a los motores de búsqueda a entender sobre qué trata cada página y si es o no útil para los usuarios. (40deFiebre, 2019). Pero la clave para lograr esto es estar entre las opciones que se presentan a un visitante potencial cuando este realiza una búsqueda en la que introduce unas palabras clave similares a las que nosotros tenemos como referencia de aquello que se comercializa o se tiene. Por ejemplo, posicionar con fisio sevilla. (Aigen, 2018).

A continuación, es por eso mismo, que se quiere transmitir esto en el Trabajo Fin de Máster y así, estas son las páginas webs de las empresas de la competencia del barrio y que se han buscado previamente por Google Maps para su identificación. Para el SEO se ha utilizado la herramienta <https://www.seoquake.com/index.html> y para la optimización, <https://developers.google.com/speed/pagespeed/insights/>, en la parte del móvil para saber si tiene buena adaptación:

Datos/Webs	Dominio	Código realizado	SEO	Optimización móvil	RWD
Amoga Salud (Amoga, 2019) Ver: Figura 2.	http://amogasalud.com/	WordPress 4.6.14	2 errores	75/100	Sí
Fisioterapia en Sevilla Manuel Valdivieso (Valdivieso, 2019)	No tiene página web				
Nura Fisioterapia (Nura, 2019) Ver: Figura 3.	https://www.nurafisioterapia.com/	WordPress 4.9.8	4 errores	48/100	Sí
Crux Roxa Rehabilitación (Cruxroxa, 2019) Ver: Figura 4.	https://fisioterapia-sevilla.com/	WordPress 4.8.9	1 error	7/100	Sí
Fisioterapia Macarena -	http://www.fisioterapia	HTML, CSS y	2	69/100	Sí

León XIII (Macarena, 2019) Ver: Figura 5.	-macarena.es/	Bootstrap	errores		
Clínica de Fisioterapia Acedo & Martín (Acedo & Martín, 2019)	No tiene página web				
Fisioterapia La Rosaleda (Rosaleda, 2019) Ver: Figura 6.	http://www.flarosaleda.com/	HTML y CSS	11 errores	100/100	No
Physial (Physial, 2019) Ver: Figura 7.	http://www.physial.es/	WordPress 4.5.17	3 errores	22/100	Sí
AJPhysio (AJPhysio, 2019)	No tiene página web				
Clínica Tartessos (Tartessos, 2019)	No tiene página web				

Tabla 4: Tabla comparativa de las páginas webs de la competencia. Fuente propia

Y algunos diseños de dichas webs del barrio en Sevilla de sus páginas de inicio son las siguientes:

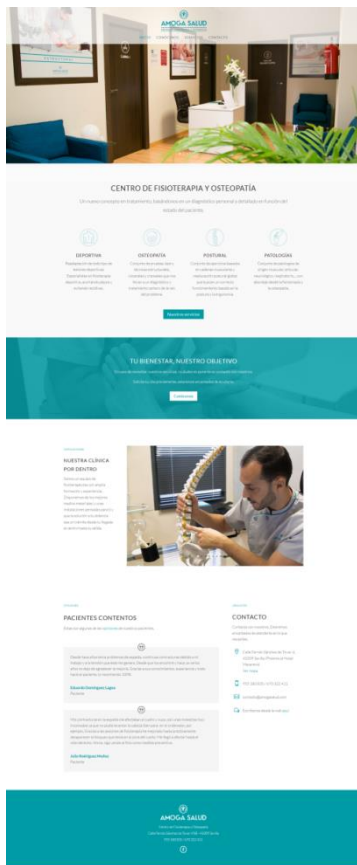


Figura 2: Diseño elegante y atractivo a la vista. Utiliza muy bien los colores corporativos.



Figura 3: Es la que más contenido tiene de todas y portada diferente.

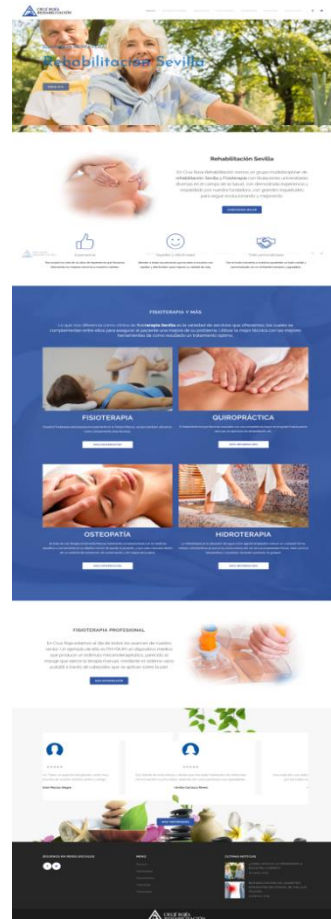


Figura 4: Diseño corporativo bueno, además de añadir la opinión de los clientes.

**Diseño y desarrollo de la identidad corporativa de un Centro de Fisioterapia
Máster Universitario de Aplicaciones multimedia
Víctor Moreno Marchal**



Figura 5: Es la que nos enseña que hay dentro de la clínica, pero las foto no son muy profesionales. Landing page sencilla.



Figura 6: Es la que menos contenido tiene de todas y la más sencilla de todas, pero no tienes apenas información.

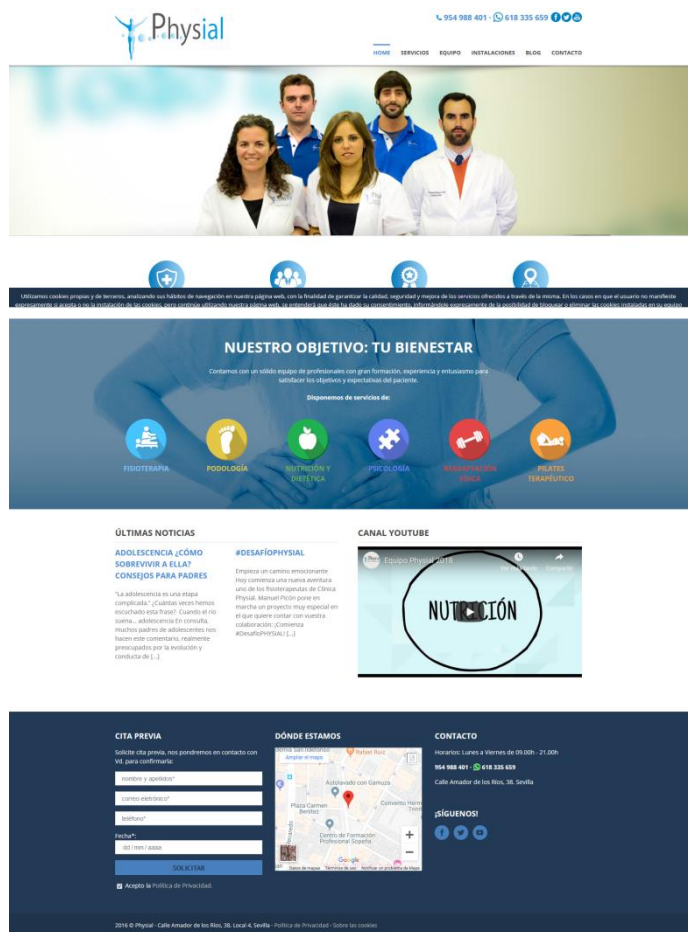


Figura 7: Es la que más ha dado protagonismo a los profesionales que trabajan en ella. Tiene una fuerte identidad corporativa.

1.3 Conclusiones del análisis

Finalmente, se va describir con respecto a todo lo anterior, estas conclusiones:

Arriba se comenta como sería la identidad corporativa en completo y la forma de realización, pero para la creación de esta es conveniente seguir algunos patrones que antes se ha comentado con respecto a la competencia y en base eso crear una diferente para que tenga diferenciación. Así, hacer hincapié en la web y en su posicionamiento, ya que sirve de portal para la mejor visualización de la identidad en los lenguajes de HTML y CSS ya que aunque se use mucho el CMS de WordPress, así se podría demostrar los conocimientos de programación adquiridos en este Máster. Adicionalmente, cada vez que se haga una tarea al completo, revisarlo y entregársela al cliente para ver si le gusta o no y entregárselo con tiempo ya que si hiciera falta, tener margen para poder realizar los ajustes y cambios de dichas tareas.

Capítulo 3: Desarrollo del producto

A continuación se explicará cómo se han realizado cada una de las tareas (incluido el producto final) y el porqué de su elección, ya que han servido de apoyo para la creación de la página web. El orden de las tareas es el mismo que sigue en la planificación, puesto que así la organización ha sido más llevadera y las decisiones se han tomado con mayor facilidad al seguir dicho orden.

1. Análisis corporativo de las webs de fisioterapia

Se ha tenido en cuenta las webs de las clínicas y centros que se encuentran alrededor del lugar donde va a estar este Centro de Fisioterapia. Se ha utilizado la herramienta de Google Maps, para el rastreo de dichas clínicas, donde en la siguiente imagen se ve reflejado el posicionamiento a nivel físico-geográfico del centro. Además, para se ha profundizado en el aspecto de diseño y de contenido de dichas webs, ya que anteriormente se analizó el SEO y el desarrollo de estas. En esta ocasión, se examinó de manera que se ha cogido aspectos similares o elementos parecidos entre ellas y que nos servirán para dar forma y obtener personalidad próximamente en la elaboración de la página web de dicha empresa. Algunos son:

El uso de un menú muy parecido entre todas ellas, información completa en el footer donde hay un resumen de toda la web o por lo menos hay algunos aspectos importantes de información; uso de un *carousel* en la portada de la web, secciones que contienen las terapias, especialidades o tratamientos que tienen a disposición o que tratan; algunas imágenes del centro, teniendo en cuenta los colores corporativos, el equipo con el que está formado la clínica y por supuesto una pestaña de “quienes son” explicando de qué se trata el trabajo que hacen. Como curiosidad, algunas traen un formulario ya sea en una de sus páginas o en el footer y adicionalmente un formulario para pedir cita incorporando sus vías de contacto.



Figura 8: Imagen donde se encuentra la localización del centro.

Legenda: El punto negro indica donde se va a situar el Centro de Fisioterapia Miraflores. Fecha de captura: 12 de marzo del 2019. Barrio en Sevilla (España). (Fisioterapia, 2019).

Algunos de los aspectos cuando se tuvo en cuenta para la realización de la web:

- Menú: La mayoría coinciden en los que en su menú aspectos esté la siguiente categorías, y al lado de esta tienen el logo de la empresa:
 - o Inicio: Casi toda la información reside aquí y los enlaces internos para hacer de conexión al resto de las páginas.
 - o ¿Quiénes Somos?: Da a conocer tanto el personal de la clínica como las instalaciones.
 - o Servicio: No hay pestaña activa pero si muestra las especialidades en un sub-menú, algunas de estas se encuentra en el index.html y otras en otra pestaña.
 - Especialidad de la clínica.
 - Especialidad de la clínica.
 - Etc.
 - o Contacto: Formulario de contacto y redes sociales.



Figura 9 y 10: Capturas de pantalla procedentes de la web de un centro. Fecha de captura: 12 de marzo del 2019. (Macarena, 2019).

- Footer: introduce la información completa sobre algunas de sus vías de contacto, tiene también el menú allí (a pesar que tiene el menú fijado), básicamente se tiene un resumen de toda la web o por lo menos algunos aspectos importantes como un pequeño resumen de esta.



Figura 11: Capturas de pantalla procedentes de un footer de un centro de fisioterapia. Fecha de captura: 12 de marzo del 2019. (Nura, 2019).

- *Carousel* en la portada: Esto hace que sea imprescindible para atraer la atracción del usuario o futuro cliente, como por ejemplo:



Figura 12: Capturas del carrusel procedentes de un footer de un centro de fisioterapia. Fecha de captura: 12 de marzo del 2019. (Crurox, 2019).

- Secciones: las cuales contienen las terapias, especialidades o tratamientos que tienen a disposición o que pueden tratar en dicha clínica. Ya sea en una sección del *index*, como en una nueva pestaña expresan con detalles cuáles son sus propósitos y de que se tratan esas técnicas, por si algún cliente no conoce esa técnica para que se familiarice. De este modo, intenta generar confianza al cliente para hacerle ver de manera indirecta que son expertos y de hecho merece la pena que vayan a la clínica.



Figura 13: Capturas de la sección de una web procedente de un footer de un centro de fisioterapia. Fecha de captura: 12 de marzo del 2019. (Amoga, 2019).

- Imágenes del centro: Algunas imágenes de los centros son los siguientes.



Figura 14: Capturas de la sección de una web procedente de un footer de un centro de fisioterapia. Fecha de captura: 12 de marzo del 2019. (Amoga, 2019).

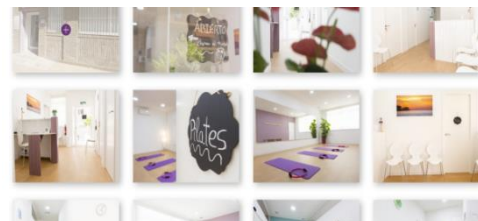


Figura 15: Capturas de la sección de una web procedente de un footer de un centro de fisioterapia. Fecha de captura: 12 de marzo del 2019. (Nura, 2019).

Las instalaciones la vamos a descartar para ponerla en la web, debido a que en el centro que nos ocupa, todavía está en fase de construcción, por

lo que actualmente no disponemos de imágenes del centro en físico. Más tarde, cuando se inaugure, subiremos fotos y se creará una página en la web con el nombre de esta.

- Colores corporativos y rrs: Aquí se destaca principalmente y se visualiza preferentemente la identidad de los sitios web, por lo que consecuentemente el diseño web, está bien realizado, es por eso, que se debe tener en cuenta ya que así es una de las vías por la que el cliente se sienta cómodo y confiado. Algún ejemplo de la utilización de esa identidad, sería:



Figura 16: Captura de la sección de una web procedente de la cabecera. Se refleja el uso de los colores corporativos. Fecha de captura: 12 de marzo del 2019. (Physial, 2019).

- Formulario: Algunas de las funciones de contacto más importantes para tener una comunicación cliente-empresa ya la vez tan simples es tener un formulario de contacto en la web en la que bien se puede pedir presupuesto, pedir o cambiar una cita o incluso pedir información. Es por eso, que casi todas estas web la tienen por lo que debe ser un aspecto en cuenta para ponerlo en la página web futura.



Figura 17: Capturas de la sección de la cabecera de un centro de fisioterapia. Se refleja el uso de los colores corporativos. Fecha de captura: 12 de marzo del 2019. (Amoga, 2019).



Figura 18: Capturas de la sección de la cabecera de un centro de fisioterapia. Fecha de captura: 12 de marzo del 2019. (Nura, 2019).

2. Elección de las tipografías

Se ha optado principalmente por un tipo de letra de sans-serif ya que le da sencillez y un estilo minimalista. Están adjuntas dentro del directorio carpeta “Archivo de trabajo” > carpeta “Fuentes”.

La razón principal de elegir estas mismas tipografías es debido a su uso libre y de ser libre de derechos de autor, además de no necesitar reconocer al autor porque de esta manera podemos apoyar todo nuestro contenido sin tener que depender de ninguna otra empresa y encima cualquiera puede obtener dichas fuentes. Igualmente, se ha dividido finalmente en la elección de las tipografías para la web y el logo, en las siguientes tipografías:

2.1 Para el logotipo:

Sunflower Font – Medium, Light

Sunflower es una fuente coreana y latina que presenta curvas geométricas parciales y esquinas redondeadas. Además, esta fuente también se utiliza para las imágenes y documentos que tenga que ver con la empresa de fisioterapia.

A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M
N	O	P	Q	R	S	T	U	V	W	X	Y	Z
a	b	c	d	e	f	g	h	i	j	k	l	m
n	o	p	q	r	s	t	u	v	w	x	y	z
0	1	2	3	4	5	6	7	8	9			

Figura 19: Ejemplo de la tipografía usada. Fecha de captura: 12 de marzo del 2019. (Sunflower 2019).

2.2 Para la página web y otros elementos corporativos:

Open Sans – Regular

Es un tipo de letra humanista donde en esta versión contiene el conjunto completo de caracteres 897 y fue diseñado con una tensión vertical, formas abiertas y una apariencia neutral pero amigable. Optimizado para las interfaces de impresión, web y móvil. (Matteson, 2019). Se utilizará para los textos explicativos y o los que tengan mucho volumen de contenido.

Roboto – Black, Medium

Este tipo de letra tiene un esqueleto mecánico y las formas son en gran parte geométricas donde la fuente presenta curvas amigables y abiertas, permitiendo que las letras se acomoden en su ancho natural. Así se hará para un ritmo de lectura más natural que se encuentre más en los tipos humanistas. (Robertson, 2019). Se utilizará principalmente para los títulos y subtítulos dentro la web.

ABCČĆDĎEFGHIJKLMNOPQRSŠTUVWXYZŽabcčćd
đefghijklmnopqrsštuvwxyzžАБВГГДЂЕЁЄЖЗСИІЇ
ЙЈКЛЉМНЊОПРСТЉУЎФХЦЧЏШЩЪЫЬЭЮЯабвг
гђђеёежзсиіїйјкљмњопрстђуўфхцчџшщъыь
эюяАВГДЕΖΗΘΙΚΛΜΝΞΟΠΡΣΤΥΦΧΨΩαβγδεζηθικ
λμνξοπρστυφχψωάΑέΈήΐίΌόύϋΎΎΩΆΆΈΌσ
Ўăâêôσι1234567890'?'!"(%)[#{@}/&\<-+÷×=>©
©\$€£¥¢\$;,:;,*

Figura 20: Ejemplo de la tipografía usada. Fecha de captura:
13 de marzo del 2019. (Matteson, 2019).

ABCČĆDĎEFGHIJKLMNOPQRSŠTUVWXYZŽabcčćd
đefghijklmnopqrsštuvwxyzžАБВГГДЂЕЁЄЖЗСИІЇ
ЙЈКЛЉМНЊОПРСТЉУЎФХЦЧЏШЩЪЫЬЭЮЯабвг
гђђеёежзсиіїйјкљмњопрстђуўфхцчџшщъыь
эюяАВГДЕΖΗΘΙΚΛΜΝΞΟΠΡΣΤΥΦΧΨΩαβγδεζηθικ
λμνξοπρστυφχψωάΑέΈήΐίΌόύϋΎΎΩΆΆΈΌσ
Ўăâêôσι1234567890'?'!"(%)[#{@}/&\<-+÷×=>©\$€
£¥¢\$;,:;,*

Figura 21: Ejemplo de la tipografía usada. Fecha de captura:
13 de marzo del 2019. (Robertson, 2019)

3. Creación del logo del centro

Se ha invertido mucho tiempo, ya que su importancia es primordial debido a que es un elemento para que el usuario pueda identificar esta empresa y todos los elementos que tienen relación con ellas. Todas las pruebas de los logos y los distintos identificadores de los logotipos están adjuntas dentro del directorio carpeta "Archivos de trabajo" > Carpeta "Logotipo".

Tras varias pruebas, se ha decidido la elección del siguiente logotipo, donde se dará a conocer el porqué de su elección y el conocimiento de sus elementos.

-Títulos: Se ha expresado en mayúscula el nombre de Miraflores para destacar el nombre del centro y se ha colocado arriba porque a continuación se encuentra el símbolo de la flor y es una manera de facilitar la memoria del espectador del logo. Después, el subtítulo "Centro de Fisioterapia" se encuentra abajo para indicar de que trata la empresa y una vía de recordar cual es la actividad principal y se ha puesto más pequeño para que no sea fácil a la vista y así que no sea un elemento más a recordar.

-Flor: Es una flor de lotto, donde significa pureza espiritual, un recordatorio de la tranquilidad y paz, pero más concretamente el lotto azul, que es el color principal de nuestro logo (más tarde, se explicará el porqué de su elección), significa que es el triunfo del espíritu sobre sentidos, donde aporta toda la sabiduría de cuándo y cómo actuar con nuestros semejantes. (Zurita, 2019). Esto nos hace indicar que dará paz y tranquilidad, a la vez indicando que con nuestra sabiduría sabremos cómo actuar en todo momento. La imagen original, que se ha modificado, se encuentra a la derecha.



Figura 22: Flor original utilizada. Fecha de captura: 13 de marzo del 2019. (Ciker-Free-Vector-Images 2, 2014)

-Manos: Símbolo más común de un fisioterapeuta ya que casi es la herramienta que más utiliza para poder curar y lograr la rehabilitación de cada paciente. Con esto, se indica que está sujetando a la flor, es decir, a lo espiritual, en este caso a todos los males que sufre el paciente. La imagen original, se encuentra a la derecha.



Figura 23: Manos original utilizada. Fecha de captura: 13 de marzo del 2019. (GDJ, 2017)

-Columna vertebral: Otro símbolo importante, ya que si nos referimos al ámbito de la salud es la que sujeta al cuerpo y hace que nos podamos estar de pie y sustentarnos. En este caso, también actúa de nexo entre la flor y las manos dando a entender la conexión. A su vez, sirve para poder servir de tallo, de la misma flor, por lo que el poder espiritual y poder de sanar el cuerpo estarán unidos entre sí. La imagen original, se encuentra a la derecha.



Figura 24: Columna original utilizada. Fecha de captura: 13 de marzo del 2019. (Braetschit, 2017)




Estas imágenes están obtenidas por medio de la plataforma de Pixabay, las cuales no necesitan atribución del autor, se pueden modificar los contenidos y se puede utilizar de forma gratuita para uso comercial. Por lo que mi logo tiene ese mismo patrón, puede utilizarse, modificarse y es de uso libre por lo que se pueden escoger

para crear otra obra distinta, pero nunca coger ese logo y llevarlo con el mismo diseño para ponerlo con distinto nombre, ya que la autoría de ese mismo diseño pertenece al Centro de Fisioterapia Miraflores. (Pixabay, 2019). Asimismo, se mostrará a continuación, los logos definitivos creados en distintas versiones.



Figura 25: Captura con todas las versiones finales del logo. Fecha de captura: 13 de marzo del 2019. (Fuente: propia).

Ahora se van a presentar todas de las versiones antiguas, antes de la definitiva, de las que fueron las siguientes:

Títulos:	Prueba 1	Prueba 2	
Imágenes definitivas	<p style="text-align: center;">CENTRO DE FISIOTERAPIA Y OSTEOPATIA</p>  <p style="text-align: center;">Figura 26: Imagen de una versión anterior del logo. (Fuente: propia).</p>	<p style="text-align: center;">CENTRO DE FISIOTERAPIA Y OSTEOPATIA</p>  <p style="text-align: center;">MIRAFLORES V.1</p> <p style="text-align: center;">Figura 27: Imagen de una versión anterior del logo. (Fuente: propia).</p>	<p style="text-align: center;">CENTRO DE FISIOTERAPIA Y OSTEOPATIA</p>  <p style="text-align: center;">MIRAFLORES V.2</p> <p style="text-align: center;">Figura 28: Imagen de una versión anterior del logo. (Fuente: propia).</p>






<p>Imágenes usadas</p>	 <p>Figura 29: Imagen de una flor original utilizada. Fecha de captura: 13 de marzo del 2019. (Pixnio, 2017)</p>  <p>Figura 30: Imagen de un Hamsa original utilizado. Fecha de captura: 13 de marzo del 2019. (Combes, 2015)</p>	 <p>Figura 31: Imagen de una flor original utilizada. Fecha de captura: 13 de marzo del 2019. (Maxpixel, 2019)</p>  <p>Figura 32: Imagen original utilizada de personas. Fecha de captura: 13 de marzo del 2019. (Conmongt, 2019)</p>  <p>Figura 33: Imagen de un Hamsa original utilizado. Fecha de captura: 13 de marzo del 2019. (Combes, 2015)</p>	
<p>Razones del descarte</p>	<p>No daba imagen de ser un logo para un centro propiamente de fisioterapia, sino más bien para ser un centro <i>herbolario o relación con la religión budista.</i></p>	<p>Tenía una forma rara y al cliente no le gustaba que se le pusiera lo de las personas tratando, no era muy acorde a la identidad corporativa que se pedía. Demasiado simple, uso de muchas mayúsculas.</p>	<p>No le gustó al cliente, por lo que para crear el logo definitivo, se basó en lo que el cliente quería. Cambiamos el tipo de flor, eliminamos nuestro concepto y la forma de las manos. Así también, se decidió cambiar el color porque no era suficiente atractivo.</p>

Tabla 5: Tabla sobre la explicación de las anteriores versiones del logo

4. Selección de los colores corporativos

Gracias a la creación del logotipo se pudo completar todos los colores corporativos. A continuación, se pasara su información en RGB, CMYK y hexadecimal con su respectiva explicación. Estos nos servirá para usarlos en carteles, web, publicidad, logo, etc. Esto son los siguientes colores corporativos con sus correspondientes explicaciones:







	RGB: 111, 145, 199 CMYK: 72, 38, 8, 0 Hexadecimal: #6f91c7	Es el color principal, da sensación de confianza y constancia, es el color más usado en empresas relacionadas con la salud. Incorporado en el logo
	RGB: 199, 165, 111 CMYK: 22, 39, 65, 0 Hexadecimal: #c7a56f	Es el color contrario al azul, se utilizara para los enlaces en la web y para complementar otros aspectos, da sensación de equilibrio y esperanza
	RGB: 176, 176, 176, CMYK: 36, 27, 28, 0 Hexadecimal: #b0b0b0	Da sensación de paz y tranquilidad. Se utilizará para apoyar algunas secciones en la página web o en el footer
	RGB: 38, 38, 38 CMYK: 83, 81, 71, 58 Hexadecimal: #262626	Se utilizará principalmente para el footer de la web. Tiene las mismas características que el color negro.
	RGB: 0, 0, 0 CMYK: 84, 83, 73, 80 Hexadecimal: # 000000	Significan pureza y elegancia, son colores principales a combinar en cualquier lado, en nuestro caso en la web o en cartelería. Se combinarán dependiendo del fondo que le acompañen.
	RGB: 255, 255, 255, CMYK: 0, 0, 0, 0 Hexadecimal: #ffffff	

Tabla 6: Tabla sobre la explicación de los distintos colores corporativos

5. Confección de las redes sociales

Las redes sociales también es un punto importante ya que es una parte de comunicación con los futuros clientes del centro. Se ha creado por ellos las redes sociales, que además la portada para cada una de dichas redes. Las redes escogidas son Facebook y Twitter, aunque esta última se usará menos.

Las redes sociales son las siguientes:

Twitter: <https://twitter.com/FisioMiraflores>

Facebook: <https://facebook.com/FisioMiraflores>

Facebook no está pública, porque hasta que no se inaugure la clínica no se abrirá las redes, por lo que no se verá nada público, aunque a continuación, se verá las portadas para ver cómo quedaría:

Facebook

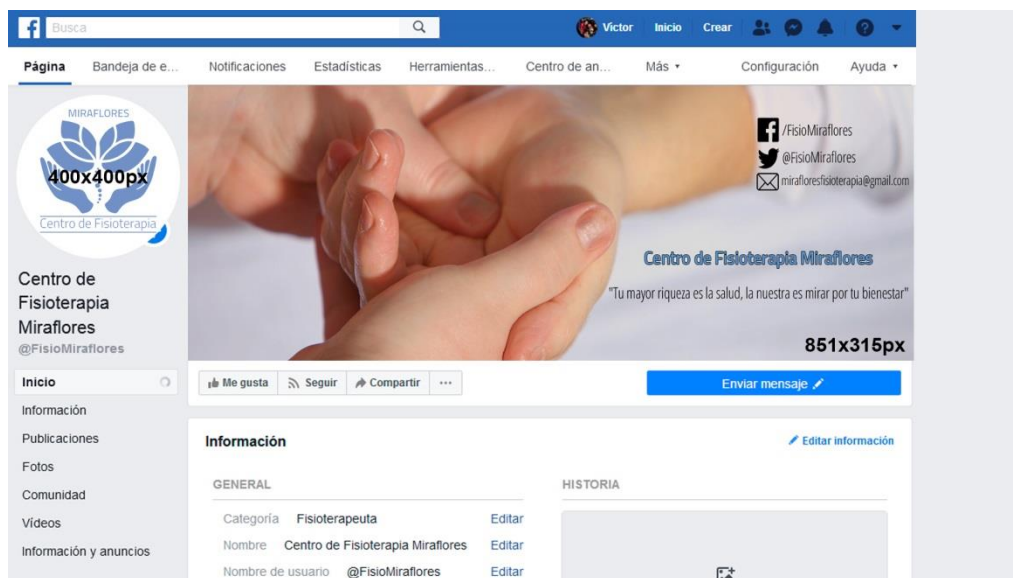


Figura 34: Captura de Facebook. Fecha de captura: 30 de marzo del 2019. (Fuente: propia)

Twitter

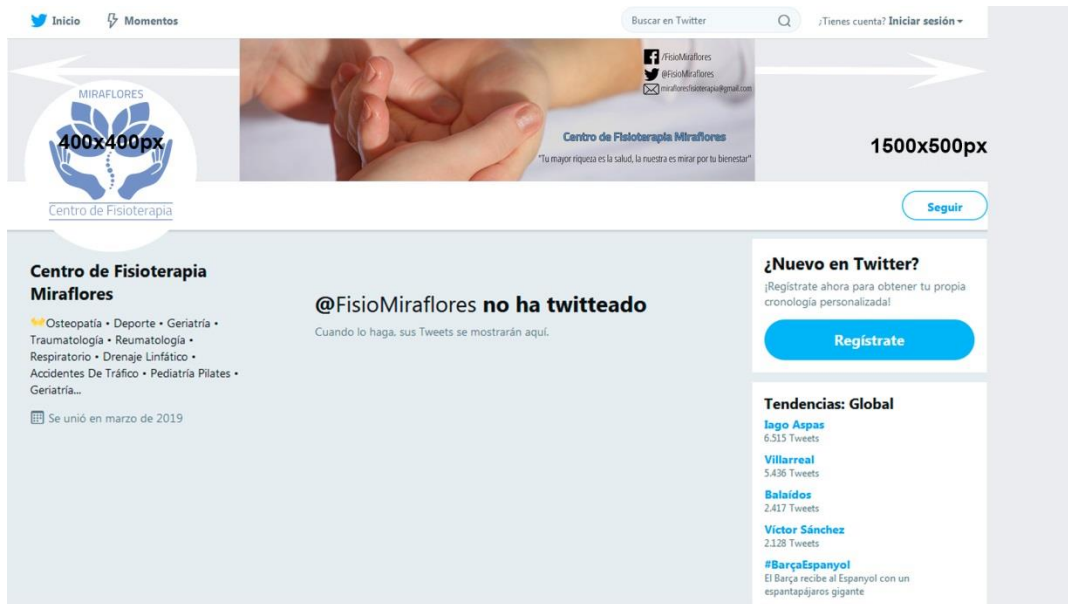


Figura 35: Captura de Twitter. Fecha de captura: 30 de marzo del 2019. (Fuente: propia)

A su vez, se utilizó la imagen de las manos, libres de derechos de autor para apoyarnos en su creación. En la web también todas las fotos que habrá será con libres de derechos de autor, debido como la clínica no está creada, pues no dispone de material real para colocarlo.



Figura 36: Fotos de las manos utilizadas para las redes sociales. Fecha de captura: 14 de abril del 2019. (Pxhere,2017)

Como curiosidad, en esa portada se le ha añadido el lema que puede representar a la empresa y que iría también en la portada de la página web. Sería la siguiente:

“Tu mayor riqueza es la salud, la nuestra es mirar por tu bienestar”

Así, se podría ver que lo que le preocupa a este Centro de Fisioterapia es la salud y el bienestar de sus clientes y por ello, se intentaría en todo momento y se pensaría en su posterior rehabilitación, generando un voto de confianza al espectador que lo vea. Si se quiere ver con más detalle de calidad los archivos, están situados en la carpeta “Archivo de trabajo” > carpeta “RRSS”.

6. Elaboración de algunas imágenes para las redes sociales y web

Se ha creado un cartel que será expuesto antes de la apertura de la clínica en el local (que el cliente nos lo pidió), además de, crear y recopilar varias imágenes para la página web (para la portada y para la home-page) ya que está indicado una serie de fotografías para una sección de la web y tres fotografías para un *carousel* en la portada de la página inicial de la página web.

6.1 Cartel de apertura

Con respecto al cartel creado antes de la apertura de la clínica, nos basamos en base a un cartel que el cliente nos pasó y en base a eso, creamos uno para ellos.



Figura 37: Imagen del cliente. Fecha de captura: 4 de marzo del 2019. (Fuente: cliente)

Figura 38: Propuesta finalista de imagen. Fecha de captura: 4 de abril del 2019. (Fuente: propia)

Consecuencias:

Cogimos una imagen base sin derechos de autor, (Jarmon_88, 2017) y le aplicamos una transparencia. La tipografía es la misma que elegimos para el logo y una para la web (Sunflower y Open Sans). El diseño, notablemente es mucho mejor, ya que resaltan mejor los colores y se obtiene de mejor manera una identidad corporativa más consolidada. Además, se creó un email para la empresa y no se puso un correo electrónico personal de uno de los trabajadores, ya que eso no quedaba profesional mostrarlo y al lado se situó las redes sociales para que se tenga margen para la creación de esta. Asimismo, se quitó las mayúsculas porque no quedaba concordancia y el uso de los colores se usó el del logo, azul y otro no tan impactante como el rojo, por eso se le colocó el negro. Eso sí, la estructura sigue siendo la misma que la que el cliente pensó.

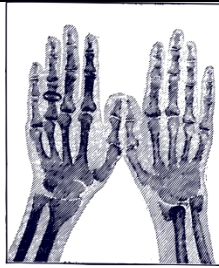
6.2 Para la página web

Se ha creado una serie de imágenes que sirve para una de las secciones de la web que sería las que representes a cada una de las categorías que se van a tratar en el centro y que se ha presentado en el cartel de apertura a modo de información son las siguientes:

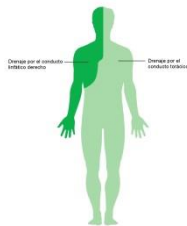
<p align="center">Osteopatía Figura 39: Imagen para la página web. (Pixabay, 2019)</p>	<p align="center">Deporte Figura 40: Imagen para la página web. (Hbieser, 2015)</p>	<p align="center">Geriatría Figura 41: Imagen para la página web (Pxhere Geriatría, 2017)</p>
--	---	---



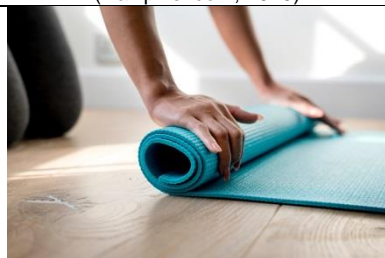
<p align="center">Traumatología Figura 42: Imagen para la página web (Rawpixel, 2017)</p>	<p align="center">Reumatología Figura 43: Imagen para la página web (OpenClipart-Vectors, 2017)</p>	<p align="center">Respiratorio Figura 44: Imagen para la página web (Pxhere Respiratorio, 2017)</p>
---	---	---



<p align="center">Drenaje Linfático Figura 45: Imagen para la página web (Posible2006, 2018)</p>	<p align="center">Accidentes De Tráfico Figura 46: Imagen para la página web (Pxhere Silla, 2017)</p>	<p align="center">Pediatria Figura 47: Imagen para la página web (Pxhere Bebe, 2017)</p>
--	---	--



<p align="center">Pilates Terapéutico Figura 48: Imagen para la página web (Rawpixel.com, 2019)</p>	<p align="center">Escuela De Espalda Figura 49: Imagen para la página web (Pxhere Espalda, 2017)</p>	<p align="center">Mantenimientos En Geriatría Figura 50: Imagen para la página web (MabelAmber, 2018)</p>
---	--	---



<p align="center">Osteopatía Figura 51: Imagen para la página web (Pxhere Osteopatía, 2017)</p>



Además, se ha creado una serie de tres imágenes para la portada de la web que irá en modo *carousel*. Las siluetas que salen en la primera imagen, se pueden sustituir por las imágenes de los trabajadores de la clínica, pero todavía no se ha pensado como tal.



Figura 52: Imagen de la primera parte del carousel. Fecha de captura: 14 de abril del 2019. (Fuente: propia)



Figura 53: Imagen de la segunda parte del carousel. Fecha de captura: 14 de abril del 2019. (Pxhere Hojas, 2017)



Figura 54: Imagen de la última parte del carrusel. Fecha de captura: 14 de abril del 2019. (Pixnio, 2015)

Se ha usado algunas frases para que se genere a la vez que confianza, tranquilidad y sobre todo para que de manera indirecta motive al espectador y futuro cliente a confiar en nosotros y a sentirse consigo mismo bien al reflexionar sobre lo que ha leído. Si se quiere visualizar los archivos al completo se encuentran situados en la carpeta "Archivo de trabajo" > en la carpeta "Imágenes".

7. Confeccionar y pensamiento del diseo de la ṕgina web

Esta tarea que fue realizada en el plazo previsto y sin incidencias algunas, se ha tenido en cuenta las otras ṕginas webs de las cĺnicas y centros que se han analizado. En base a eso, se ha podido construir la actual web del centro, creando una estructura similar a la de la competencia, pero diferenciándola a la vez del resto, debido a que se ha escogido los puntos fuertes de cada una de ellas y creando secciones para que la Experiencia del Usuario sea lo ḿs agradable y efectiva posible. En este caso no se ha utilizado ninguna herramienta, ya que previamente no se ha creado ninǵn diseo previo, si no que se pensó en la siguiente estructura:

Inicio.html	quienes-somos.html	---
	Especialidades (Lista desplegable)	osteopatia.html
		deporte.html
		geriatría.html
		traumatología.html
		reumatología.html
		respiratorio.html
		drenaje-linfatico.html
		accidentes-trafico.html
		pediatria.html
	Grupos Reducidos (Lista desplegable)	pilates.html
		escuela-espalda.html
		matenimientos-geriatria.html
	contacto.html	---
cookies.html	---	
política-privacidad.html	---	

Tabla 7: Tabla sobre la estructura del mapa de navegaci3n de la web. Fecha de captura: 14 de abril del 2019. (Fuente: propia)

A partir de ah́ se empez3 a desarrollar con c3digo la web.

Se cre3 una informaci3n completa en el footer con tres columnas, donde hay un resumen de toda la web o por lo menos hay algunos aspectos importantes de informaci3n; uso de un *carousel* en la portada de la web (index.html) junto con una descripci3n de tres característic3s importantes del centro de fisioterapia, adem3s de disponer un formulario de contacto. Secciones que contienen las terapias, especialidades o tratamientos que tienen a disposici3n o que tratan acompaãadas de algunas im3genes, una secci3n donde se visualizar3 las ofertas de la apertura de la cĺnica y una secci3n para saber d3nde se sitúa la cĺnica.

En la pestaãa de “quienes somos” se explica de qu3 se trata el trabajo que hacen. Redactando la historia del resurgimiento del centro, aś como algunas característic3s y titulaciones de los miembros del Centro de Fisioterapia Miraflores.

En “Especialidades” o “Grupos Reducidos”, son secciones con una lista despegable de secciones, cada uno. Los dos tienen en común que tienen la misma estructura, pero distinto contenido. Todas describen de qué van y por supuesto, qué técnicas se van a aplicar en el centro. Abajo, en todas esas páginas, traen un formulario para pedir cita previa, además de llevarlo en el footer.

Por último, en la pestaña contacto.html, se verá reflejado un formulario de contacto, con todas las redes sociales, teléfono y email de la empresa y la situación geográfica donde se encuentra la clínica.

8. Producción de la página web en formato de código

Es la tarea que más volumen ha ocupado de todo este TFM, por eso es la que más se ha dedicado más tiempo, además, es una de las más importantes en cuanto a la identificación de las identidad de la empresa, ya que en la web se refleja todo lo hecho anteriormente, es el portal principal de la imagen pública de este Centro de Fisioterapia. Realizada correctamente y no se ha tenido ningún problema. Se adjunta a continuación, capturas de la web realizada de la primera página del principio en distintas visualizaciones, para demostrar que tiene un Diseño Web Adaptable a cualquier pantalla.

Ordenador y tablet:

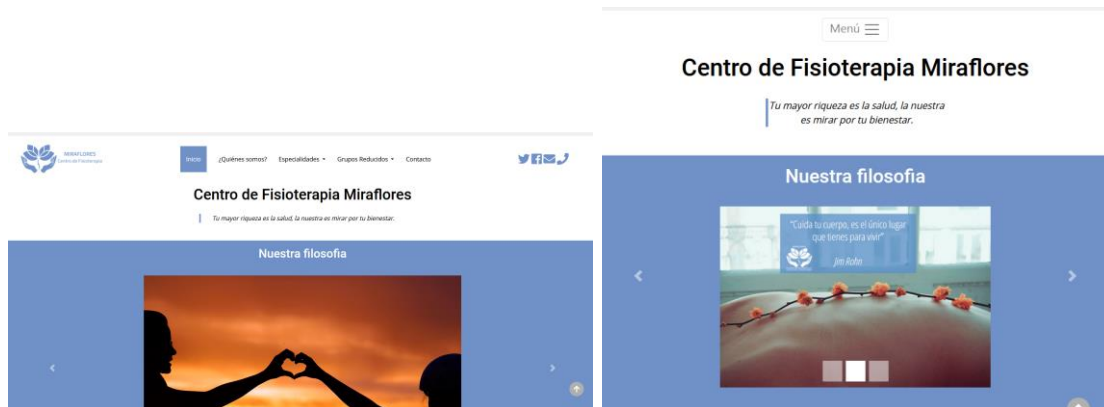


Figura 55 y 56: Capturas de pantalla de la web realizada

Móvil:



Figura 57: Captura de pantalla de la web realizada para móviles

Se ha realizado de la siguiente manera. Se empezó a crear el header donde el menú es fijo, para que en cualquier momento el usuario pueda acceder a las otras pestañas.

Después se hizo el footer, que se consideró hacerlo extensamente para que tuviera la mayor cantidad de información relevante para el usuario, como las secciones, el formulario de cita previa (ya que después de todo el contenido de la web o de cada pestaña, es posible que se atreva a pedir una cita porque confía en nosotros) o datos importantes de la empresa. Al final se añadió el autor, que es el alumno, de la página junto con su correspondiente licencia de CC y un enlace para las políticas de cookies y políticas de privacidad de la empresa para informar en todo momento al usuario.

A continuación se añadió las secciones de la página principal donde se consideró que fueron relevantes (Arriba se mencionaron). Lo siguiente fue la pestaña contacto y quienes somos donde se relata información que puede ser de utilidad para el usuario y es para atraerle y generar toda la confianza en el Centro de Fisioterapia, ya que verá los conocimientos de los profesionales y las diversas vías de contacto por lo que se sentirá cómodo y confiado de que en todo momento estará comunicado con la empresa, generando una cercanía de manera indirecta al futuro cliente.

En las secciones de Especialidades y Grupos Reducidos fueron los últimos que se hicieron donde se explica las técnicas de manera objetiva y lo que se va a realizar para tratar a esos pacientes con dichas técnicas descritas anteriormente. Se ha decidido que cada especialidad tenga su propia pestaña para que así tenga mayor contenido e información y no sature en contenido la página principal. Así se puede informar tranquilamente el usuario. Las especialidades están conectadas entre sí, porque lo unen los botones "Anterior" o "Siguiente" para poder navegar en otras especialidades y poder informarse con tan sólo un clic.

Se ha dado importancia a los colores corporativos, donde el color predominante es el azul, para dar mayor sensación de confianza y sobre todo para que sea agradable a la vista. Como fondo complementario se ha usado el blanco y el color para los enlaces es el verde dicho en la anterior PEC, donde en opción de `:hover` se ha usado el azul. Aunque si es un enlace secundario (que no tiene mucha importancia para la información hacia el futuro cliente), se intercambian los colores, es decir, el verde será el principal, mientras que el azul se utilizará con la opción de `:hover`

Su estructura es así: Dentro de la carpeta web, se encuentra todos los HTML del sitio web. Además, un archivo con la extensión `license.txt` donde el alumno explica la licencia que tiene la *landing page*, la cual él ha creado desde cero y después tres archivos PHP, que contiene toda la información para que se produzca perfectamente la comunicación de los formularios de contacto y de los dos formularios de cita previa para los futuros clientes. Igualmente, hay varias carpetas. Una de ellas se llama `css`, donde se encuentra el archivo de estilo principal de la página y la hoja de estilo del framework de Bootstrap minificado, además de, todas las licencias de otras tecnologías que utilice para la creación de la web.

Aunque, todas ellas, tienen licencias para distribuirse libremente y son aptas para proyectos comerciales.

En la carpeta *images*, se encuentran todas las imágenes que hemos creado o que hemos cogido con dominio público necesarias para la web, además del archivo *.ico* para que lo lea el navegador.

En la carpeta *js*, se encuentra los JavaScript usados, entre ellos, el de Bootstrap, el código necesario para que se quede grabado el banner de las *cookies*, para que en la flecha situada a la derecha, te suba directamente arriba de la página y el código para que la barra fijada arriba se vea como el usuario está progresando el usuario en la página.

Por último, en la carpeta *sass*, que es el preprocesador de CSS para este proyecto, se encuentra los archivos *“.scss”* por el cual se han creado todos los estilos y después se han compilado en el archivo de *style.css* en la carpeta *css*. Desde el *main.scss* se ha llamado a los archivos donde están dentro de la carpeta *layouts*, ya que ahí se depositan los códigos según la procedencia de la página. Este sistema se ha creado por si a la hora de crear una web entre varias personas, la coordinación y el entendimiento de los códigos de la web sean más fluidos y se vea mejor visualizada.

Lo mismo ocurre con los comentarios dentro del código HTML y CSS y con los nombre del estilo, para que si hay un equipo de por medio, se trabaje con una organización. Se puso en inglés por si el equipo encargado de hacer la web es extranjero.

Para mayor profundidad de todo lo explicado se encuentra dentro del PDF de la carpeta de Proyecto. Asimismo, todos los archivos (HTML, CSS y JavaScript) cumplen con los estándares web que pide la W3C, que es una comunidad internacional donde las organizaciones miembros, un personal de tiempo completo y el público trabajan juntos para desarrollar estándares web, al igual que su adaptación que es apta para todos los distintos dispositivos y pantallas.

En cuanto a la accesibilidad web, se pensó para que el usuario fuera capaz de que si visitaba la página web desde una primera vez, fuera ser informado en todo momento de la empresa y sobre todo, atrayéndolo a los servicios que ofrece dicho Centro de Fisioterapia.

Si se quiere visualizar la web al completo, tan sólo deberá ir a la parte de este documento donde dice “Instrucciones”.

8.1 Explicación de tecnologías y librerías

Se ha usado las siguientes tecnologías para ayudar a la elaboración de la web. Todas ellas, se pueden usar para proyectos comerciales, de manera gratuita y sin necesidad de atribuir al autor, se pueden usar. Todas las licencias al completo de ellas están dentro de la carpeta Proyecto/Web/css, aunque se va a facilitar, después, los siguientes enlaces donde contienen dichas licencias. Son las siguientes:

- Bootstrap: Se ha usado porque es una biblioteca multiplataforma y se hace más cómodo el responsive por esta vía. Además de tener herramientas de código abierto, contiene plantillas de diseño con formularios, tipografía, menús de navegación, etc. por lo que se me ha facilitado de este modo el crear la web más rápidamente.
Además, otro factor a favor para poder utilizarlo es que tiene extensiones de JavaScript adicionales, lenguaje informático del cual no tengo muchos conocimientos y gracias a esto se hizo posible crear algunas interacciones para el usuario
- Font Awesome: me ha servido para obtener iconos vectoriales y logotipos sociales en la página web, además es una herramienta muy potente y popular que ha servido de adorno en algunas secciones de la web.
- Google Fonts: Es una herramienta gratuita de Google para el uso de la tipografía para la web. En este caso he usado Open Sans y Roboto
- CodePen.io: Es un entorno de desarrollo social para diseñadores y desarrolladores front-end, donde se puede compartir código y los usuarios puede tanto crear como copiar los códigos. Es sin dudar, el mejor sitio para mostrar un trabajo, crear casos de prueba o buscar inspiración.
- Cookies: En esta página web conseguí el código JavaScript para que resultara favorable el aviso de las cookies de la web del centro, ya que en un futuro la web utilizará Google Analytics. Es por ello, que se debe avisar al usuario de esa opción.

Herramienta / Librería	Enlace
Bootstrap	https://uniwebsidad.com/libros/bootstrap-3/capitulo-1/la-licencia-de-bootstrap
FontAwesome	https://fontawesome.com/license/free
Google Fonts	https://developers.google.com/fonts/faq#can_i_use_fonts_from_the_google_fonts_catalog_on_any_page
CodePen.io	https://blog.codepen.io/legal/licensing/
Cookies	https://www.kidoestudio.com/blog/mensaje-politica-de-cookies/

Tabla 8: Tabla sobre las diferentes tecnologías webs que se han usado.

9. Resolver posibles incidencias en el código web

Se ha tenido en cuenta algunas partes que no se estaba conforme cuando se entregó anteriormente, pero que ahora se han resuelto de manera acertada. En este apartado consistía en resolver pequeñas incidencias que teníamos dentro de nuestro código en la página web. Uno de ellos, es que se tuvo que cambiar el código de los formularios de las citas, en concreto, se ha modificado el `<input>` para poner el número de teléfono de la mejor forma sintácticamente.

```
<input type="tel" class="form-control" name="number" id="number"  
required="required" pattern="[0-9]{9}" placeholder="* Formato: 666123456">
```

Y a su vez, también para el `<input>` del calendario:

```
<input type="date" id="date" name="date" class="form-group"  
required="required">
```

Y aunque no son compatibles con todos los navegadores, se ha ido en el W3C (consorcio internacional que genera estándares que aseguran el crecimiento de la World Wide Web) para comprobar su validación con los estándares webs impuestos. El resultado es que daba un warning diciendo que en no todos los navegadores lo soporta. Para comprobar si es un problema de usabilidad o no, se ha comprobado en la página web de Caniuse (<https://caniuse.com/#feat=input-datetime>) que es una página web que proporciona tablas de soporte de navegador actualizadas para el soporte de tecnologías web front-end en navegadores web de escritorio y móviles y salió que soporta esta etiqueta el **93.45% de los navegadores de España**, por lo que realmente no supone un problema, ya que además, se he probado la web en Internet Explorer 11 (uno de los navegadores que no lo soporta) y no sale un formato para rellenar fechas pero sale un formato actúa como un `type="text"`. Por lo que podría rellenarse sin problemas.

Además, como explicación a la resolución y diseño definitivo de la página web, se expresará el siguiente contenido para su perfecto entendimiento:

Hay un indicador arriba del todo, que muestra el scroll que se ha realizado durante la navegación de la página y recorre de izquierda a derecha. Ese indicador, no indica que la página se estaba cargando, sino que su utilidad sirve para averiguar dónde se está en la altura de la página, si se avanza la página en la lectura se avanzará el indicador del scroll. Se ha dejado para que sea un elemento visual y sobre todo para que en la versión móvil se vea de dos maneras uno arriba y otro a la derecha, ya que así el usuario podrá verlo de dos formas distintas.

El número de teléfono de la empresa, aparece uno por defecto, ya que de momento no lo tienen disponible, pero cuando ya la empresa lo obtenga se actualizará la web para que se ponga su número real.

Por otro lado, cuando se pincha en contacto dentro del menú de navegación, no se te dirige en la propia página de inicio el formulario de contacto, sino que se abre en una página nueva con esa información (en contacto.html). Se ha colocado en otra página porque cuando se reciba varios emails

con los datos de los clientes, se verá en las estadísticas de donde se ha recibido más formularios, de la página de contacto o de la principal. De esta forma, se averiguará si el usuario accede directamente al darle a contacto o una vez visualizado todo el índice en la parte baja, que ya lo tendrá localizado. Esto es una forma de análisis sobre la experiencia del usuario que se ha diseñado así para poder entender de mejor manera a los clientes.

También estos elementos que se van a nombrar, funcionan correctamente cuando el producto esté subido en un servidor real o hosting, pero no van a funcionar en el navegador abriéndolo de forma inmediata:

- Desvanecimiento del mensaje de aviso de las cookies. En el navegador de Google Chrome es posible que no se pueda cerrar y en todos los navegadores cada vez que se actualice la página, volverá a mostrarse el mensaje.
- Información enviada en los distintos formularios mediante el método PHP. No se podrá enviar nada, ni tan siquiera teniendo un servidor local ya que no se tiene configurado las variables SMTP (forma de envío de correos dentro de PHP) para poder enviar dichos formularios a otros servidores distintos. En el caso de que el centro contrate un hosting, este aspecto no sería problema, ya que resolvería dicho problema.
- Errores SEO. Los 2 errores SEO, no se pueden solucionar debido a que no se dispone de un hosting y dominio, ya que son las únicas vías para solucionarlo.
 - o Una es que hay una etiqueta canónica para esta página, pero no se puede alcanzar debido a que no hay dominio.
 - o Otra es que no se tiene Google™ Analytics en el sitio web. En el caso de que el centro contrate un hosting, este aspecto no sería problema, ya que resolverían dichos problemas.

10. Implementar en la página web un SEO

Es la tarea es una de las más importante del producto, aunque no tiene efectos hasta que la web no esté operativa en la red, ya que reside la información en Internet. Es de importancia, porque es la que le va a dar oportunidad a la empresa a situarse de los primeros resultados y a la posibilidad de darse a conocer, porque va a ser el portal principal de la imagen pública de este Centro de Fisioterapia. Para ello se ha realizado de dos formas:

10.1 Mediante código HTML:

Se ha utilizado la **meta etiqueta Schema.org** ya que es un diccionario universal para el mercado semántico de datos web y sirve para describir los contenidos que hay por ejemplo en una web, a la vez que proporcionar beneficios por ello, como son los fragmentos enriquecidos. (De Teresa, 2016). En este caso, se ha realizado un JSON-LD que incrusta la descripción en un fragmento de código separado dentro de un script, para dar a conocer que nuestra web va de un negocio local. Este es el código que se introdujo.

```
<script type="application/ld+json">
  {
    "@context": "http://schema.org",
    "@type": "LocalBusiness",
    "name": "Centro de Fisioterapia Miraflores",
    "image": "images/logotipoAzulFisioMiraflores.png",
    "address": "Seville",
    "description": "Centro especializado en varias técnicas relacionado
con la Fisioterapia como es la Osteopatía, rehabilitación en accidentes de
tráfico y geriatría.",
    "telephone": "+34 XXX XXX XXX",
    "email": "mailto:mirafloresfisioterapia@gmail.com",
    "priceRange": "€"
  }
</script>
```

También se ha usado unos microformatos, que funcionan de forma igual a los Microdatos como Schema.org, con la diferencia de que aportan su propio vocabulario. En este caso, se incrustó dentro de la parte del footer donde se encuentra la dirección del centro de fisioterapia siguiendo el modelo de la página oficial de los microformatos donde se encuentran en <http://microformats.org/wiki/h-adr>:

```
<small class="h-adr">
  <span class="p-street-address">Av. de Miraflores N°83. Bajo
Izquierda.</span>
  <span class="p-locality">España</span>
  <span class="p-country-name">Sevilla</span>
  <span class="p-postal-code">41008</span>
</small>
```

Finalmente con la etiqueta <meta> se ha incorporado los **Open Graph**, donde en este caso para que sirvieran en Twitter con la posición de **Twitter Card** y OG y para Facebook, es el **código OG**. Open

Graph es un formato de marcado creado por Facebook para indicar los datos que deben usarse al compartir una página (por ejemplo, en nuestro caso, para indicar el título de la página, su descripción, una imagen, como el logo de la empresa y que tipo de formato es, la localidad de donde es y el nombre del sitio). (De Teresa, 2016). Esto último se hizo a mano siguiendo la siguiente estructura:

```
<meta name="twitter:card" content="summary">
<meta name="twitter:site" content="@fisiomiraflores" >
<meta name="twitter:creator" content="@victormorenofm">
<meta property="og:type" content="website"/>
<meta property="og:url"
content="https://www.fisioterapiamiraflores.es/">
<meta property="og:title" content="Centro de Fisioterapia Miraflores | Web
oficial">
<meta property="og:site_name" content="Centro de Fisioterapia Miraflores">
<meta property="og:locale" content="es_ES">
<meta property="og:image"
content="../images/logotipoAzulFisioMiraflores.png"/>
<meta property="og:description" content="Centro de Fisioterapia
especializado en varias técnicas relacionado con la Fisioterapia como es la
Osteopatía, rehabilitación en accidentes de tráfico y geriatría.">
```

10.2 Mediante la creación de archivos:

Se ha realizado de la siguiente manera. Se crearon tres archivos: robots.txt, sitemap.xml y .htaccess

robots.txt

```
1 User-agent: *
2 Allow: /
3 Allow: /accidentes-trafico.html
4 Allow: /escuela-espalda.html
5 Allow: /drenaje-linfatico.html
6 Allow: /deporte.html
7 Allow: /cookies.html
8 Allow: /contacto.html
9 Allow: /pilates.html
10 Allow: /pediatria.html
11 Allow: /osteopatia.html
12 Allow: /mantenimiento-geriatria.html
13 Allow: /geriatria.html
14 Allow: /traumatologia.html
15 Allow: /reumatologia.html
16 Allow: /respiratorio.html
17 Allow: /quienes-somos.html
18 Allow: /politica-privacidad.html
19 Disallow: /citaprincipal.php
20 Disallow: /contact.php
21 Disallow: /cita.php
22
23 Sitemap: https://www.fisoterpiamiraflores.com/sitemap.xml
24
```

Figura 58: Captura de pantalla de todo el código del archivo de robots.txt (Fuente: propia)

sitemap.xml

```
1 <?xml version="1.0" encoding="UTF-8"?>
2 <urlset xmlns="http://www.sitemaps.org/schemas/sitemap/0.9">
3 <url>
4 <loc>https://www.fisioterapiamiraflores.com/</loc>
5 <lastmod>2019-05-30T18:05:21+00:00</lastmod>
6 <changefreq>monthly</changefreq>
7 <priority>1.0</priority>
8 </url>
9 <url>
10 <loc>https://www.fisioterapiamiraflores.com/accidentes-trafico.html</loc>
11 <lastmod>2019-05-30T18:05:21+00:00</lastmod>
12 <changefreq>monthly</changefreq>
13 <priority>0.5</priority>
14 </url>
15 <url>
16 <loc>https://www.fisioterapiamiraflores.com/escuela-espalda.html</loc>
17 <lastmod>2019-05-30T18:05:21+00:00</lastmod>
18 <changefreq>monthly</changefreq>
19 <priority>0.5</priority>
20 </url>
```

Figura 59: Captura de pantalla de la primera parte del código del archivo de sitemap.xml (Fuente: propia)

El archivo **robots.txt** es un archivo público que usamos para indicar a esos rastreadores de los buscadores o arañas qué parte o partes no deben entrar a rastrear e indexar de nuestra página web. (Sánchez, 2019). En nuestro caso, hemos hecho que todos los buscadores rastreen las páginas que le hemos indicado, menos los archivos PHP de nuestro sitio web y al final se puso para que se rastreará también nuestro sitemap.xml.

El archivo **sitemap.xml** sirve para listar todas las urls indexables de nuestro sitio, con el objetivo de que los buscadores puedan encontrarlas de manera sencilla, para que así se puedan encontrar una manera rápida. (Pühse, 2017). En nuestro caso, hemos seguido un patrón y se ha añadido características para que se puedan identificar mejor y hemos añadido todos los HTML que se ha creado.

```
Options +FollowSymLinks
Options -Indexes
ServerSignature Off
RewriteEngine on

# Quita la extensión a los archivos PHP
RewriteEngine on RewriteCond %{REQUEST_FILENAME} !-d
RewriteCond %{REQUEST_FILENAME}\.html -f
RewriteRule ^(.*)$ $1.html [NC,L]

# Reglas para crear las SEO URLs
RewriteRule ^index/([^\./]+)/?$ index.html [L]
RewriteRule ^accidentes-trafico/([^\./]+)/?$ accidentes-trafico.html [L]
RewriteRule ^escuela-espalda/([^\./]+)/?$ escuela-espalda.html [L]
RewriteRule ^drenaje-linfatico/([^\./]+)/?$ drenaje-linfatico.html [L]
RewriteRule ^deporte/([^\./]+)/?$ deporte.html [L]
RewriteRule ^cookies/([^\./]+)/?$ cookies.html [L]
RewriteRule ^contacto/([^\./]+)/?$ contacto.html [L]
RewriteRule ^pilates/([^\./]+)/?$ pilates.html [L]
RewriteRule ^pediatria/([^\./]+)/?$ pediatria.html [L]
RewriteRule ^osteopatia/([^\./]+)/?$ osteopatia.html [L]
RewriteRule ^mantenimiento-geriatria/([^\./]+)/?$ mantenimiento-geriatria.html [L]
RewriteRule ^geriatria/([^\./]+)/?$ geriatria.html [L]
RewriteRule ^traumatologia/([^\./]+)/?$ traumatologia.html [L]
RewriteRule ^reumatologia/([^\./]+)/?$ reumatologia.html [L]
RewriteRule ^respiratorio/([^\./]+)/?$ respiratorio.html [L]
RewriteRule ^quienes-somos/([^\./]+)/?$ quienes-somos.html [L]
RewriteRule ^politica-privacidad/([^\./]+)/?$ politica-privacidad.html [L]

## EXPIRES CACHING ##
<IfModule mod_expires.c>
ExpiresActive On
ExpiresByType image/jpg "access 1 year"
ExpiresByType image/jpeg "access 1 year"
ExpiresByType image/gif "access 1 year"
ExpiresByType image/png "access 1 year"
ExpiresByType text/css "access 1 month"
ExpiresByType text/html "access 1 month"
ExpiresByType application/pdf "access 1 month"
ExpiresByType text/x-javascript "access 1 month"
ExpiresByType application/x-shockwave-flash "access 1 month"
ExpiresByType image/x-icon "access 1 year"
ExpiresDefault "access plus 1 month"
</IfModule>
## EXPIRES CACHING ##
```

Figura 60: Captura de pantalla de todo el código del archivo de .htaccess (Fuente: propia)

Finalmente, con el archivo **.htaccess** (que se muestra como quedó la captura del archivo arriba) es un archivo de configuración del software de servidor Apache, que indica como configurar el comportamiento del servidor ante errores u optimizar la carga de las páginas e indica qué puede hacer y no el usuario que la visita. (Andrés, 2018). Aquí, se ha puesto el código para que las páginas se cargan sin verse al extensión terminadas en HTML, y se crea un *SEO friendly* para que sea más atractivo al URL. Asimismo, hemos puesto el código que hace que el tiempo de espera al cargar la web no sea tan largo cuando visite su sitio web un usuario, así se obtiene una mejor optimización.

11. Optimizar todos los códigos y recursos de la página

Para poder optimizar todos los recursos, se han optado por dos vías:

Una es que se han minificado que es el proceso mediante el cual se eliminan datos innecesarios o redundantes de un recurso sin que se vea afectada la forma en que los navegadores lo procesan.

(Developers, 2018).

Por ello, se ha minificado todos los archivos HTML con la herramienta online

<http://minifycode.com/html-minifier/>, los CSS con <https://cssminifier.com/> y los archivos JavaScript con <http://minifycode.com/javascript-minifier/>

El proceso ha sido introducir el código original en esas herramientas y después de darle a minificar o aceptar, te daban el resultado ya comprimido y minificado.

Por último, la otra vía, son las imágenes que se han cambiado a un tamaño menor aproximadamente de máximo de unos 1200 píxeles de anchura y se ha comprimido su calidad con la herramienta online de <https://imagecompressor.com/es/> que consistía en adjuntar las fotografías y después de seleccionar la calidad de las fotografías te daban como resultado una comprensión concreta.

Capítulo 4: Implementación

1. Requisitos de instalación

Realmente si uno se dirige al archivo "*index.htm*" que se encuentra directamente en la carpeta "Proyecto" situado dentro de la carpeta raíz de este TFM y hace clic en él o lo abre en su navegador predeterminado, podrá visualizarlo directamente, pero no podrá interactuar con él e incluso algunas partes no podrá visualizarlo correctamente. En este caso, para disfrutar de la totalidad de la experiencia de usuario, es necesario seguir las siguientes pautas para que se pueda hacer correctamente y sus recursos necesarios:

- Disponer de un ordenador ya sea con sistema operativo Windows (Windows 7 en adelante), Mac con (OS X) o Linux.
- Necesidad obligada de tener conexión a internet.
- Tener unos mínimos conocimientos sobre programación web para poder usar la página web creada dentro de un servidor local.
- Servidor local, en este caso se recomienda XAMPP, ya que es gratuito.

2. Instrucciones de instalación

En este caso para hacer una conexión entre cliente y servidor, se utilizará XAMPP, que es una distribución Apache completamente gratuita y fácil de instalar donde contiene MariaDB, PHP y Perl. El paquete de código abierto XAMPP se ha configurado para que sea increíblemente fácil de instalar y usar en nuestro sitio web que será dentro de un servidor local.

Para ello los siguientes pasos a seguir son:

1. Descargamos XAMPP desde su página web oficial, <https://www.apachefriends.org/index.html> y descargamos la versión que coincida según el sistema operativo que tengamos instalado en nuestro ordenador.
2. Lo instalamos según las ordenes preferentes que nos exigen según la utilización de cada sistema operativo.
3. Una vez instalado tu servidor Web en local, dirigirse (en caso de Windows) a la carpeta donde se ha instalado XAMPP, y dentro de ella a la carpeta htdocs, en este caso, sería "C:\xampp\htdocs" y copiamos o sustituimos todos los archivos que hay dentro de dicha carpeta por los archivos de nuestra página web. Es decir, nos dirigimos a la carpeta llamada "Proyecto" (dentro de este TFM), copiamos todos los archivos que hay dentro y después lo pegamos sustituyendo todos los archivos que hay dentro de "C:\xampp\htdocs" por lo que en esa dirección solo debe estar los archivos que nos interesa, en este caso todos nuestros archivos.
4. Una vez pegado en la raíz del servidor Web y comprobar que estén dentro, se inicia el servidor dentro del Panel de Control de XAMPP dándole a la parte de "Apache" y "MySQL" a "Start" Tal y como aparece en la imagen:

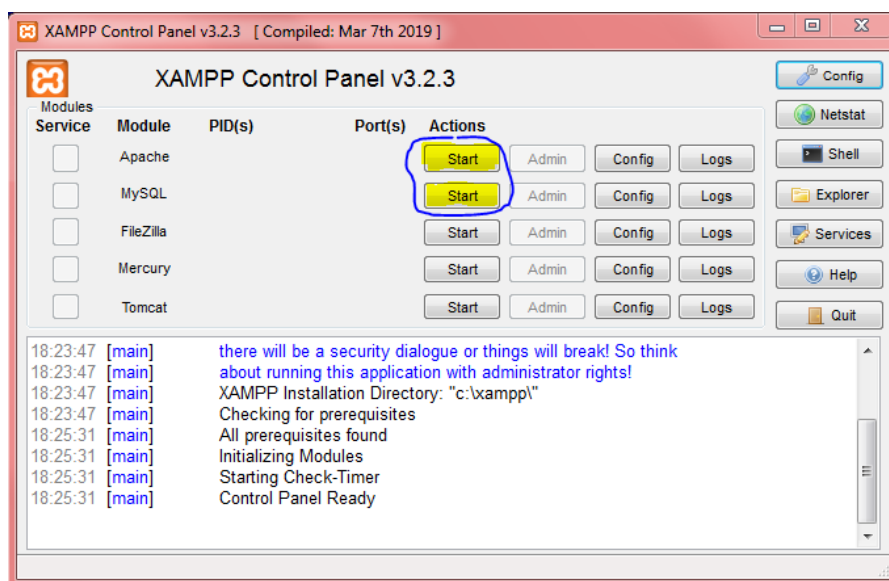


Figura 61: Captura del Panel de Control de XAMPP

Si no se ha iniciado o no se os aparece el panel de control del programa, debéis de ir a la

carpeta de xampp e iniciar el sistema de control llamado "xampp-control" en "C:\xampp\
Ya se podrá visualizar la página web escribiendo en la barra de direcciones de nuestro navegador "localhost". Se verá la página automáticamente si el servidor está iniciado automáticamente y correctamente.

Apreciación:

Si usted tiene problemas y le sale el siguiente mensaje o parecido al intentar de enviar los formularios de contacto o de las citas: "Warning: mail(): Failed to connect to mailserver at "localhost" port 25, verify your "SMTP" and "smtp_port" setting in php.ini or use ini_set() in C:\xampp\htdocs\contact.php (también válido con la siguiente dirección C:\xampp\htdocs\cita.php o esta C:\xampp\htdocs\citaprincipal.php) on line 21

Falló el envío"

Es algo normal y esto se debe a que dentro de XAMPP, no se tiene configurado las variables SMTP (forma de envío de correos dentro de PHP) dentro del archivo de configuración del php.ini en el puerto de salida (que es el 25, y ese puerto es inseguro y no hace falta establecer contraseñas para enviar comunicaciones e informaciones pero para los servidores actuales se necesita más seguridad) para poder enviar dichos formularios a otros servidor. Está configurado de forma que sólo podrá enviar estos tipos de email o formularios de forma local y para poder hacerlo de forma externa a otros servidores, se tiene que buscar otros métodos o aplicaciones como por ejemplo PHPMailer. (Stackoverflow, 2016).

Esto demuestra que no es problema mío, es decir, los tres PHP que yo cree están correctamente programados, sólo que para este método de visualización no se puede completar. Realmente, a mi producto no le pertenece resolverlo porque no le afecta, pero si que se ha tenido en cuenta. Para el futuro, la empresa Centro de Fisioterapia Miraflores tendrá que contratar un hosting en el que pueda soportar las llamadas PHP que aquí fallaban, por lo que habrá que asegurarse que cumple las características aptas para que se cumpla esas funcionales de la página web, por lo que dispondrá del envío en forma SMTP para dichos archivos.

Capítulo 5: Conclusiones y líneas de futuro

1. Conclusiones

El aspecto principal que más se ha aprendido ha sido en la organización, ya que cada uno está regido por una planificación (que es cada una de las entregas de las PEC), por lo que debíamos aprender a tener una organización para poder llegar a dicha planificación.

Seguidamente, se encuentra que al tener una responsabilidad mayor, como es la creación real de un producto para una empresa real y encima la responsabilidad residía en una persona solo, en este caso, en el alumno, por lo que con la ayuda de la experiencia, y de los conocimientos aprendidos a lo largo del Máster ha sido posible tener unas decisiones imprescindible para que el producto se cree lo mejor posible.

Así, se ha aprendido indirectamente ya adicionalmente a cómo funciona los centro y clínicas de fisioterapia y por supuesto, gracias a la investigación se ha aprendido un poco más sobre esta rama de la salud.

Por otra parte, se han alcanzado todos los objetivos previstos, tanto los principales como el secundario, con sus respectivos alcances.

En cuanto a la planificación, se ha seguido a la perfección y contando con las adversidades se ha demostrado ser bastante preciso y se ha podido completar todas las tareas. Asimismo, según la planificación que salía en el Diagrama de Gantt, algunas de dichas tareas se han podido acabar antes, por lo que se ha podido dar margen a otras tareas que requerían más tiempo.

También, se debe dar importancia a que no se ha introducido muchos cambios para garantizar el éxito del trabajo ya que todo se debe a la buena metodología de trabajo que se ha realizado. Aunque ha sido algo lineal, la mayoría de trabajos no se trabajan así, sino que se hace varias tareas a la vez, y se podía haber utilizado una gestión ágil basada en Scrum por ejemplo, pero es bueno saber que el producto principal se ha podido desarrollar correctamente en un plazo que más o menos se ha previsto y que el alumno ha creado un producto desde que lo tenía en su pensamiento, demostrando su capacidad de creación con códigos relacionado con el desarrollo web (front-end) en un tiempo estipulado.

Finalmente, este Trabajo Fin de Máster ha supuesto un gran desafío para mí, ya que tanto a nivel académica, que es una oportunidad de expresar y demostrar gran parte de los conocimientos que he adquirido a lo largo del Máster, como personal ha supuesto un reto importante ya que si se piensa bien es una manera de demostrar que uno es capaz de hacer un proyecto de tal envergadura y que puede ser compatible con un proyecto real, por lo que es una simulación de un trabajo para mi futuro profesional.

Una cierta disciplina ya que durante todo un semestre académico se ha visto como se ha ido evolucionando en el TFM, desde su comienzo a su finalización, por lo que instintivamente ves reflejado y se reflexiona acerca de los fallos, de tu misma organización, de la evolución, y por supuesto de los resultados finales, el cual puede servirte por lo menos en mi caso para incorporarlo al portfolio.

2. Líneas de futuro

Lo ideal para la consecución de la explotación del resultado del producto final y sobre todo para rentabilizarlo, sería ideal que la empresa creara y organizara un plan de marketing para hacer servible todo el producto realizado y crear una rentabilidad económica.

Un ejemplo de ello, puede ser creando contenido en sus redes sociales, ya sea noticias, artículos interesantes del sector donde en este caso sería sobre la Fisioterapia o invitando a sus seguidores a visitar la página web.

Por otra parte, ya en el producto final, es decir en la página web, se deberá crear más contenido como la creación de un blog o por lo menos actualizar la información, en este caso poner el número de teléfono bien de la empresa. Además, después de un tiempo, poner las opiniones de algunos de sus clientes, para que de esta forma cuando tengan nuevos visitantes en la web, tengan confianza plena en la clínica desde el primer momento y tengan una opinión externa de primera mano. Adicionalmente, se podría mejorar notablemente el tema de la realización de las peticiones de las citas por la Web, o hacer y crear un sistema de pago mediante la web de dichas citas, para que el proceso sea más sencillo.

Bibliografía

- 2Acad.es (2019) [en línea]. Acrobat Pro DC de Adobe al mejor precio | 2aCAD. [Consulta: 15 de marzo de 2019] <<https://store.2acad.es/producto/acrobat-pro-dc-de-adobe/>>
- 40deFiebre (2019) [en línea]. ¿Qué es el SEO y por qué lo necesito? - 40deFiebre. [Consulta: 18 de marzo de 2019] <<https://www.40defiebre.com/guia-seo/que-es-seo-por-que-necesito>>
- Acedo & Martín (2019) [en línea]. Clínica de Fisioterapia Acedo & Martín - Buscar con Google. [Consulta: 18 de marzo de 2019] <<https://www.google.com/search?client=firefox-b-d&q=Cl%C3%ADnica+de+Fisioterapia+Acedo+%26+Mart%C3%ADn>>
- Adobe (2019) [en línea]. Precios y planes de abono a Creative Cloud | Adobe Creative Cloud. [Consulta: 15 de marzo de 2019] <https://www.adobe.com/es/creativecloud/plans.html?single_app=photoshop&promoid=65FN7XFX&mv=other>
- Aigen (2018) [en línea]. La importancia del SEO para las empresas – Aigen [Consulta: 18 de marzo de 2019] <<https://aigendigitalmarketing.net/la-importancia-del-seo-para-las-empresas/>>
- AJPhysio (2019) [en línea]. AJPhysio | Centro de Fisioterapia Avanzada - Buscar con Google. [Consulta: 18 de marzo de 2019] <<https://www.google.com/search?client=firefox-b-d&q=AJPhysio+%7C+Centro+de+Fisioterapia+Avanzada>>
- Amoga (2019) [en línea]. Centro de fisioterapia y Osteopatía | Amoga Salud. [Consulta: 18 de marzo de 2019] <<http://amogasalud.com/>>
- Andrés, R. (2018) [en línea]. Qué es .htaccess, para qué sirve y códigos fundamentales | Tecnología - ComputerHoy.com. [Consulta: 2 de junio de 2019] <<https://computerhoy.com/noticias/internet/que-es-htaccess-que-sirve-codigos-fundamentales-76211>>
- Bankinter (2016) [en línea]. SEO specialist: ¿Qué es, qué hace y cuánto cobra? [Consulta: 15 de marzo de 2019] <<https://blog.bankinter.com/economia/-/noticia/2016/9/21/especialista-seo-quees>>
- Bathi (2019) [en línea]. ¿Cómo elegir el color de un logo de salud? | 99designs. [Consulta: 17 de marzo de 2019] <<https://99designs.es/logo-design/business-of-color/healthcare>>
- Braetschit (2017) [en línea]. Columna Vertebral Diversas - Gráficos vectoriales gratis en Pixabay. [Consulta: 13 de abril de 2019] <<https://pixabay.com/es/vectors/columna-vertebral-diversas-variantes-2129815/>>
- Combes, A. (2015) [en línea]. Hamsa hand outline 2 | Free download to draw inside! | Alice Combes | Flickr. [Consulta: 13 de abril de 2019] <<https://www.flickr.com/photos/91632122@N06/18465470719/in/photostream/>>

- Conmongt (2019) [en línea]. Fisioterapia Gimnasia Doctor - Imagen gratis en Pixabay. [Consulta: 13 de abril de 2019] [Consulta: 13 de abril de 2019] <<https://pixabay.com/es/illustrations/fisioterapia-gimnasia-doctor-3868286/>>
- Cruxroxa (2019) [en línea]. Rehabilitación Sevilla- Fisioterapia y quiropráctica - Crux Roxa. [Consulta: 18 de marzo de 2019] <<https://fisioterapia-sevilla.com/>>
- Clker-Free-Vector-Images (2014) [en línea]. Twitter Tweet Pájaro De - Gráficos vectoriales gratis en Pixabay. [Consulta: 28 de marzo de 2019] <<https://pixabay.com/es/vectors/twitter-tweet-p%C3%A1jaro-de-twitter-312464/>>
- Clker-Free-Vector-Images 2 (2014) [en línea]. Lotus Flor Planta De La - Gráficos vectoriales gratis en Pixabay. [Consulta: 13 de abril de 2019] <<https://pixabay.com/es/vectors/lotus-flor-planta-de-la-hoja-312768/>>
- De Teresa, T. (2016) [en línea]. Datos Estructurados, Schema.org y Fragmentos para Google y SEO. [Consulta: 1 de junio de 2019] <<http://deteresa.com/datos-estructurados/#que-es-schemaorg>>
- Developers (2018) [en línea]. Minificar recursos (HTML, CSS y JavaScript) | PageSpeed Insights | Google Developers. [Consulta: 1 de junio de 2019] <<https://developers.google.com/speed/docs/insights/MinifyResources?hl=es-419>>
- ElisaRiva (2017) [en línea]. Tecnología El Equipo Sensible - Imagen gratis en Pixabay. [Consulta: 5 de marzo de 2019] <<https://pixabay.com/es/illustrations/tecnolog%C3%ADa-el-equipo-sensible-web-2468063/>>
- Europa Press (2012) [en línea]. El 96% de los jóvenes usa internet, la mayoría a diario, y el 83% utiliza redes sociales. [Consulta: 17 de marzo de 2019] <<https://www.20minutos.es/noticia/1350975/0/>>
- Fisiocam (2019) [en línea]. [Consulta: 17 de marzo de 2019] FISIOCAM - Centro de Fisioterapia. [Consulta: 17 de marzo de 2019] <<https://www.fisiocam.com/>>
- Fisiocurarte (2019) [en línea]. Centro de Fisioterapia CurArte — Fisioterapia - Osteopatía - Pilates — Pide tu cita online. [Consulta: 17 de marzo de 2019] <https://fisiocurarte.com/>
- Fisioterapia (2019) [en línea]. fisioterapia - Google Maps. [Consulta: 12 de abril de 2019] <<https://www.google.es/maps/search/fisioterapia/@37.4028501,-5.9803789,16z/data=!3m1!4b1>>
- Gallegos, Adriana (2019) [en línea]. Qué es y cómo diseñar la identidad corporativa de una empresa. [Consulta: 17 de marzo de 2019] <<https://neoattack.com/identidad-corporativa/>>
- GDJ (2017) [en línea]. Dos Manos Los Dedos - Gráficos vectoriales gratis en Pixabay. [Consulta: 13 de abril de 2019] <<https://pixabay.com/es/vectors/dos-manos-los-dedos-humana-2099123/>>
- González, Nana (2019) [en línea]. Importancia de la Imagen Corporativa para su marca. [Consulta: 17 de marzo de 2019] <<https://marketerosdehoy.com/marketing/imagen-corporativa-para-tu-marca/>>
- Hbieser (2015) [en línea]. Deporte Competencia La - Foto gratis en Pixabay. [Consulta: 14 de abril de 2019] <<https://pixabay.com/es/photos/deporte-competencia-la-competencia-970443/>>

- Impulsa (2015) [en línea]. La importancia de contar con una página web de tu empresa - Impulsa Popular - Banco Popular Dominicano : Impulsa Popular – Banco Popular Dominicano. [Consulta: 18 de marzo de 2019] <<https://www.impulsapopular.com/marketing/la-importancia-de-contar-con-una-pagina-web-d-e-tu-empresa/>>
- Indeed (2019) [en línea]. Salarios para empleos de Diseñador/a gráfico/a en España | Indeed.es. [Consulta: 15 de marzo de 2019] <<https://www.indeed.es/salaries/Dise%C3%B1ador/a-gr%C3%A1fico/a-Salaries>>
- Jarmon_88 (2017) [en línea]. Bienestar Osteopatía Terapias - Foto gratis en Pixabay. [Consulta: 5 de marzo de 2019] <<https://pixabay.com/es/photos/bienestar-osteopatia-terapias-1989862/>>
- Lizengo (2019) [en línea]. Microsoft Word 2019 | Microsoft Word | Programas de Office | Microsoft Office | lizengo.es. [Consulta: 15 de marzo de 2019] <<https://www.lizengo.es/programa-de-office/microsoft-word-2019>>
- Macarena (2019) [en línea]. Fisioterapia León XIII - Macarena en Sevilla. [Consulta: 18 de marzo de 2019] <<http://www.fisioterapia-macarena.es/>>
- Matteson, S. (2019) [en línea]. Open Sans - Google Fonts. [Consulta: 13 de abril de 2019] <<https://fonts.google.com/specimen/Open+Sans?selection.family=Open+Sans:400,400i>>
- Martínez, Laura (2018) [en línea]. Salud en internet, ¿cómo buscar información con rigor? [Consulta: 17 de marzo de 2019] <<https://www.efesalud.com/salud-en-internet-como-buscar-informacion>>
- MabelAmber (2018) [en línea]. Personas Hombres Mujeres - Foto gratis en Pixabay. [Consulta: 14 de abril de 2019] <<https://pixabay.com/es/photos/personas-hombres-mujeres-ancianos-3241893/>>
- Maxpixel (2019) [en línea]. Free photo Cosmos Garden Purple Flower Nature - Max Pixel. [Consulta: 13 de abril de 2019] <<https://www.maxpixel.net/Cosmos-Garden-Purple-Flower-Nature-1781041>>
- Navarro, N. (2018) [en línea]. Qué es un Community Manager, funciones y sueldo | InfoJobs. [Consulta: 15 de marzo de 2019] <<https://orientacion-laboral.infojobs.net/guia-que-es-community-manager-funciones-sueldo>>
- Novofisio (2019) [en línea]. Novo Físio Web | Centro de fisioterapia. [Consulta: 17 de marzo de 2019] <<https://novofisioweb.es/>>
- Nura (2019) [en línea]. Clínica Nura - Fisioterapia Holística | Clínica de Fisioterapia en Sevilla. [Consulta: 18 de marzo de 2019] <<https://www.nurafisioterapia.com/>>
- Observatoriorh (2018) [en línea]. El sueldo de un desarrollador web con un año de experiencia, superior a la media salarial española - ORH | Observatorio de Recursos Humanos. [Consulta: 15 de marzo de 2019] <<https://www.observatoriorh.com/mercado-de-trabajo/sueldo-desarrollador-web-ano-experien-cia-superior-media-salarial-espanola.html>>

- Onfisioterapia (2019) [en línea]. ON FISIOTERAPIA | [Consulta: 17 de marzo de 2019] <<http://www.onfisioterapia.com/>>
- OpenClipart-Vectors (2013) [en línea]. Carta Electrónico Correo - Gráficos vectoriales gratis en Pixabay. [Consulta: 31 de marzo de 2019] <<https://pixabay.com/es/vectors/carta-electr%C3%B3nico-correo-147563/>>
- OpenClipart-Vectors (2017) [en línea]. Huesos Mano Imagen - Gráficos vectoriales gratis en Pixabay. [Consulta: 14 de abril de 2019] <<https://pixabay.com/es/vectors/huesos-mano-imagen-m%C3%A9dica-medicina-2029338/>>
- Pixabay (2019) [en línea]. Licencia de Pixabay. [Consulta: 30 de abril de 2019] <<https://pixabay.com/es/service/license/>>
- Pixnio (2015) [en línea]. Imagen gratis: flora, naturaleza, flor, macro, verano, Margarita, flor, Pétalo, planta. [Consulta: 13 de abril de 2019] <<https://pixnio.com/es/plantas/flores/margaritas/flora-naturaleza-flor-macro-verano-margarita-flor-petalo-planta>>
- Physial (2019) [en línea]. Centro de Fisioterapia Avanzada en Sevilla · Physial. [Consulta: 18 de marzo de 2019] <<http://www.physial.es/>>
- Posible2006 (2018) [en línea]. Archivo:Drenajesistemalinfatico.jpg - Wikipedia, la enciclopedia libre. [Consulta: 14 de abril de 2019] <<https://es.wikipedia.org/wiki/Archivo:Drenajesistemalinfatico.jpg>>
- Pühse, E. (2017) [en línea]. ¿Qué es un sitemap.xml y cómo usarlo de manera correcta? – Adrenalina. [Consulta: 1 de junio de 2019] <<https://www.adrenalina.es/sitemap-xml-usarlo-manera-correcta/>>
- Pxhere (2017) [en línea]. Fotos gratis : mano, mujer, blanco, hembra, pierna, joven, dedo, relajarse, Asia, niño, saludable, brazo, manicura, de cerca, cuerpo humano, ayuda, relajación, infantil, spa, muñeca, piel, belleza, hermosa, europeo, guardar, disfrutar, beneficio de, Salud, Placer, productos cosméticos, armonía, terapia, recuperación, tratamiento, Bienestar, sentirse como en casa, cuidado del cuerpo, fácilmente, amasar, sentido, fisioterapia, las manos en, Masaje de manos, masajista, Antienvjecimiento, Estudio de masaje, Cuidado tranquilo 5624x3736 - - 634777 - Imagenes gratis – PxHere. [Consulta: 14 de abril de 2019] <<https://pxhere.com/es/photo/634777>>
- Pxhere Bebe (2017) [en línea]. Fotos gratis : mano, Pies, pierna, niño, salud, infancia, boca, maternidad, de cerca, cuerpo humano, nariz, infantil, piernas, inocencia, piel, Organó, dedo del pie, despreocupación, su bebé, cabeza grande 2496x1664 - - 917759 - Imagenes gratis – PxHere. [Consulta: 14 de abril de 2019] <<https://pxhere.com/es/photo/917759>>
- Pxhere Espalda (2017) [en línea]. Fotos gratis : mano, el maletero, masculino, pierna, sentado, brazo, músculo, cuerpo humano, hombres, Deportes, espalda, muslo, pelota, piel, Fondo blanco, abdomen, Sesión de fotos, Desvestirse, ejercicio físico, sentido, ropa blanca, Boby, Posiciones humanas, accion humana, aptitud física, Ropa interior activa 3456x5184 - - 654291 - Imagenes gratis – PxHere. [Consulta: 14 de abril de 2019] <<https://pxhere.com/es/photo/654291>>

- Pxhere Geriatria (2017) [en línea]. Fotos gratis : persona, gente, jugar, antiguo, niño, tomando la mano, mayor, infantil, enfermera, mano a mano, apoyo, enfermedad, cuidando, Envejecido, hospicio, paciente, discapacidad, cuidado de la salud, enfermería, cuidado de ancianos 4272x2848 - - 394432 - Imagenes gratis – PxHere. [Consulta: 14 de abril de 2019] <<https://pxhere.com/es/photo/394432>>
- Pxhere Hojas (2017) [en línea]. Fotos gratis : mano, hoja, flor, rojo, relajante, relajación, spa, piel, cuerpo, masaje, Bienestar 3008x2000 - - 933089 - Imagenes gratis – PxHere. [Consulta: 14 de abril de 2019] <<https://pxhere.com/es/photo/933089>>
- Pxhere Respiratorio (2017) [en línea]. Fotos gratis : mano, hombre, persona, en blanco y negro, fotografía, masculino, sentado, ejercicio, monocromo, brazo, músculo, pecho, Blanco y negro, Creativecommons, Deportes, espalda, autorretrato, yo, tramo, extensión, yoga, pose, Asana, Baddhakonasana, Boundanglepose, sentido, Fotografía monocroma, Posiciones humanas, accion humana, Modelo de arte, aptitud física 4102x3057 - - 428989 - Imagenes gratis - PxHere. [Consulta: 14 de abril de 2019] <<https://pxhere.com/es/photo/428989>>
- Pxhere Osteopatia (2017) [en línea]. Fotos gratis : masculino, brazo, músculo, pecho, cuerpo humano, espalda, masaje, Bienestar, abdomen, manejo, sentido, cuidado de la salud, osteopatía, terapia manual, Terapias 3232x2156 - - 1280184 - Imagenes gratis – PxHere. [Consulta: 14 de abril de 2019] <<https://pxhere.com/es/photo/1280184>>
- Pxhere Silla (2017) [en línea]. Fotos gratis : rueda, vehículo, producto, silla de ruedas, rehabilitación, accidente, Desventaja, minusválido, movilidad, médico, terapia, recuperación, tratamiento, discapacitado, paciente, discapacidad, cuidado de la salud, asistencia, cochecito de bebé, seguro, lesionado, fisioterapia, parapléjico 5472x3648 - - 800872 - Imagenes gratis – PxHere. [Consulta: 14 de abril de 2019] <<https://pxhere.com/es/photo/800872>>
- Rawpixel (2017) [en línea]. Anatomía Hueso Huesos De - Foto gratis en Pixabay. [Consulta: 14 de abril de 2019] <<https://pixabay.com/es/photos/anatom%C3%ADa-hueso-huesos-3003099/>>
- Rawpixel.com (2019) [en línea]. Free stock photo of actividad, activo, adecuado. [Consulta: 14 de abril de 2019] <<https://www.pexels.com/es-es/foto/1308746/>>
- Robertson, C. (2019) [en línea]. Roboto - Google Fonts. [Consulta: 13 de abril de 2019] <<https://fonts.google.com/specimen/Roboto?selection.family=Roboto:500,900>>
- Rosaleda (2019) [en línea]. La Rosaleda -- Inicio -- [Consulta: 18 de marzo de 2019] <<http://www.flarosaleda.com/>>
- Sánchez, F. (2019) [en línea]. Qué es el archivo robots.txt. [Consulta: 1 de junio de 2019] <<https://www.humanlevel.com/diccionario-marketing-online/robots-txt>>
- Stackoverflow (2016) [en línea]. php - Servidor de correo electrónico no envía mensajes y da error en local - Stack Overflow en español. [Consulta: 29 de mayo de 2019] <<https://es.stackoverflow.com/questions/5244/servidor-de-correo-electr%C3%B3nico-no-env%C3%ADa-mensajes-y-da-error-en-local>>
- Sunflower (2017) [en línea]. Sunflower Font - 1001 Free Fonts. [Consulta: 12 de abril de 2019] <<https://www.1001freefonts.com/sunflower.font>>

- Tartessos (2019) [en línea]. Clínica Tartessos. Podología, Fisioterapia y Nutrición - Buscar con Google. [Consulta: 18 de marzo de 2019] <<https://www.google.com/search?client=firefox-b-d&q=Cl%C3%ADnica+Tartessos.+Podolog%C3%ADa%2C+Fisioterapia+y+Nutrici%C3%B3n>>
- TheDigitalArtist (2017) [en línea]. Facebook Medios De Comunicación - Foto gratis en Pixabay. [Consulta: 28 de marzo de 2019] <<https://pixabay.com/es/photos/facebook-2815970/>>
- Valdivieso, Manuel (2019) [en línea]. Fisioterapia en Sevilla | Manuel Valdivieso - Buscar con Google. [Consulta: 18 de marzo de 2019] <<https://www.google.com/search?client=firefox-b-d&q=Fisioterapia+en+Sevilla+%7C+Manuel+Valdivieso>>
- Viso, Zana (2017) [en línea]. Más del 60% de los españoles realiza consultas sobre su salud en internet. [Consulta: 17 de marzo de 2019] <https://www.nobbot.com/otros-medios/espanoles-consultas-salud-en-internet/>
- Zurita, Valeria (2018) [en línea]. El significado del tatuaje de flor de loto, símbolo de la tradición hindú | Nueva Mujer. [Consulta: 13 de abril de 2019] <<https://www.nuevamujer.com/moda-belleza/2018/05/25/tatuaje-de-flor-de-loto-hindu.html>>

Anexos

Anexo A: Entregables del proyecto

En esta siguiente lista se encuentran estos contenidos y su correspondiente descripción:

- Archivo TXT "README": Explica algunos datos principales para visualizar todas las carpetas.
- Archivo PDF "vicmormar2_InformeDeTrabajo_PEC5": Se encuentra toda la información acerca de lo que se ha realizado en toda esta PEC
- Archivo PDF "TFM_vicmormar2_memoria": Se encuentra toda la memoria del Trabajo Fin de Máster
- Carpeta "Proyecto": Se encuentra el producto completo y acabado. El código de los archivos se encuentran optimizados y para cuando la empresa tengan un hosting estarán listos para subirse al servidor.
- Carpeta "Archivos de trabajo": Se encuentran todos los archivos subdivididos en carpetas que se han utilizado para crear el producto final o Proyecto como el logo, fuentes, colores corporativos, etc.
- Carpeta "Código fuente (producto)": Producto semi-completo, pero tiene código de desarrollo final sin optimizar. Se conserva para que se visualice mejor el código de la página, en caso de fallo o de editar la página web se utilizaría esta carpeta para editarla.
- Carpeta "Presentación académica": Se encuentra un archivo PDF, con el enlace del vídeo que se ha utilizado para la presentación académica. Se encuentra subido a Google Drive. Disponible también en el espacio Present@.
- Carpeta "Presentación pública": Se encuentran en extensión .pptx, .ppsx (que sirve para ver la presentación directamente) y en PDF el PowerPoint que se ha realizado para la presentación académica. Es el mismo PowerPoint, pero en diferentes formatos.

Anexo B: Currículum Vitae

Graduado en Comunicación Audiovisual en el 2013 decidió atreverse con el mundo del diseño y de la programación web porque le interesó, desde entonces no ha parado de interesarse por ambos ámbitos, ya sea creando tanto un contenido audiovisual como una página web, ya que él se siente bien consigo mismo.

Además, si el trabajo es en equipo es mucho mejor porque compartes ese compromiso y siempre va haber feedback entre los compañeros. Asimismo, el aprendizaje es primordial, ya que nunca se para de aprender y es el motor del conocimiento. Encima todos son trabajos creativos, con lo que cada producto es distinto al anterior y eso en cierta manera le motiva.