



## **FACULTAD CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN**

Diseño de materiales digitales para dar a conocer los servicios que ofrece la Clínica Médica  
Estética, Distrito Salud y Belleza a la población guatemalteca.

Guatemala, Guatemala

## **PROYECTO DE GRADUACIÓN**

Presentado a la Facultad de Ciencias de la Comunicación, Guatemala, C.A.

### **ELABORADO POR:**

Alejandra Elizabeth Figueroa García

Carné: 09001135

Para optar al título de:

## **LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN Y DISEÑO**

Nueva Guatemala de la Asunción

Proyecto de graduación

Diseño de materiales digitales para dar a conocer los servicios que ofrece la Clínica Médica  
Estética, Distrito Salud y Belleza a la población guatemalteca.

Alejandra Elizabeth Figueroa García

Universidad Galileo

Facultad de Ciencias de la Comunicación

Nueva Guatemala Asunción

## Carta de solicitud de tema (estudiante a FACOM)

Guatemala 23 de abril 2025

Licenciado  
Leizer Kachler  
Decano-Facultad de Ciencias de la Comunicación  
Universidad Galileo

Estimado Licenciado Kachler:

Solicito la aprobación del tema de proyecto de Graduación titulado: **DISEÑO DE MATERIALES DIGITALES PARA DAR A CONOCER LOS SERVICIOS QUE OFRECE LA CLÍNICA MÉDICA ESTÉTICA, DISTRITO SALUD Y BELLEZA A LA POBLACIÓN GUATEMALTECA.** Así mismo solicito que la Licda. Lissette Pérez Aguirre sea quién me asesore en la elaboración del mismo.

Atentamente,

  
Alejandra Elizabeth Figueroa García  
09001135

  
Licda. Lissette Pérez Aguirre  
Asesor

## Carta de aprobación de tema y asesor (a) (FACOM a estudiante)



**FACOM** Facultad de Ciencias  
de la Comunicación

Guatemala 15 de mayo de 2025

Señorita:  
**Alejandra Elizabeth Figueroa Garcia**

Estimada Señorita Figueroa:

De acuerdo al proceso de titulación profesional de esta Facultad, se aprueba el proyecto titulado: **DISEÑO DE MATERIALES DIGITALES PARA DAR A CONOCER LOS SERVICIOS QUE OFRECE LA CLÍNICA MÉDICA ESTÉTICA, DISTRITO SALUD Y BELLEZA A LA POBLACIÓN GUATEMALTECA**. Así mismo, se aprueba a la Licda. Aura Lissette Pérez Aguirre como asesor de su proyecto.

Sin otro particular, me suscribo de usted.

Atentamente,

Lic. Leizer Kachler  
Decano  
Facultad de Ciencias de la Comunicación

**Carta de asesor (a) entera satisfacción del proyecto.**



**FACOM** Facultad de Ciencias  
de la Comunicación

Guatemala, 5 de enero 2026

Lic. Leizer Kachler  
Decano  
Facultad de Ciencias de la Comunicación  
Universidad Galileo

Estimado Licenciado Kachler:

Por medio de la presente, informo a usted que el proyecto de graduación titulado: **DISEÑO DE MATERIALES DIGITALES PARA DAR A CONOCER LOS SERVICIOS QUE OFRECE LA CLINICA MÉDICA ESTÉTICA, DISTRITO SALUD Y BELLEZA A LA POBLACIÓN GUATEMALTECA.** Presentado por la estudiante: Alejandra Elizabeth Figueroa García, con número de carné: 09001135, está concluido a mi entera satisfacción, por lo que se extiende la presente aprobación para continuar así el proceso de titulación profesional.

Sin otro particular, me suscribo de usted.

Atentamente,

Licda. Aura Lissette Pérez Aguirre  
Asesora

## Carta de información de examen privado.



**Galileo**  
UNIVERSIDAD  
La excelencia en la educación

**FACOM** Facultad de Ciencias  
de la Comunicación

Guatemala, 03 de febrero de 2026

Señorita:  
Alejandra Elizabeth Figueroa García  
Presente

Estimada señorita Figueroa:

Después de haber realizado su examen privado para optar al título de Licenciatura en Comunicación y Diseño de la **FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN** de la Universidad Galileo, me complace informarle que ha **APROBADO** dicho examen, motivo por el cual me permito felicitarle.

Sin otro particular, me suscribo de usted.

Atentamente,

Lic. Leizer Kachler  
Decano  
Facultad de Ciencias de la Comunicación

## Carta de corrector de estilo.

Ciudad de Guatemala, 20 de marzo de 2026

Licenciado  
Leizer Kachler  
Decano FACOM  
Universidad Galileo  
Presente.

Señor Decano:

Le informo que la tesis: **DISEÑO DE MATERIALES DIGITALES PARA CONOCER LOS SERVICIOS QUE OFRECE LA CLÍNICA MÉDICA ESTÉTICA, DISTRITO SALUD, Y BELLEZA A LA POBLACIÓN GUATEMALTECA.** De la estudiante Alejandra Elizabeth Figueroa García, carné: 09001135, ha sido objeto de revisión gramatical y estilística, por lo que puede continuar con el trámite de graduación.

Atentamente,

  
*Gladys Patricia Sánchez de Palacios*  
*Licenciada en Periodismo*  
*Colegiada No. 23996*  
Licda. Gladys Patricia Sánchez de Palacios  
Asesora Lingüística  
Universidad Galileo

## Carta de publicación del proyecto (FACOM a estudiante)



**Galileo**  
UNIVERSIDAD  
La Revolución en la Educación

**FACOM** Facultad de Ciencias  
de la Comunicación

Guatemala, 25 de marzo de 2026

**Señorita:**  
**Alejandra Elizabeth Figueroa García.**  
**Presente**

Estimada Señorita Figueroa:

De acuerdo al dictamen rendido por la terna examinadora del proyecto de graduación titulado: **DISEÑO DE MATERIALES DIGITALES PARA DAR A CONOCER LOS SERVICIOS QUE OFRECE LA CLÍNICA MÉDICA ESTÉTICA, DISTRITO SALUD Y BELLEZA A LA POBLACIÓN GUATEMALTECA.** Presentado por la estudiante Alejandra Elizabeth Figueroa García, el Decano de la Facultad de Ciencias de la Comunicación autoriza la publicación del Proyecto de Graduación previo a optar al título de Licenciada en Comunicación y Diseño.

Sin otro particular, me suscribo de usted.

Atentamente,

Lic. Leizer Kachler  
Decano

Facultad de Ciencias de la Comunicación

**Autoridades de la Universidad**

Rector. Dr. Eduardo Suger Cofiño

Vicerrectora, Dra. Mayra de Ramírez

Vicerrector Administrativo, Lic. Jean Paul Suger

Secretario General, Dr. Jorge Retolaza

Decano de la Facultad de Ciencias de la Comunicación, Lic. Leizer Kachler

Vicedecano de la Facultad de Ciencias de la Comunicación, Lic. Rualdo Anzueto, M.Sc

## **Dedicatoria**

A Dios, por ser mi guía constante, por darme fortaleza en los momentos de incertidumbre y por acompañarme con amor en cada paso de este camino.

A mi abuelita Paula, quien desde el cielo sigue siendo luz y guía en mi vida. Su amor, sus palabras y su ejemplo siguen acompañándome en cada logro.

A mis padres, Silvia y Freddy, por creer en mí siempre, por su apoyo incondicional y por enseñarme que los sueños se alcanzan con esfuerzo y fe. A Emma Sofía, mi motor en los días difíciles y mi luz en los momentos de calma.

A mis catedráticos y asesores, por compartir su conocimiento con generosidad, por su guía académica y por ayudarme a perfeccionar cada detalle de este proyecto.

Y a la Universidad Galileo, por brindarme las herramientas, el espacio y la formación que hoy me permiten presentar este trabajo con orgullo y convicción.

## Resumen

Mediante el acercamiento con la Clínica Médica Estética Distrito Salud y Belleza, se identificó que la organización carece de materiales digitales en redes sociales que comuniquen de forma clara y coherente los servicios estéticos personalizados que ofrece.

Por lo que se planteó el siguiente objetivo: diseñar materiales digitales para dar a conocer los servicios que ofrece la Clínica Médica Estética, Distrito Salud y Belleza a la población guatemalteca.

El enfoque de la investigación es mixto, utilizando el método cuantitativo para medir los resultados de la muestra y el cualitativo para evaluar el nivel de percepción y utilidad del proyecto.

La herramienta de investigación se aplicó a un promedio de 30 personas, distribuidas entre grupo objetivo, cliente y expertos en comunicación y diseño.

El principal hallazgo, fue el diseño de materiales digitales con una línea gráfica coherente, lo que permitirá a Distrito Salud y Belleza fortalecer su imagen visual, transmitir profesionalismo y generar una conexión emocional con sus clientes actuales y potenciales.

Se recomendó mantener una estrategia digital constante que incluya la actualización periódica de los materiales digitales, alineados con los valores de confianza, calidad y bienestar que promueve la clínica.

Para efectos legales únicamente el autor Alejandra Elizabeth Figueroa García es responsable del contenido de este proyecto y de su presentación audiovisual ya que es una investigación científica y puede ser motivo de consulta y utilidad por estudiantes y profesionales.

El autor también se compromete a hacer el seguimiento respectivo de todo el proceso administrativo y cumplir con todos los requisitos de titulación y graduación para obtener así, el Título de licenciado en Comunicación y Diseño.

## Índice

Capítulo I .....	1
Introducción .....	1
Capítulo II: Problemática.....	5
Contexto.....	6
Requerimiento de Comunicación y Diseño .....	6
Justificación .....	7
Magnitud.....	7
<i>Vulnerabilidad</i> .....	8
<i>Trascendencia</i> .....	8
<i>Factibilidad</i> .....	8
Capítulo III: Objetivos del diseño.....	10
Objetivo general.....	10
Objetivos específicos.....	10
Capítulo IV: Marco de Referencia.....	11
Información general del cliente.....	11
Capítulo V: Definición del grupo objetivo.....	14
Perfil geográfico.....	14
Perfil demográfico .....	15
Perfil psicográfico .....	16
Perfil conductual .....	16
Capítulo VI: Marco teórico .....	18
Conceptos fundamentales relacionados con el producto o servicio.....	18

Conceptos fundamentales relacionados con la comunicación y el diseño .....	21
Ciencias auxiliares, tecnología, artes, teorías y tendencias.....	26
Capítulo VII: Proceso de diseño y propuesta preliminar .....	35
Aplicación de la información obtenida en el marco teórico .....	35
<i>Conceptualización</i> .....	41
Bocetaje.....	45
<i>Proceso de digitalización de los bocetos.</i> .....	65
Propuesta preliminar .....	76
Capítulo VIII: Validación técnica .....	97
Población y muestreo .....	97
Método e instrumentos .....	98
Resultados e interpretación de resultados .....	99
Cambios en base a los resultados.....	110
Capítulo IX: Propuesta Gráfica Final .....	114
Capítulo X Producción, Reproducción y distribución .....	129
Plan de costos de elaboración .....	129
Plan de costos de producción .....	130
Plan de costos de reproducción.....	130
Plan de costos de distribución.....	130
Margen de utilidad .....	131
IVA .....	131
Resumen general de costos.....	132
Capítulo XI: Conclusiones Y Recomendaciones .....	133

Conclusiones .....	133
Recomendaciones .....	134
Capítulo XII Conocimiento general .....	135
Capítulo XIII: Referencias .....	136
Capítulo XI: Anexos .....	140
Anexo 5: Encuesta .....	144
Anexo 6: Validación de Expertos y cliente .....	148
Anexo 7: Cotizaciones .....	151

**Capítulo I:**  
**Introducción**

## **Capítulo I: Introducción**

Durante el desarrollo del proyecto de la Clínica Médica Estética Distrito Salud y Belleza brindará, se identificó una necesidad comunicativa que limita su crecimiento: la ausencia de materiales digitales con una línea gráfica coherente que permite comunicar de forma clara y profesional los servicios que ofrece la clínica.

Esta carencia afecta directamente la capacidad de la clínica para ser identificada en el mercado guatemalteco, especialmente frente a un público objetivo que valora la estética como parte de su desarrollo integral. La falta de unidad visual en sus canales digitales impide que los usuarios identifiquen sus servicios, reconozcan sus valores diferenciales y se conecten emocionalmente con su propuesta.

Además, esta inconsistencia limita el alcance de sus publicaciones en redes sociales, dificultando la fidelización de clientes actuales y la atracción de nuevos públicos.

Ante esta problemática, se plantea como solución el diseño de materiales digitales que den a conocer los servicios que ofrece la Clínica Médica Estética Distrito Salud y Belleza, comunicando con claridad; fortaleciendo su identidad visual y generando una conexión emocional con su audiencia.

Esta propuesta busca dar a conocer los servicios que ofrece la clínica Distrito Salud y Belleza a la población guatemalteca como una opción ideal, destacando su filosofía centrada en el bienestar integral, la belleza consciente y el respaldo médico profesional. El diseño se convierte en una herramienta estratégica para comunicar, conectar y transformar la percepción del público objetivo.

Los materiales digitales están respaldados por una investigación teórica que abarca conceptos fundamentales de comunicación visual, branding emocional, diseño gráfico digital y tendencias actuales en redes sociales.

Se incluyen referencias de autores como Umberto Eco, Frascara, Kotler y Keller, entre otros, que fundamentan la importancia del diseño como disciplina proyectual capaz de generar soluciones visuales efectivas. Asimismo, se integran conceptos como estética, salud, belleza, autocuidado y bienestar integral, que permiten comprender el contexto emocional y simbólico en el que se desarrolla el proyecto.

La metodología empleada es de enfoque mixto, combinando técnicas cuantitativas y cualitativas para obtener una visión completa del problema y validar la propuesta. El método cuantitativo se utiliza para medir los resultados de una muestra representativa, mientras que el cualitativo permite evaluar la percepción y utilidad del proyecto desde la perspectiva del grupo objetivo, el cliente y expertos en comunicación y diseño. Se utiliza la escala tipo Likert para medir el grado de acuerdo con afirmaciones relacionadas al diseño y claridad del mensaje.

Esta combinación metodológica asegura que el diseño de los materiales digitales responda tanto a criterios técnicos como emocionales.

Durante el proceso de validación se aplicó encuestas a 30 personas, incluyendo cliente, expertos y grupo objetivo. Esta herramienta permitió identificar elementos clave para mejorar la propuesta, realizar ajustes significativos y garantizar que los materiales digitales cumplan con los objetivos de comunicación establecidos.

Los resultados evidencian que una línea gráfica coherente y profesional no solo mejora el reconocimiento de la clínica, sino que también fortalece la confianza del público y facilita la asociación con los valores institucionales.

El proyecto se desarrolla en diversas fases: análisis del problema, conceptualización creativa, bocetaje, diseño preliminar, validación técnica y propuesta gráfica final. Cada etapa es guiada por la metodología de pensamiento lateral “Seis Sombreros para Pensar”, que permite abordar el diseño desde múltiples perspectivas, integrando la lógica, la emoción, la creatividad y la objetividad.

Como resultado, se diseñaron piezas digitales para redes sociales como Facebook e Instagram, que comunican los servicios de Distrito Salud y Belleza con claridad, profesionalismo y sensibilidad emocional.

Se concluye que el diseño de materiales digitales con una línea gráfica unificada fortalece la imagen visual de Distrito Salud y Belleza, y permite dar a conocer sus servicios.

Se diseñaron materiales digitales para dar a conocer los servicios que ofrece la Clínica Médica Estética Distrito Salud y Belleza a la población guatemalteca, con una línea gráfica coherente y moderna.

Se recopiló información relevante sobre Distrito Salud y Belleza y sus servicios profesionales actuales, con el fin de visibilizar su propuesta de valor y promover la confianza en sus tratamientos médicos y estéticos.

Se investigaron conceptos, teorías y tendencias actuales en diseño gráfico digital, branding emocional y comunicación visual, respaldados por fuentes confiables, lo cual permitió

fundamentar la propuesta gráfica y asegurar que cada pieza diseñada responda a criterios técnicos y emocionales.

Se unificó una línea gráfica para los materiales digitales que comuniquen sus servicios, transmitiendo confianza y excelencia en cada publicación para redes sociales como Instagram y Facebook.

**Capítulo II:**  
**Problemática**

## Capítulo II: Problemática

En conjunto con la clínica médica estética Distrito Salud y Belleza, se identificó la necesidad de desarrollar materiales digitales que comuniquen de manera coherente y profesional los servicios que ofrece, los productos, las marcas de calidad que vende y utiliza en sus diferentes tratamientos.

Se ha detectado que la falta de materiales digitales con una línea gráfica unificada en sus canales digitales limita su capacidad de ser identificada de forma efectiva en el mercado guatemalteco, especialmente frente a un público objetivo compuesto principalmente por mujeres y hombres entre los 35 a 55 años.

Distrito Salud y Belleza ofrece una amplia gama de servicios especializados en medicina estética, orientados a mejorar la salud, apariencia y bienestar de sus pacientes. La ausencia de materiales digitales diseñados bajo una misma línea gráfica dificulta que el público identifique los servicios que ofrece la clínica.

Esta inconsistencia visual también afecta la comunicación de los valores diferenciales de la clínica, como el respaldo profesional, la calidad de sus productos y la atención personalizada.

A pesar de la excelencia en sus servicios, la clínica ha logrado mantenerse en el mercado, la falta de materiales digitales dando a conocer los servicios que ofrecen con unidad gráfica coherente, ha limitado su reconocimiento frente a otras clínicas del sector, perdiendo oportunidades valiosas para atraer nuevos clientes.

Por ello, se propone el diseño de materiales digitales que comuniquen sus servicios con claridad y generen una conexión emocional con su audiencia.

## **Contexto**

La Dra. María del Mar Chinchilla, médico y cirujano, fundadora y gerente general de la clínica médica estética Distrito Salud y Belleza, tuvo la visión de ofrecer un espacio especializado en cuidados médicos estéticos, enfocado en brindar servicios personalizados que promuevan el bienestar integral de mujeres y hombres de 35 a 55 años.

El principal objetivo de los servicios que ofrece la clínica es mejorar la calidad de vida de sus usuarios a través de procedimientos médicos estéticos innovadores, realizados con profesionalismo y empatía. Asimismo, busca fomentar una cultura de autocuidado y bienestar en la sociedad guatemalteca, promoviendo la belleza como una expresión de salud y confianza personal.

Con base en esto, se ha decidido crear materiales digitales que permitan dar a conocer los servicios de la clínica, fortaleciendo su presencia en redes sociales y sensibilizando al público sobre la importancia de la medicina estética como parte del bienestar físico y emocional. Esta estrategia busca conectar emocionalmente con los usuarios, transmitir profesionalismo y posicionar a Distrito Salud y Belleza como una de las mejores opciones en el país.

## **Requerimiento de Comunicación y Diseño**

La Clínica Médica Estética Distrito Salud y Belleza carece de materiales digitales en redes sociales que comuniquen de forma clara y coherente los servicios estéticos personalizados que ofrece, así como los valores que la distinguen como una opción profesional y confiable en el ámbito de la medicina estética.

Por ello, es necesario diseñar materiales digitales para dar a conocer los servicios que ofrece la Clínica Médica Estética, Distrito Salud y Belleza a la población guatemalteca.

### Justificación

Para sustentar de manera consistente las razones por las cuales se consideró importante el problema y la intervención del diseñador – comunicador, se justifica la propuesta a partir de cuatro variables: a) magnitud; b) trascendencia; c) vulnerabilidad; y d) factibilidad (se despejan todas y cada una de las variables).

### Magnitud:

La magnitud de este proyecto de graduación abarca 300 clientes actuales y 600 potenciales, representándose de la siguiente manera: en la República de Guatemala habitan aproximadamente 18 millones 687 mil 881 personas, distribuidas en 22 departamentos.

Uno de ellos es el departamento de Guatemala, cuya cabecera es la ciudad de Guatemala, donde se encuentra ubicado: Distrito Salud y Belleza. En la actualidad, en la ciudad de Guatemala existen 3,229,740 habitantes y más de 20 clínicas médicas estéticas activas, que ofrecen tratamientos especializados en rejuvenecimiento facial, armonización, cuidado corporal y procedimientos mínimamente invasivos.

Entre ellas se encuentra Distrito Salud y Belleza, que atiende aproximadamente a 300 clientes al año.

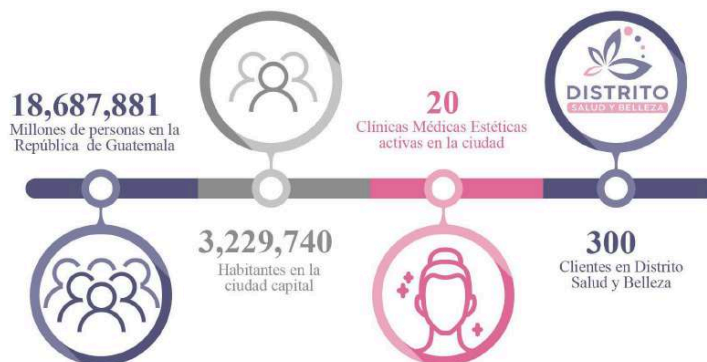


Figura 1. Imagen realizada por Alejandra Elizabeth Figueroa García. Gráfica de magnitud.

### ***Vulnerabilidad***

La ausencia de materiales de comunicación visual y digital afecta significativamente la proyección de Distrito Salud y Belleza, ya que muchas personas desconocen los servicios especializados que ofrece y el respaldo médico que la distingue.

Esta falta de visibilidad limita su posicionamiento en el sector de la medicina estética, impidiendo que más personas accedan a tratamientos confiables y personalizados que contribuyen a su bienestar físico y emocional.

Con el desarrollo de materiales digitales para redes sociales, se reducirá significativamente el desconocimiento sobre Distrito Salud y Belleza, sus servicios médicos estéticos y el respaldo profesional que ofrece. Esta estrategia permitirá dar a conocer en el mercado guatemalteco, generar mayor confianza en sus públicos y acercar a más personas a tratamientos que promueven el bienestar integral, la autoestima y el cuidado personal.

### ***Factibilidad***

El proyecto de graduación si es factible, ya que Distrito Salud y Belleza cuenta con los recursos humanos, organizacional y tecnológico. Además, la disposición de la clínica para colaborar en el desarrollo estratégico de su marca garantiza un entorno propicio para la ejecución y validación del proyecto.

### ***Recursos Humanos.***

Distrito Salud y Belleza cuenta con el capital humano idóneo, conformado por profesionales con la capacidad, el conocimiento médico-estético, la experiencia y las habilidades necesarias para desempeñar sus funciones con excelencia. Este equipo también posee la disposición y el criterio para aplicar correctamente los materiales digitales que se desarrollarán

en este proyecto, asegurando coherencia visual, profesionalismo y una comunicación que refleje la esencia y valores de la clínica.

***Recursos Organizacionales.***

La Clínica Médica Estética Distrito Salud y Belleza autoriza al personal para que esté en disposición de brindar toda la información necesaria de la empresa para llevar a cabo este proyecto.

***Recursos Económicos.***

La Clínica no cuenta con recursos financieros para realizar los materiales digitales para dar a conocer la estética. Por su parte, la profesional de Comunicación y Diseño Alejandra Elizabeth Figueroa García, donará la elaboración de los materiales digitales, monto que asciende a Q6,287.96

***Recursos Tecnológicos.***

La Clínica Médica Estética Distrito Salud y Belleza cuenta actualmente con una fan page, así mismo con una página de Instagram. Así mismo, la estudiante Alejandra Elizabeth Figueroa García cuenta con el equipo y las herramientas indispensables para elaborar y producir el resultado del proyecto de graduación.

**Capítulo III:**  
**Objetivos del diseño**

## **Capítulo III : Objetivos del diseño**

### **El objetivo general**

Diseñar materiales digitales para dar a conocer los servicios que ofrece la Clínica Médica Estética, Distrito Salud y Belleza a la población guatemalteca.

### **Los objetivos específicos**

1. Recopilar información relevante sobre Distrito Salud y Belleza, sus servicios profesionales actuales, con el fin de visibilizar su propuesta de valor y promover la confianza en sus tratamientos médicos y estéticos.
2. Investigar términos, conceptos y tendencias actuales en diseño gráfico digital, branding emocional y comunicación visual, respaldados por fuentes confiables, para fundamentar la propuesta de materiales digitales que serán visualizados por usuarios potenciales en redes sociales como Facebook e Instagram.
3. Unificar línea gráfica para los materiales digitales de la Clínica Médica Estética Distrito Salud y Belleza, para que comuniquen sus servicios, transmitiendo confianza y excelencia en cada publicación para redes sociales como Instagram, Facebook.

## **Capítulo IV:**

### **Marco de referencia**

## **Capítulo IV: Marco de referencia**

### **Información general del cliente**

Nombre: Clínica Médica Estética Distrito Salud y Belleza

Dirección: Calzada Roosevelt 30-75, zona 11, Plaza Comercial El Puente, Local #17,

Ciudad de Guatemala

Teléfono: 2233-7234

Correo electrónico: [distritosaludybelleza@gmail.com](mailto:distritosaludybelleza@gmail.com)

Contacto: Dra. María del Mar Chinchilla

### **Presentación**

Distrito Salud y Belleza es una clínica médica estética ubicada en la ciudad de Guatemala, especializada en brindar tratamientos estéticos personalizados y de alta calidad a mujeres y hombres mayores de 35 a 55 años. Su enfoque profesional y humano busca promover el bienestar integral de sus pacientes, combinando tecnología médica avanzada con atención empática y cercana.

La clínica ofrece servicios como rejuvenecimiento facial, armonización, tratamientos contra acné, aplicación de toxina botulínica, ácido hialurónico, entre otros procedimientos mínimamente invasivos. Su filosofía se basa en resaltar la belleza natural de cada persona, con resultados auténticos y seguros.

### **Historia**

Distrito Salud y Belleza fue fundada por la Dra. María del Mar Chinchilla, médico y cirujano con más de cinco años de experiencia en medicina estética. Nació del deseo de crear un espacio donde la estética no solo transforma la apariencia, sino también la autoestima y el

bienestar emocional de las personas, consolidándose como una opción confiable y profesional en el sector.

La Dra. Chinchilla ha liderado el crecimiento de la clínica con un enfoque ético, innovador y profundamente humano, posicionando a Distrito Salud y Belleza como una marca que cuida, transforma y conecta.

### **Promesa**

Dar a conocer cuidados médicos estéticos de alta calidad a mujeres y hombres de 35 años en adelante, garantizando el bienestar y satisfacción de los usuarios mediante servicios personalizados.

### **Compromiso**

Convertirse en una de las mejores opciones para tratamientos médicos estéticos en Guatemala, ofreciendo innovadores tratamientos personalizados y promoviendo la belleza y bienestar integral de los usuarios, siempre bajo la mejor atención profesional.

### **Organigrama:**



Organigrama realizado por Alejandra Elizabeth Figueroa García.

### **Antecedentes de diseño:**



Primer logotipo



Logotipo Actual

**FODA:**

Tabla realizada por Alejandra Elizabeth Figueroa García.

## **Capítulo V:**

### **Definición del grupo objetivo**

## **Capítulo V: Definición del grupo objetivo**

El proyecto está dirigido a un grupo objetivo conformado por mujeres y hombres entre los 35 y 55 años, solteros o casados, pertenecientes a los niveles socioeconómicos B, C+ y C, residentes en Mixco, ciudad de Guatemala y zonas aledañas. Son personas que valoran la inversión en su imagen y bienestar como parte de su desarrollo integral, y que buscan equilibrio entre costo y calidad en los servicios que consumen.

El diseño de los materiales digitales y estratégicos para Distrito Salud y Belleza tiene como objetivo dar a conocer los servicios que ofrece la clínica, proyectándola como una opción confiable, profesional y emocionalmente cercana, que conecta con las necesidades reales de su audiencia. A continuación, se describen los perfiles de ubicación, segmentación y preferencias del público al que se dirige el proyecto.

### **Perfil geográfico**

El proyecto se encuentra ubicado en el municipio de Guatemala, específicamente en la zona 11, que forma parte de la República de Guatemala con una población total de 18,687,881 habitantes. Esta zona se caracteriza por su alta densidad urbana y actividad comercial, con un clima templado y una topografía ligeramente irregular debido a su ubicación en el Altiplano Central.

Puntualmente, el proyecto se ubica en Calzada Roosevelt 30-75, local 17, Plaza Comercial El Puente, zona 11, donde se encuentra la clínica Distrito Salud y Belleza, un espacio accesible y estratégico para las personas que lo visitan, especialmente aquellas que buscan invertir en su imagen y bienestar con servicios que equilibran calidad profesional y cercanía emocional.

## Perfil demográfico

El perfil demográfico está compuesto por mujeres y hombres de 35 a 55 años, residentes de la ciudad capital, República de Guatemala, ubicados en los niveles B, C+ y C. Se incluyen jóvenes que cursan educación superior. Adultos que cuentan con licenciatura, maestría o doctorado que laboran como profesionales. Para ellos la imagen personal y el bienestar físico y emocional son elementos clave para su desarrollo profesional y social. Viven en casa o apartamento, y pueden ser dependientes o independientes.

## Perfil psicográfico

Características	Nivel B	Nivel C+	Nivel C
Ingresos	Q.25,000.00 aprox.	Q.17,500.00 aprox.	Q.11,900.00 aprox.
Educación padres	Superior, Licenciatura o Maestría	Superior, Licenciatura	Licenciatura o media completa
Educación hijos	Colegios privados, universidades privadas	Colegios privados, universidades estatales	Escuelas públicas, universidades estatales
Desempeño laboral	Ejecutivos, profesionales en salud, belleza, comunicación	Docentes, administrativos, vendedores, atención al cliente	Comerciantes, dependientes, operativos
Vivienda	Casa propia o financiada, 2-3 recámaras, 2 baños, sala, garage	Casa/departamento rentado o financiado, 1-2 recámaras, 1-2 baños, sala	Casa/departamento rentado, 1-2 recámaras, 1 baño, sala
Otras propiedades	Vehículo propio, algunos con segunda propiedad	Vehículo propio	Moto o transporte público
Personal de servicio	Permanente o por día	Eventual	No aplica o muy ocasional
Servicios financieros	Cuentas monetarias, ahorro, tarjetas de crédito nacionales e internacionales	Cuentas de ahorro, tarjeta de crédito local	Cuenta de ahorro básica
Posesiones	Auto reciente, seguro, gadgets tecnológicos	Auto compacto de 4 a 5 años, sin seguro	Moto o auto antiguo, sin seguro
Bienes de comodidad	Celulares, cable, internet, electrodomésticos modernos	Celulares, cable, radio, TV, electrodomésticos básicos	Celular, cable, radio, TV, electrodomésticos básicos
Diversión	Restaurantes, cine, centros comerciales, viajes locales	Cine, centros comerciales, parques temáticos	Centros comerciales, parques, estadios

Fuente: Niveles Socioeconómicos 2018/Multivex.

### **Perfil psicográfico**

Filosofía de vida y creencias: Buscan un equilibrio entre estética y salud, por lo que valoran los tratamientos que no solo mejoran la apariencia, sino que refuerzan su bienestar integral. Tienen interés en la prevención del envejecimiento, el autocuidado y los hábitos saludables.

Gustos y rechazos: Disfrutan de experiencias personalizadas, contenido digital inspirador y recomendaciones basadas en casos reales. Rechazan prácticas poco éticas en la industria estética, como tratamientos inseguros o promesas exageradas.

### **Perfil conductual**

El grupo objetivo de Distrito Salud y Belleza se informan sobre servicios estéticos a través de redes sociales como Instagram y Facebook, además de recomendaciones personales, páginas de clínicas y blogs de bienestar.

Estas personas valoran el equilibrio entre costo y calidad, y están dispuestas a invertir en tratamientos que les ofrezcan resultados visibles y una experiencia confiable.

Su decisión de compra se fortalece mediante el contacto directo por WhatsApp o llamadas telefónicas, lo que les brinda seguridad y cercanía. Al consumir los servicios, tienen expectativas claras sobre los resultados, aprecian el seguimiento post-tratamiento y valoran una atención personalizada. No perciben los procedimientos como algo pasajero, sino como parte de un proceso continuo de cuidado personal.

Si la experiencia es satisfactoria, no solo regresan por nuevos tratamientos, sino que también recomiendan la clínica dentro de su círculo social.

Este proyecto beneficiará directamente a este grupo, ya que al implementar piezas digitales con una línea gráfica coherente y profesional, Distrito Salud y Belleza fortalecerá su

imagen visual, logrando que sea reconocida con mayor facilidad por sus clientes actuales y potenciales.

Esta identidad gráfica no solo permitirá diferenciarse dentro del mercado real, sino que también reflejará los valores de confianza, calidad y bienestar que la clínica promueve. Además, facilitará la asociación con los productos y marcas que ofrece, generando una experiencia más sólida, emocional y alineada con las expectativas de su público objetivo.

**Capítulo VI:**  
**Marco teórico**

## **Capítulo VI: Marco teórico**

Para el diseño de las piezas gráficas de Distrito Salud y Belleza, es fundamental contar con los conocimientos necesarios que aporta el marco teórico.

La creación de una línea gráfica uniforme permite establecer coherencia visual en todos los materiales comunicacionales, lo cual es imprescindible para fortalecer la identidad de marca y transmitir profesionalismo.

Este tipo de diseño no solo mejora las condiciones de reconocimiento y recordación, sino que también facilita la comunicación efectiva de los servicios estéticos que ofrece la clínica. Al desarrollar las piezas gráficas, es esencial que se alineen con los valores institucionales como la confianza, la calidad y el bienestar, así como con los objetivos estratégicos.

A continuación, se presentan los conceptos relacionados con el proyecto que respaldan y fundamentan el marco teórico, los cuales contribuyen a alcanzar los objetivos establecidos.

### **Conceptos fundamentales relacionados con el producto o servicio:**

#### ***Empresa***

La empresa es un conjunto de elementos interrelacionados que tiene como objetivo producir bienes y servicios para satisfacer necesidades sociales y generar valor. Es una organización que combina recursos humanos, técnicos y financieros, orientada a obtener beneficios económicos y sociales.

En el caso de Distrito Salud y Belleza, esta definición se traduce en una entidad que busca mejorar la calidad de vida de sus clientes a través de servicios estéticos confiables y personalizados (Koontz y Weihrich, 2004).

### ***Cliente***

El cliente es el individuo o entidad que adquiere productos o servicios para satisfacer una necesidad o deseo. Es el centro de toda estrategia de marketing, ya que su satisfacción determina la fidelidad y el éxito de la empresa. En Distrito Salud y Belleza, el cliente no solo busca resultados visibles, sino también una experiencia emocional positiva, lo que convierte su opinión en una fuente valiosa para la mejora continua (Kotler y Keller, 2012).

### ***Estética***

La estética es la rama de la filosofía que estudia la percepción de lo bello y la experiencia sensorial que genera. Según Baumgarten, es la “ciencia de lo bello”, mientras que Kant la define como el juicio subjetivo que surge del sentimiento de placer ante lo armonioso.

En el contexto de Distrito Salud y Belleza, la estética se manifiesta tanto en los resultados físicos como en la comunicación visual y la conexión emocional que se establece con el cliente (Baumgarten, 1750; Kant, 1790).

### ***Clínica Médica Estética***

La clínica médica estética es un centro especializado en procedimientos no invasivos que buscan restaurar, mantener y realzar la belleza, la salud y el bienestar del paciente, respetando su fisionomía y garantizando seguridad médica.

En Distrito Salud y Belleza, esta definición se traduce en un espacio profesional donde cada tratamiento está diseñado para realzar la belleza natural del paciente, con ética, precisión y empatía (SEME – Sociedad Española de Medicina Estética, 2022).

### ***Salud***

La salud es un estado de completo bienestar físico, mental y social, y no solamente la ausencia de afecciones o enfermedades.

En Distrito Salud y Belleza, se aborda la salud desde una perspectiva integral, donde cada tratamiento estético contribuye al equilibrio emocional y físico del paciente (Organización Mundial de la Salud, 1948).

### ***Belleza***

La belleza es una experiencia subjetiva que genera placer desinteresado, basada en la armonía y la forma.

En Distrito Salud y Belleza, la belleza se entiende como una expresión auténtica del bienestar integral, donde cada paciente se ve y se siente bien consigo mismo (Kant, 1790).

### ***Autocuidado***

El autocuidado es la práctica consciente de atender las propias necesidades físicas, emocionales y sociales para preservar la salud y el bienestar.

En Distrito Salud y Belleza, se promueve el autocuidado como un acto de amor propio, ofreciendo tratamientos que fortalecen la autoestima y el equilibrio personal (Leininger, 1991).

### ***Bienestar integral***

El bienestar integral es el equilibrio dinámico entre los aspectos físicos, emocionales, intelectuales, sociales y espirituales de la vida.

En Distrito Salud y Belleza, cada experiencia estética está diseñada para nutrir al paciente en todas sus dimensiones, generando una transformación profunda y positiva (Hettler, 1980).

### ***Tratamientos personalizados***

Los tratamientos personalizados son intervenciones diseñadas a partir de las características, necesidades y expectativas individuales del cliente, buscando resultados efectivos y satisfactorios.

En Distrito Salud y Belleza, cada procedimiento se adapta cuidadosamente al perfil del paciente, garantizando seguridad, naturalidad y conexión emocional (Kotler y Keller, 2012).

### **Conceptos fundamentales relacionados con la comunicación y el diseño:**

#### **Conceptos fundamentales relacionados con la comunicación.**

**Comunicación:** Es el proceso mediante el cual una persona establece contacto con otra a través de un mensaje, esperando una respuesta que puede ser una opinión, conducta o acción. Para estos autores, comunicar implica influir en el comportamiento del receptor, lo que convierte a la comunicación en una herramienta de interacción social con propósito (Martínez y Nosnik, 1998).

**Comunicación visual:** Umberto Eco plantea que la comunicación visual es una forma de semiosis, donde los signos visuales se interpretan dentro de sistemas culturales. La imagen no solo representa, sino que también construye sentido. Eco enfatiza que el diseño visual debe ser

funcional, legible y coherente con el contexto comunicativo, lo que lo convierte en una herramienta estratégica en la construcción de significados. (Eco, 1976)

**Comunicación corporativa:** Es el conjunto de procesos comunicativos que una organización desarrolla para construir, proyectar y gestionar su identidad e imagen ante sus públicos. Capriotti subraya que esta comunicación debe ser coherente, estratégica e integrada, abarcando desde la comunicación interna hasta la externa, pasando por la institucional, de marketing y de crisis (Capriotti, 1999).

**Redes sociales:** Las redes sociales son servicios digitales que permiten a los individuos construir un perfil público o semipúblico dentro de un sistema delimitado, articular una lista de otros usuarios con los que comparten una conexión, y recorrer sus listas de contactos y las de otros dentro del sistema. Estas plataformas facilitan la interacción, el intercambio de información y la creación de comunidades en línea basadas en intereses comunes (Boyd & Ellison, 2007).

### **Conceptos fundamentales relacionados con el diseño.**

**Diseño:** Actividad proyectual que busca resolver problemas de comunicación visual mediante la planificación, análisis y síntesis de información, combinando estética, funcionalidad y propósito social.

El diseño no se limita a lo decorativo; es una disciplina que implica comprender profundamente las necesidades del usuario, el contexto sociocultural y los objetivos comunicativos. Frascara lo plantea como una herramienta para generar soluciones visuales efectivas, donde cada decisión gráfica responde a un análisis previo y tiene una intención clara.

En este sentido, el diseño se convierte en un puente entre el mensaje y el receptor, facilitando la comprensión, generando impacto emocional y promoviendo cambios de conducta o percepción (Frascara, 2000).

**Diseño gráfico:** Expresión clasificada de actos de reflexión y formalización material que intervienen en el proceso creativo de una obra original, destinada a comunicar visualmente ideas, hechos y valores mediante elementos gráficos. Costa, destaca el diseño gráfico como una práctica intelectual y sensible, donde el diseñador traduce conceptos abstractos en formas visuales concretas.

Este proceso implica una reflexión profunda sobre el contenido, el público y el medio, y se materializa en composiciones que no solo informan, sino que también persuaden y emocionan. El diseño gráfico, entonces, se convierte en una herramienta de construcción cultural, capaz de influir en la percepción colectiva y de generar identidad visual en contextos diversos (Costa, 1994).

**Photoshop:** Software de edición de imágenes rasterizadas que permite manipular fotografías, aplicar efectos visuales y crear composiciones gráficas mediante capas y herramientas digitales. Photoshop revolucionó la forma en que se trabaja la imagen digital, ofreciendo un entorno flexible y potente para la creación visual.

Su sistema de capas permite trabajar de manera no destructiva, facilitando la edición detallada y la experimentación creativa. Además, sus herramientas avanzadas de retoque, ajuste de color y composición lo convierten en un aliado indispensable para diseñadores, fotógrafos y artistas visuales.

En el ámbito del branding, Photoshop permite construir piezas que refuercen la identidad visual, transmitan emociones y generen impacto estético (Knoll & Knoll, 1990).

**Illustrator:** Programa especializado en gráficos vectoriales que permite crear ilustraciones, logotipos y elementos visuales escalables sin pérdida de calidad, ideal para identidad visual y

diseño editorial. Illustrator se basa en vectores, lo que significa que sus creaciones pueden ampliarse o reducirse sin perder definición, lo cual es esencial para aplicaciones como logotipos, íconos y piezas editoriales.

Su precisión técnica y versatilidad lo convierten en una herramienta clave para el diseño de marcas, ya que permite construir elementos gráficos consistentes, adaptables a múltiples formatos y coherentes con la línea estética definida. Además, su integración con otras herramientas de Adobe potencia el flujo de trabajo creativo (Adobe Systems, 1987).

**Adobe Color:** Herramienta digital basada en la teoría del color que permite crear y explorar paletas cromáticas armónicas, facilitando la coherencia visual en proyectos de diseño. Adobe Color permite experimentar con combinaciones cromáticas basadas en reglas como la complementariedad, la análoga o la triádica, lo que ayuda a generar armonía visual y reforzar el mensaje emocional del diseño.

Esta herramienta es especialmente útil en la construcción de identidades visuales, ya que permite definir paletas que conecten con el público objetivo, transmitan valores específicos y mantengan consistencia en todos los materiales gráficos. Además, su capacidad de extraer colores desde imágenes reales permite vincular el diseño con referencias visuales auténticas (Adobe, 2006).

**Línea gráfica:** Conjunto coherente de elementos visuales como tipografía, colores, estilos y formas que definen la identidad estética de una marca o campaña en todos sus materiales. La línea gráfica funciona como el ADN visual de un proyecto, asegurando que todos los elementos mantengan una coherencia estética y comunicativa.

Es el resultado de decisiones estratégicas que responden al perfil del público, los valores de la marca y los objetivos comunicativos. Una línea gráfica bien definida permite generar reconocimiento, transmitir emociones específicas y facilitar la recordación de marca. Además, su aplicación transversal en distintos formatos refuerza la identidad y profesionalismo del proyecto (Mancilla, 2022).

**Bocetaje:** Etapa inicial del proceso creativo que consiste en realizar bosquejos rápidos para explorar ideas visuales antes de su desarrollo técnico o digital. El bocetaje es una fase de exploración libre, donde el diseñador plasma ideas de forma espontánea y sin restricciones.

Esta etapa permite visualizar conceptos, probar composiciones y detectar oportunidades creativas antes de invertir tiempo en el desarrollo final. Más allá de su función técnica, el bocetaje estimula la creatividad, facilita la comunicación de ideas con el equipo y permite iterar rápidamente. En proyectos estratégicos, el bocetaje es clave para alinear la visión estética con los objetivos comunicativos desde el inicio (Beltrán, 1970).

**Diagramación:** Técnica que organiza textos e imágenes en un espacio determinado, buscando equilibrio, legibilidad y jerarquía visual en medios impresos o digitales. La diagramación es una disciplina que combina lógica visual y sensibilidad estética para estructurar contenidos de manera clara y atractiva. Implica decisiones sobre márgenes, columnas, alineaciones, jerarquías tipográficas y ritmo visual, todo con el fin de facilitar la lectura y guiar la atención del usuario.

En contextos editoriales y publicitarios, una buena diagramación no solo mejora la experiencia del lector, sino que también refuerza el mensaje y la identidad del proyecto (Cedeño Yépez, 2009).

**Paleta de colores:** Selección estratégica de colores que se utiliza en un proyecto gráfico para generar armonía visual, transmitir emociones y reforzar el mensaje comunicativo. Basada en la teoría del color, la paleta cromática es una herramienta emocional y simbólica que permite conectar con el público desde lo visual.

Itten plantea que cada color tiene una carga psicológica y cultural, por lo que su elección debe responder al perfil del receptor y al propósito del mensaje. Una paleta bien construida puede evocar sensaciones, diferenciar marcas y generar cohesión estética. Además, su aplicación coherente en todos los elementos gráficos refuerza la identidad visual y facilita la recordación (Itten, 1961).

## **Ciencias auxiliares, artes, teorías y tendencias.**

### **Ciencias**

#### **Semiología**

Ferdinand de Saussure plantea que la semiología permite comprender cómo los signos construyen sentido en la comunicación humana. El significante es la forma física del signo (como una palabra hablada o escrita), mientras que el significado es la idea o concepto que evoca. Esta relación no es natural, sino arbitraria y culturalmente determinada.

En el contexto de la comunicación visual y emocional, la semiología permite analizar cómo los elementos gráficos, colores, imágenes y palabras generan significados compartidos, influyen en la percepción del público y construyen identidad de marca (Saussure, 1908).

#### **Semiología de la imagen**

La semiología de la imagen analiza cómo los signos visuales (formas, colores, texturas, tipografía) comunican significados culturales. Barthes propone que toda imagen es un texto

polisémico, con múltiples niveles de lectura: denotación (lo que se ve) y connotación (lo que se interpreta).

La imagen no solo representa, sino que construye realidades y puede ser leída como discurso (Barthes, 1982).

## **Psicología**

La psicología ofrece herramientas para comprender cómo las personas piensan, sienten y actúan en distintos contextos. Desde la perspectiva comunicacional, es clave para entender la motivación, la toma de decisiones, la empatía y la respuesta emocional ante estímulos visuales o narrativos.

Además, permite segmentar audiencias según perfiles conductuales, diseñar mensajes que conecten con necesidades profundas y generar experiencias que promuevan bienestar, confianza o identificación emocional con una marca o campaña (APA, 2023).

## **Psicología de la comunicación**

Disciplina que estudia cómo los procesos mentales y emocionales influyen en la forma en que los individuos emiten, reciben e interpretan mensajes. Según Watzlawick, “no se puede no comunicar”, lo que implica que todo comportamiento tiene valor comunicativo. Esta psicología se enfoca en elementos como la percepción, la atención, la memoria, las emociones y el lenguaje, entendiendo que la comunicación no es solo transmisión de información, sino construcción de sentido.

En contextos estratégicos, permite comprender cómo adaptar mensajes según el estado emocional, cognitivo y cultural del receptor, facilitando una conexión más profunda y efectiva (Watzlawick, 1976).

## **Psicología del Color**

Estudia cómo los colores influyen en las emociones, comportamientos y decisiones humanas. Eva Heller demostró que las asociaciones entre color y emoción no son arbitrarias, sino que responden a patrones culturales y psicológicos compartidos. Por ejemplo, el azul transmite confianza y profesionalismo, mientras que el rojo evoca pasión o urgencia.

Esta psicología es clave en el branding emocional, ya que permite diseñar identidades visuales que conectan con el inconsciente del público, generando sensaciones específicas que refuercen el mensaje y los valores de una marca (Heller, 2004).

## **Psicología de la Imagen**

Analiza cómo las imágenes impactan la mente humana, no sólo como estímulos visuales, sino como representaciones cargadas de significado emocional y simbólico. Según Pardos Peiró, la imagen es una síntesis activa de conciencia que involucra memoria, afectividad y cultura. Las imágenes no se perciben de forma neutra, sino que evocan experiencias, deseos y narrativas internas.

En comunicación estratégica, esta psicología permite diseñar piezas visuales que no sólo informen, sino que conmuevan, inspiren o movilicen, apelando a la dimensión simbólica del receptor (Pardos Peiró, 2006).

## **Publicidad**

Es definida como “la ciencia de la persuasión”, y según David Ogilvy, considerado el padre de la publicidad moderna, esta disciplina no se limita a la mera transmisión de mensajes comerciales, sino que implica un proceso estratégico y creativo profundamente orientado a influir en las decisiones del consumidor.

Para Ogilvy, la publicidad debe ser relevante, emocionalmente resonante y basada en una comprensión profunda del público objetivo. Su enfoque destaca la importancia de la investigación de mercado, la claridad en el mensaje y la capacidad de conectar con los deseos y necesidades del consumidor.

Ogilvy sostenía que una buena publicidad no solo vende productos, sino que construye marcas duraderas, genera confianza y establece vínculos emocionales con la audiencia. Además, subrayaba que la publicidad efectiva no es aquella que simplemente llama la atención, sino la que logra persuadir con argumentos sólidos, creatividad bien dirigida y una narrativa que refleje autenticidad y propósito (Ogilvy, 1983).

### **Marketing**

El marketing es un proceso integral que va más allá de vender: implica entender profundamente al cliente, crear propuestas de valor relevantes y construir relaciones duraderas que generen beneficios mutuos. Es una disciplina que combina análisis racional (como la teoría de la elección racional) con intuición creativa para conectar con las emociones y necesidades del mercado (Kotler y Armstrong, 2004).

### **Relaciones Públicas**

Las relaciones públicas son una función directiva estratégica que busca construir y mantener relaciones de confianza, diálogo y cooperación entre una organización y sus públicos clave. No se trata solo de comunicar, sino de escuchar activamente, interpretar contextos sociales y culturales, y generar valor simbólico y emocional que fortalezca la reputación y legitimidad institucional (Cutlip, Center y Broom, 2000).

## **Sociología**

La sociología estudia cómo las personas interactúan, se organizan y construyen significados en sociedad. Desde los microencuentros cotidianos hasta los grandes procesos globales, esta disciplina revela cómo las estructuras sociales, los valores culturales y los sistemas simbólicos influyen en la conducta humana (Giddens, 2006).

## **Artes**

### **Ilustración**

Immanuel Kant define la Ilustración como un proceso de emancipación intelectual, donde el individuo se atreve a pensar por sí mismo. Este movimiento histórico impulsó valores como la libertad, la racionalidad, la educación y la dignidad humana.

En el ámbito comunicacional, la Ilustración inspira el uso ético del conocimiento, la promoción de mensajes que empoderen al receptor y la creación de contenidos que fomenten el pensamiento crítico, la inclusión y el respeto por la diversidad (Kant, 1784).

### **Fotografía**

Henri Cartier-Bresson resalta el valor de la fotografía como una forma de intuición y sensibilidad ante lo cotidiano. Más que una técnica, es una herramienta narrativa que permite congelar emociones, contextos y significados. En comunicación visual, la fotografía es clave para transmitir autenticidad, generar empatía y documentar momentos que refuercen el mensaje de una marca o campaña.

Su poder radica en la capacidad de contar historias sin palabras, apelando directamente a la percepción y emoción del espectador (Cartier-Bresson, 1952).

## **Tipografía**

Es el arte de disponer correctamente el material de impresión para facilitar la comprensión del texto. Implica la elección, organización y diseño de letras con el fin de lograr una comunicación visual efectiva, estética y funcional (Morison, 1929).

## **Composición visual**

Es la organización de elementos plásticos en una obra para establecer relaciones formales que transmitan emoción o significado. Abarca principios como equilibrio, jerarquía, ritmo y proporción, y guía la percepción del espectador hacia una lectura coherente y expresiva (Berger, 1975).

## **Dibujo**

Es una actividad intelectual y artística que representa ideas, emociones o formas mediante trazos gráficos.

Considerado el origen de todas las artes visuales, el dibujo es un lenguaje universal que permite comunicar, analizar y proyectar la realidad desde la mente del creador (Crespo Martín, 2015).

## **Teorías**

### **Teoría del color**

Itten propone que los colores no solo tienen propiedades físicas, sino también psicológicas y simbólicas. Cada color puede evocar emociones específicas (como el azul la calma o el rojo la energía), influir en el estado de ánimo y modificar la percepción del entorno.

En diseño y branding, la teoría del color permite construir identidades visuales coherentes, generar impacto emocional y facilitar la recordación de marca. Además, el uso

estratégico del color puede reforzar valores, diferenciar productos y guiar la atención del público (Itten, 1961).

### **Teorías del recorrido visual**

Son modelos que explican cómo el ojo humano recorre una imagen, influido por factores como la dirección de lectura, el contraste, la jerarquía y la ubicación de los elementos. Estas teorías permiten diseñar composiciones que guían la atención del espectador de forma estratégica y emocional (Dondis, 1973).

### **Teoría de la elección racional**

Postula que los individuos toman decisiones evaluando costos y beneficios para maximizar su utilidad. En comunicación, esta teoría se aplica al análisis del comportamiento del receptor, considerando que elige qué mensajes consumir según sus intereses y percepciones de valor (Becker, 1976).

### **Teoría de la Gestalt**

Afirma que la percepción visual se organiza en formas completas y significativas, no como suma de partes aisladas. Principios como proximidad, similitud, continuidad y cierre explican cómo el cerebro estructura la información visual para darle sentido y coherencia (Wertheimer, 1923).

### **Fundamentos del diseño gráfico**

Los fundamentos del diseño gráfico son principios teóricos y prácticos que permiten estructurar contenidos visuales para comunicar eficazmente ideas, valores y emociones. Incluyen elementos como la composición, el color, la tipografía, la percepción visual y la retórica gráfica,

articulados para generar mensajes significativos y funcionales en contextos sociales, culturales y tecnológicos (Bonsiepe, 1994).

## **Tendencias**

### **Minimalismo**

El minimalismo es una corriente estética y funcional que promueve la reducción a lo esencial, eliminando ornamentos superfluos para resaltar la pureza formal, la geometría y la serenidad visual (Mies van der Rohe, 1960).

En diseño, se traduce en composiciones limpias, uso de colores neutros y estructuras simples que buscan transmitir elegancia, orden y profundidad conceptual desde la austeridad (Wollheim, 1965; Milian, 2015).

### **Tendencia minimalista**

Munari propone que el minimalismo no es ausencia, sino síntesis. Se trata de comunicar con claridad, evitando la saturación visual y priorizando lo esencial. Esta tendencia promueve el orden, la elegancia y la funcionalidad, lo que facilita la comprensión del mensaje y mejora la experiencia del usuario. En branding y diseño emocional, el minimalismo permite transmitir profesionalismo, confianza y sofisticación, al tiempo que respeta la atención del público y refuerza la identidad visual con coherencia (Munari, 1966).

### **Formas geométricas**

Las formas geométricas son configuraciones visuales basadas en principios matemáticos como líneas, curvas y ángulos regulares. En diseño gráfico, aportan orden, estabilidad y claridad perceptiva, facilitando la organización del espacio visual y la comunicación racional. Su uso

transmite lógica, estructura y equilibrio, siendo esenciales en composiciones tipográficas, logotipos y sistemas visuales coherentes (Platón, s. IV a.C.; Estudyando, 2020).

### Colores tenues

Los colores tenues son tonalidades suaves, desaturadas o pastel que generan atmósferas de calma, elegancia y sutileza emocional. En diseño gráfico, permiten establecer jerarquías visuales sin agresividad, favorecen la lectura y evocan sensaciones de serenidad, profesionalismo y sofisticación. Son clave en propuestas minimalistas y branding emocional orientado a la confianza y la armonía (Itten, 1961).

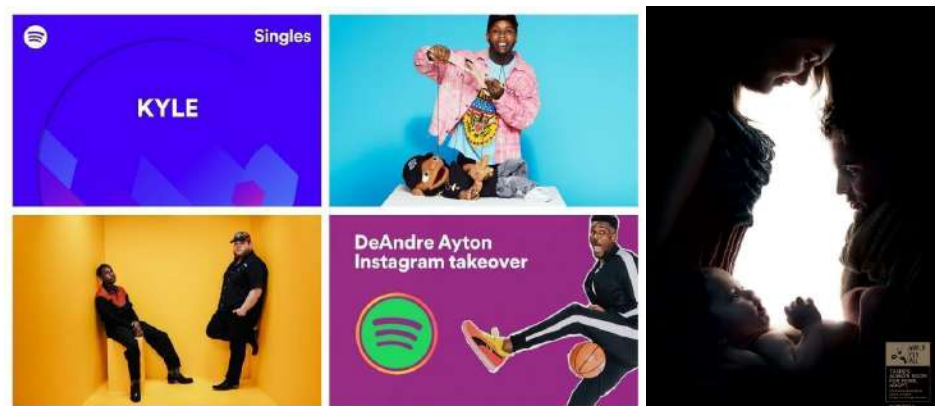
### Elegancia

La elegancia en diseño gráfico se refiere a la capacidad de una composición para transmitir refinamiento, equilibrio y belleza visual mediante la simplicidad, la proporción y la coherencia estética. Implica un dominio técnico y conceptual que permite comunicar con precisión y sensibilidad, generando impacto desde la sobriedad y la excelencia formal (Bürdek, 1994).

### Tablero de tendencias

Tablero de inspiración que muestra la recopilación de ideas en base a las tendencias seleccionadas de diseño para aplicar en el proyecto de graduación.

Tendencia: combinación de colores, fotografía con minimalismo



## **Capítulo VII:**

### **Proceso de diseño y propuesta preliminar**

## **Capítulo VII: Proceso de diseño y propuesta preliminar**

### **Aplicación de la información obtenida en el marco teórico**

Un diseñador gráfico tiene la capacidad de identificar problemas de comunicación visual y resolverlos mediante conocimientos teóricos y prácticos adquiridos a lo largo de su formación. Su trabajo se fundamenta en diversas disciplinas que se complementan para justificar soluciones estratégicas y estéticas.

En este proyecto, el diseño gráfico se convierte en una herramienta clave para abordar el problema de comunicación y dar a conocer los servicios que ofrece la Clínica Médica Estética, Distrito Salud y Belleza a la población guatemalteca.

Al igual que las ciencias y las tecnologías, el diseño gráfico evoluciona constantemente para responder a los desafíos comunicacionales de marcas y organizaciones. En este caso, se busca proyectar una imagen profesional, confiable y emocionalmente conectada con el público objetivo, mediante materiales digitales que den a conocer los servicios de la clínica que transmitan los valores de cuidado, bienestar y estética integral que la caracterizan.

El proyecto “Diseño de materiales digitales para dar a conocer los servicios que ofrece la Clínica Médica Estética, Distrito Salud y Belleza a la población guatemalteca” requiere la aplicación de disciplinas auxiliares como base conceptual y estratégica para sustentar su desarrollo.

Este trabajo de graduación se apoya en conocimientos que respaldan la investigación y la toma de decisiones, siendo fundamentales para la gestión visual y comunicacional. Las disciplinas seleccionadas se relacionan directamente con el diseño gráfico para brindar a mujeres

y hombres entre 35 y 55 años, residentes en la capital, una experiencia visual que genere confianza y despierte interés en la clínica como referente en salud estética.

### **Comunicación**

La comunicación es el proceso mediante el cual se intercambian ideas, emociones e información entre individuos, grupos u organizaciones. En el ámbito de la salud y la estética, va más allá de informar: implica conectar emocionalmente, generar confianza y movilizar decisiones. En este proyecto, la comunicación se convierte en el puente que permite a Distrito Salud y Belleza establecer vínculos auténticos con sus públicos.

El problema comunicacional ha dificultado la creación de una conexión visual con los posibles pacientes, lo cual impide que se involucren activamente con los servicios ofrecidos. Frente a esta situación, se propone el diseño de materiales digitales accesibles, estéticos y emocionalmente resonantes que visibilicen los valores y los servicios actuales que brindan en la clínica y que estos generen una relación más cercana y efectiva con su audiencia.

### **Comunicación digital**

La comunicación digital engloba los métodos y herramientas utilizadas para transmitir mensajes a través de medios virtuales. En el contexto actual, es esencial para dar a conocer cualquier empresa o institución. En este proyecto, se utiliza como canal principal para proyectar la identidad de Distrito Salud y Belleza, aprovechando plataformas como redes sociales y sitios web para generar confianza y atraer nuevos pacientes.

El problema identificado es la escasa visibilidad digital de la clínica, lo que limita su alcance y dificulta que el público conozca sus servicios. A través de una estrategia de comunicación digital bien fundamentada, se busca revertir esta situación y dar a conocer los servicios de la clínica como una opción confiable y profesional en el ámbito de la salud estética.

## **Diseño**

El diseño es una actividad creativa que proyecta soluciones visuales con fines estéticos y funcionales. En este proyecto, el diseño gráfico se convierte en el medio para comunicar los valores de cuidado, profesionalismo y bienestar que caracterizan a Distrito Salud y Belleza.

Las disciplinas seleccionadas fundamentan cada componente visual, permitiendo construir piezas digitales que conecten emocionalmente con el público y refuercen la identidad de la clínica.

## **Diseño digital**

El diseño digital es la creación de piezas visuales destinadas a medios virtuales, con el objetivo de transmitir mensajes específicos de forma clara, estética y funcional. En este proyecto, se utiliza para proyectar la imagen de Distrito Salud y Belleza en plataformas digitales, priorizando la adaptabilidad visual, la coherencia gráfica y el impacto emocional.

El producto final será exclusivamente digital, pensado para dispositivos móviles y redes sociales, donde la experiencia visual debe ser armoniosa, profesional y emocionalmente atractiva.

## **Semiología**

La semiología estudia los signos y sistemas de comunicación que construyen significados en la vida social. En este proyecto, permite analizar cómo cada elemento visual —tipografía, color, forma— transmite valores como confianza, cuidado y profesionalismo.

Al comprender la carga simbólica de cada componente, se diseñan materiales que conectan emocionalmente con el público, generando una lectura coherente con la identidad de la clínica.

## **Psicología**

La psicología estudia los procesos mentales y conductuales que influyen en la percepción y toma de decisiones. En este proyecto, se aplica para comprender cómo los mensajes visuales pueden generar empatía, seguridad y conexión emocional con el público objetivo.

Al diseñar piezas que responden a las necesidades psicológicas de los usuarios, se logra persuadir, informar y movilizar, dando a conocer a Distrito Salud y Belleza como una clínica que entiende y cuida a sus pacientes.

## **Marketing**

Es una disciplina que engloba un conjunto de estrategias y acciones dirigidas a identificar, anticipar y satisfacer las necesidades y deseos del mercado mediante la creación, promoción y distribución de bienes y servicios.

Aplicar el marketing ayuda a incrementar las ventas y principalmente, dar a conocer la marca.

## **Teorías**

### **Teoría del color**

La teoría del color es un conjunto de principios que explican cómo se generan, combinan y perciben los colores. Para el proyecto esto es fundamental, ya que permite comprender cómo las combinaciones cromáticas pueden evocar emociones, transmitir valores y reforzar la identidad visual de la clínica teniendo dicho conocimiento se tiene una mejor comprensión de cómo se puede combinar

## Teoría de la Gestalt

Es una corriente de la psicología que se enfoca en cómo percibimos e interpretamos la información visual y cómo nuestro cerebro organiza y agrupa elementos para formar un todo significativo.

La teoría de la Gestalt es de gran importancia, ya que permite a los diseñadores comprender cómo las personas perciben y organizan visualmente la información.

## Tendencias

### Minimalismo

El minimalismo es una corriente estética que busca expresar lo esencial con el mínimo de elementos, eliminando lo superfluo para destacar lo significativo. En este proyecto, se utiliza como principio rector del diseño visual, permitiendo que cada pieza transmita elegancia, serenidad y profesionalismo.

El uso de espacios en blanco, tipografías limpias y paletas cromáticas suaves refuerza la identidad de la clínica, facilitando la lectura y generando una experiencia visual armoniosa y sofisticada.

### Tablero de aplicación de información definida en el marco teórico

Categoría	Definición	Aplicación Estratégica en el Proyecto
Comunicación	Proceso de intercambio de ideas, emociones e información. En salud estética, implica conectar emocionalmente y generar confianza.	Diseño de materiales digitales accesibles y resonantes que visibilicen valores y servicios, fortaleciendo vínculos auténticos.
Comunicación digital	Uso de medios virtuales para transmitir mensajes. Esencial para el posicionamiento institucional.	Estrategia digital en redes sociales para proyectar identidad, generar confianza y atraer nuevos pacientes.

Diseño	Actividad creativa que proyecta soluciones visuales con fines estéticos y funcionales.	Diseño gráfico como medio para transmitir valores de cuidado, profesionalismo y bienestar.
Diseño digital	Creación de piezas visuales para medios virtuales, con enfoque estético, funcional y emocional.	Desarrollo de piezas digitales para redes sociales, con impacto y armonía visual.
Semiología	Estudio de signos que construyen significados sociales.	Análisis de tipografía, color y forma para transmitir confianza, uniformidad en todas las redes y profesionalismo.
Psicología	Estudio de procesos mentales y conductuales que influyen en la percepción.	Diseño de mensajes visuales que generen empatía, seguridad y conexión emocional.
Marketing	Estrategias para identificar y satisfacer necesidades del mercado.	Aplicación de marketing para posicionar la clínica y aumentar visibilidad y confianza.
Teoría del color	Explicación de cómo se generan y combinan los colores.	Selección de paletas que refuercen emociones deseadas y coherencia estética.
Minimalismo	Corriente estética que destaca lo esencial con pocos elementos.	Uso de espacios en blanco, tipografías limpias y colores suaves para transmitir elegancia y profesionalismo.

Tablero realizado por Alejandra Elizabeth Figueroa García.

## Conceptualización

### *Método*

En un proyecto de comunicación y diseño, conceptualizar significa definir la o las ideas que permitirán estructurar el mensaje gráfico, textual que sustente y fundamente la propuesta. El método que utilizará para la conceptualización del proyecto se llama “Seis sombreros para pensar”.

Esta técnica intenta reproducir la compleja actividad cerebral que se genera ante el proceso de tomar decisiones y en el que participan emociones, sentimientos, análisis objetivos, y evaluación de pros y contras, forzando el pensamiento lateral y la observación desde diversas perspectivas. Cada sombrero representa un modo de afrontar la situación:

- **El sombrero blanco:** pensamiento objetivo y neutral. Este sombrero obliga a enfrentar la evaluación del problema desde el punto de vista fáctico, analizando los datos disponibles, las tendencias pasadas y actuales, y preguntándose: ¿Qué sé? ¿Qué necesito averiguar? ¿Qué información he de recopilar?
- **El sombrero rojo:** emociones, intuición, corazonadas. El vestir este sombrero requiere dejar de lado el pensamiento objetivo y enfocarse en los instintos viscerales, las emociones y la intuición. Las preguntas a hacerse bajo el influjo de este sombrero son: ¿Cómo me hace sentir esta situación? ¿Qué me gusta de esta situación? ¿Qué no me gusta? Las respuestas a estas preguntas no necesariamente han de seguir un razonamiento lógico, sino que buscan exponer la reacción visceral de los participantes ante la situación.
- **El sombrero negro:** juicio negativo. Al vestir este sombrero, los integrantes del grupo han de identificar los peligros actuales de la situación, las barreras a las que los enfrenta, los obstáculos a sortear, los riesgos de que perdure en el tiempo y cualquier otra

característica de connotación negativa. Es importante tener presente que la intención de este sombrero es la de presentar una crítica constructiva, ya que pone en relieve los puntos débiles del plan. Buenas preguntas que hacer en este momento son: ¿Por qué es tan mala esta situación? ¿Qué tan graves son los riesgos? ¿Cuáles son los principales impedimentos para alcanzar una solución?

- **El sombrero amarillo:** juicio positivo y beneficios. Este sombrero ayuda a pensar positivamente, viendo desde un punto de vista optimista los beneficios de una idea o situación, sin caer en el optimismo ciego sino más bien realizando un proceso analítico que busca crear argumentos que justifiquen la decisión. “¿Qué está yendo bien?” y “¿Cuáles son los beneficios a corto y largo plazo de esta situación?” son buenas preguntas para hacerse al llevar el sombrero amarillo
- **El sombrero verde:** creatividad. El sombrero verde representa el momento en el que se desarrollan soluciones creativas a un problema, analizando posibilidades y alternativas y dejando fluir el pensamiento libre sin dejar lugar a críticas. El participante que vista el sombrero verde ha de preguntarse ¿Qué nuevas ideas pueden surgir de esta situación? ¿Qué puedo aportar? ¿Puedo crear algo nuevo con las herramientas de las que dispongo?
- **El sombrero azul:** control de procesos. Este es el sombrero que han de usar los que presiden o moderan las reuniones, ya que define objetivos y la ruta para alcanzarlos, evalúan ventajas y desventajas, y ayudan a que el grupo permanezca enfocado en su labor, preguntando ¿Qué pensamiento necesitamos poner en práctica para enfrentar esta situación de la manera más eficaz posible? ¿Cómo organizar el proceso?



## Seis sombreros para pensar

### BLANCO

Distrito Salud y Belleza ofrece servicios médicos y estéticos con enfoque integral, profesional y humano.

Sus pilares son: atención médica especializada, estética avanzada y acompañamiento emocional.

Busca posicionarse como una clínica confiable, accesible y visualmente elegante.

### ROJO

Existe una necesidad de reforzar la conexión con el público objetivo.

Algunas personas aún no perciben todos los servicios estéticos que ofrece la clínica.

Se requiere transmitir uniformidad, calidez, empatía y profesionalismo en cada punto de contacto.

### NEGRO

Baja visibilidad digital frente a competidores con mayor inversión publicitaria.

Falta de diferenciación clara en el mercado en cuanto a propósito de marca.

Riesgo de que el mensaje se perciba como superficial si no se comunica con profundidad.

### AMARILLO

El diseño de materiales digitales con estética minimalista y mensajes auténticos puede dar a conocer a la clínica como referente de confianza.

Al integrar branding emocional, se fortalece la conexión con públicos que buscan bienestar integral.

La comunicación visual puede transmitir profesionalismo, elegancia y cercanía.

### VERDE

Inspirar confianza a través de contenido educativo con respaldo profesional.

Usar storytelling para mostrar el antes y después como símbolo de transformación emocional.

Integrar valores como: empatía, bienestar, belleza consciente, accesibilidad, respeto, autenticidad.

### AZUL

Se concluye que Distrito Salud y Belleza necesita una estrategia de comunicación emocional que combine estética, profundidad y propósito.

El concepto rector puede ser: "Tu bienestar, nuestra inspiración", transmitiendo que cada servicio está pensado para cuidar cuerpo, mente y corazón.

Método realizado por Alejandra Elizabeth Figueroa García.

### ***Definición del concepto***

Luego de aplicar la técnica de “Los Seis Sombreros para pensar” de Edward de Bono, se llegó a la frase que será el concepto rector para este proyecto:

***“Tu bienestar, nuestra inspiración.”***

El significado de este concepto es transmitir que cada decisión estética y médica está inspirada en las personas que confían en nosotros. Se apela a la sensibilidad del grupo objetivo para que reconozcan que su bienestar físico y emocional es el motor que guía cada tratamiento, cada detalle visual y cada interacción profesional.

La frase busca visibilizar cómo, a través del cuidado consciente, las personas pueden transformar su relación con su cuerpo, su autoestima y su salud. En este espacio, el bienestar no es solo un resultado: es el punto de partida, el propósito y la inspiración que nos mueve.

Con este mensaje, se invita a reconocer el valor de una atención empática, ética y personalizada, fomentando el vínculo emocional entre la clínica y sus pacientes. Se trata de crear una experiencia visual y comunicacional que transmita confianza, respeto y belleza interior y exterior. Bajo este concepto se deben crear materiales digitales que reflejen elegancia, sensibilidad y conexión humana, reforzando la idea de que cuidar es también inspirarse en quienes eligen a la marca.

### ***Bocetaje***

Se procede a realizar el proceso de bocetaje, pasando por las siguientes variantes: Tabla de requisitos, bocetaje inicial, bocetaje formal y digitalización de la propuesta.

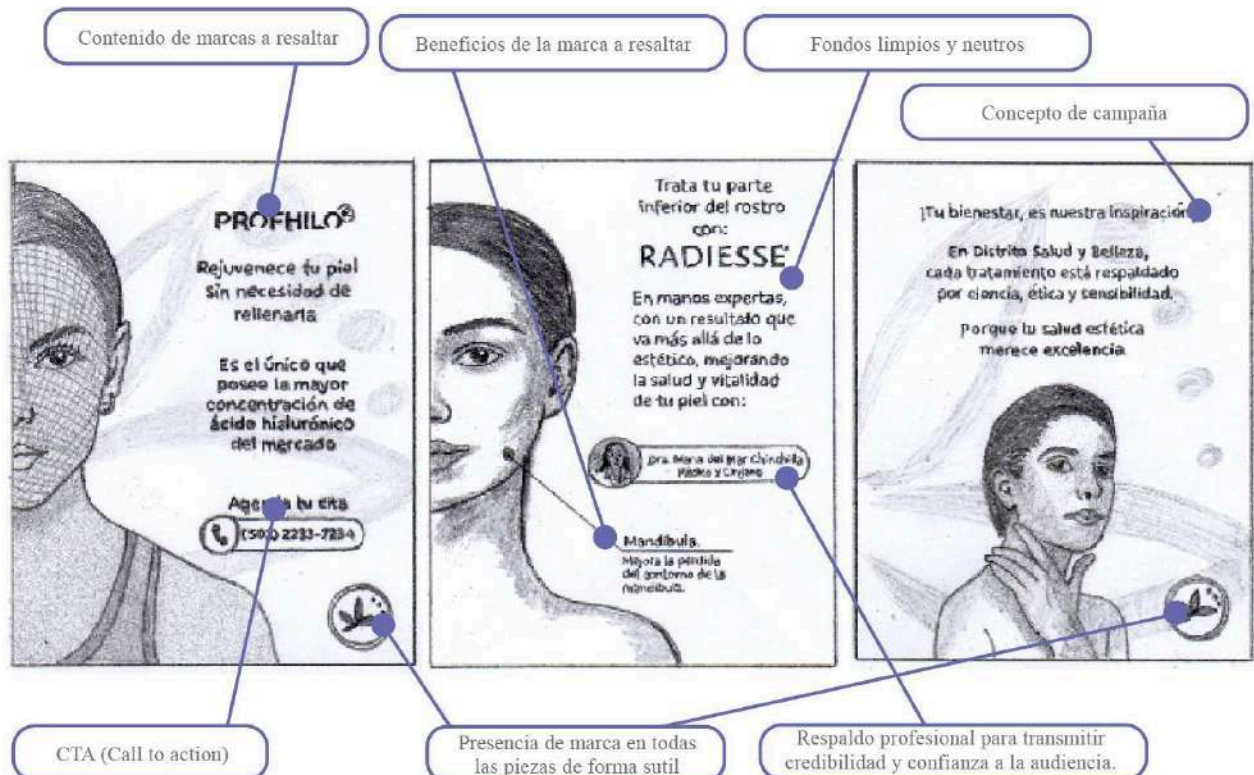
Tabla de requisitos.

Elemento gráfico	Propósito	Técnica recomendada	Emoción que transmite
Color	Transmitir serenidad, confianza y elegancia.	Paleta de colores tenues: rosa, lavanda, beige, blanco, gris claro. Uso de contrastes suaves para jerarquía visual.	Calma, profesionalismo, cercanía.
Tipografía	Comunicar claridad, sofisticación y accesibilidad.	Tipografías sans serif limpias (ej. Lato, Montserrat) combinadas con serif estilizadas para títulos.	Elegancia, orden, respeto.
Fotografías	Humanizar el servicio, mostrar bienestar y conexión emocional.	Imágenes reales, cálidas, con luz natural. Enfoque en expresiones relajadas, gestos de cuidado y espacios armoniosos.	Empatía, confianza, inspiración.
Diagramación	Organizar la información de forma clara y estética.	Uso de retículas limpias, márgenes amplios, jerarquía visual clara. Espacios en blanco para respirar.	Claridad, equilibrio, tranquilidad.
Elementos gráficos	Reforzar identidad visual y guiar la atención.	Íconos minimalistas, líneas suaves, formas geométricas simples. Integración sutil con el contenido.	Coherencia, modernidad, suavidad.
Vectores	Complementar el mensaje sin saturar.	Ilustraciones vectoriales estilizadas, monocromáticas o en tonos pastel. Uso puntual en secciones clave.	Delicadeza, armonía, profesionalismo.

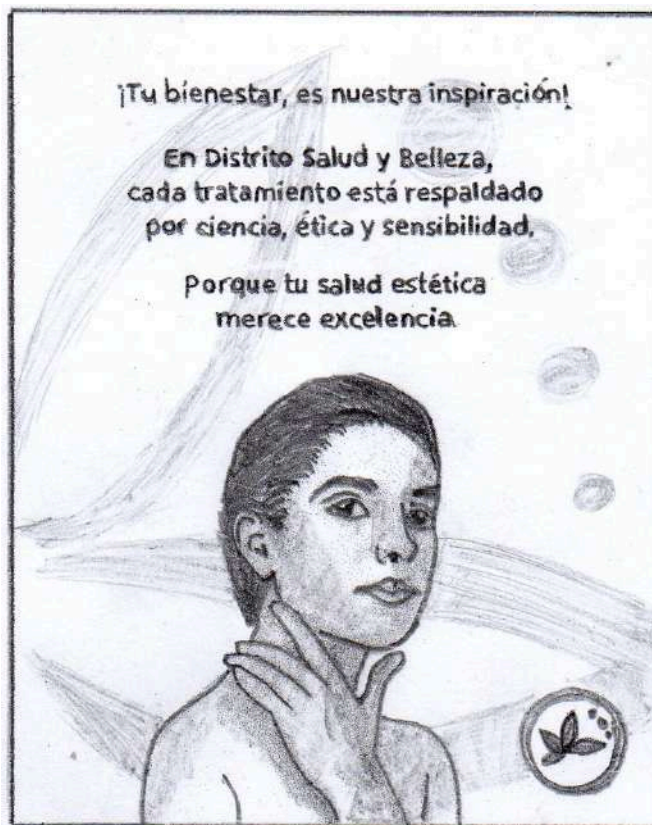
Tabla realizada por Alejandra Elizabeth Figueroa García.

Bocetaje

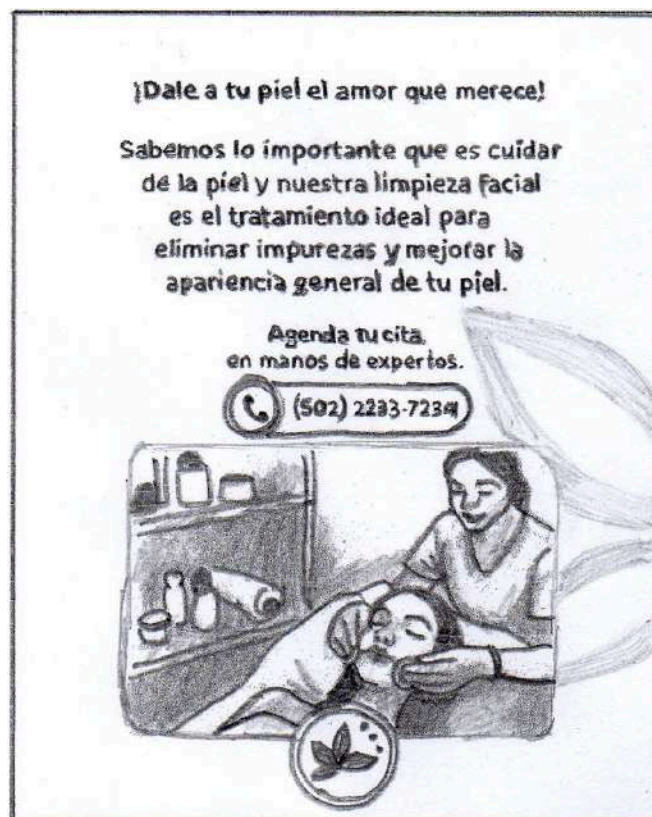
Propuesta A: Piezas gráficas, Propuesta A: Medida 1080 x 1350 px



Propuesta A, post estático 1, Medida 1080 x 1350 px - Frase de campaña “Tu bienestar, nuestra inspiración”



Propuesta A, post estático 2, Medida 1080 x 1350 px - CTA



Propuesta A, post estático 3, Medida 1080 x 1350 px - Beneficios de un servicio principal + CTA

**Bioestimulación y rejuvenecimiento.**

Estimula la producción de colágeno natural en la zona y aporta el volumen perdido a lo largo del tiempo.

Tiene un doble efecto: tensa la piel y aporta volumen de manera eficaz. Es un tratamiento seguro y con resultados 100% naturales.


Agenda tu cita (502) 2233-7234



Propuesta A, post estático 4, Medida 1080 x 1350 px - Beneficios de un servicio principal

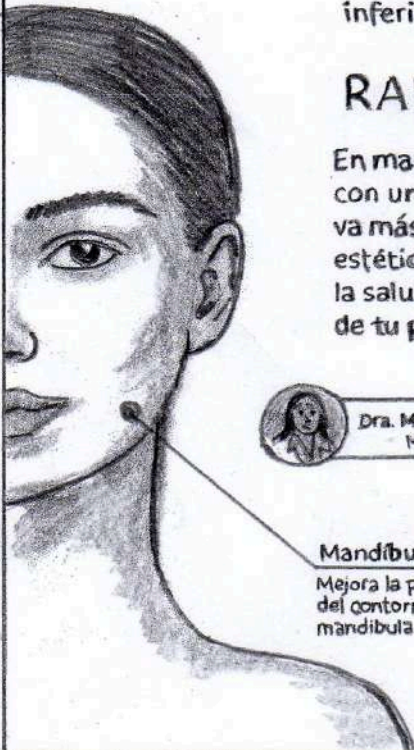
**Beneficios de RADIESSE®**

- Estimula la producción de colágeno.
- Combate la flacidez.
- Su efecto es totalmente natural.
- Remodela los contornos faciales naturales.
- Devuelve el volumen perdido con los años.



**DISTRITO**  
SALUD Y BELLEZA


Propuesta A, post estático 5, Medida 1080 x 1350 px - Beneficios de un servicio principal + Respaldo profesional.



Trata tu parte inferior del rostro con:

**RADIESSE®**

En manos expertas, con un resultado que va más allá de lo estético, mejorando la salud y vitalidad de tu piel con:

 Dra. Maria del Mar Chinchilla  
Médico y Cirujano

**Mandíbula.**  
Mejora la pérdida del contorno de la mandíbula.


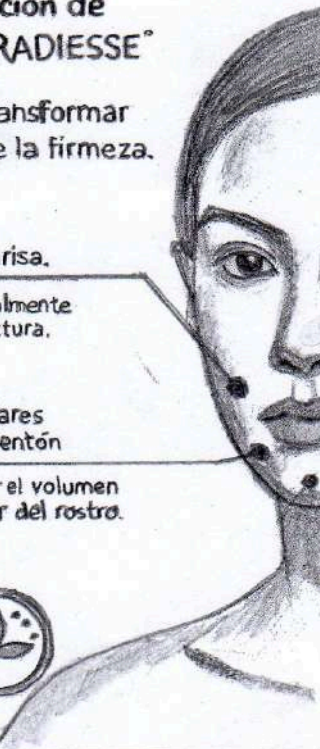
Propuesta A, post estático 6, Medida 1080 x 1350 px - Beneficios de un servicio principal.

Únete a la revolución de la juventud con **RADIESSE®**

Descubre cómo transformar tu piel y devolverle la firmeza.

**Líneas de sonrisa.**  
Levanta verticalmente y suaviza la textura.


**Pliegues premaxilares y arrugas en el mentón**  
Ayuda a restaurar el volumen en la parte inferior del rostro.

Propuesta A, post estático 7, Medida 1080 x 1350 px - Beneficios de un servicio principal + Respaldo profesional + CTA

**PROFILO<sup>®</sup>**

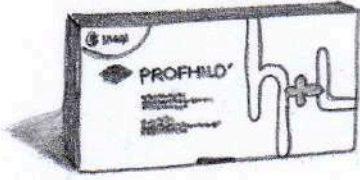
Es la elección preferida de:




Dra. María del Mar Chinchilla  
Médico y Cirujana

gracias a su capacidad única  
para hidratar, tensar y rejuvenecer  
la piel de manera integral.

---



Agenda tu cita (502) 2233-7294



Propuesta A, post estático 8, Medida 1080 x 1350 px - Beneficios de un servicio principal.

**Beneficios de PROFHILO<sup>®</sup>**

- Mas firmeza y elasticidad
- Tensa y levanta
- Mejora el tono y textura
- Aumenta la hidratación
- Brinda luminosidad





**DISTRITO**  
SALUD Y BELLEZA

Propuesta A, post estático 9, Medida 1080 x 1350 px - CTA



**PROFHILO<sup>®</sup>**

Rejuvenece tu piel  
sin necesidad de  
rellenarla

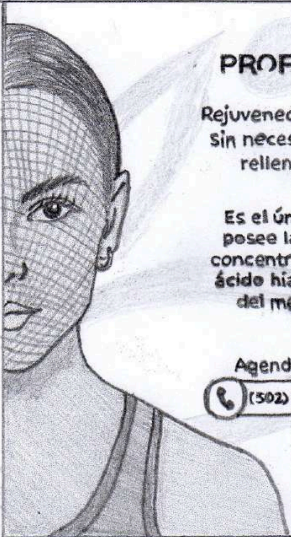
















Es el único que  
posee la mayor  
concentración de  
ácido hialurónico  
del mercado

Agenda tu cita

 (502) 2233-7234



Propuesta A, post estáticos, Medida 1080 x 1350 px (diseño de grid Instagram)

 <p><b>PROFILO®</b></p> <p>Rejuvenece tu piel Sin necesidad de rellenarla</p> <p>Es el único que posee la mayor concentración de ácido hialurónico del mercado</p> <p>Agenda tu cita (502) 2233-7234</p> 	<p><b>Beneficios de PROFHILO®</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Mas firmeza y elasticidad</li> <li>• Tensa y levanta</li> <li>• Mejora el tono y textura</li> <li>• Aumenta la hidratación</li> <li>• Brinda luminosidad</li> </ul>  <p><b>DISTRITO</b> SALUD Y BELLEZA</p> 	<p><b>PROFILO®</b></p> <p>Es la elección preferida de:</p>  <p>Dra. María del Mar Chinchilla Médica y Cirujana</p> <p>gracias a su capacidad única para hidratar, tensar y rejuvenecer la piel de manera integral.</p>  <p>Agenda tu cita (502) 2233-7234</p> 
<p>Únete a la revolución de la juventud con <b>RADIESSE™</b></p> <p>Descubre cómo transformar tu piel y devolverle la firmeza.</p> <p>Líneas de sonrisa. Levanta verticalmente y suaviza la textura.</p> <p>Pliegues premaxilares y arrugas en el mentón Ayuda a restaurar el volumen en la parte inferior del rostro.</p> 	<p>Trata tu parte inferior del rostro con: <b>RADIESSE™</b></p> <p>En manos expertas, con un resultado que va más allá de lo estético, mejorando la salud y vitalidad de tu piel con:</p>  <p>Dra. María del Mar Chinchilla Médica y Cirujana</p> <p>Mandíbula. Mejora la pérdida del contorno de la mandíbula.</p>	<p><b>Beneficios de RADIESSE™</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Estimula la producción de colágeno.</li> <li>• Combate la flacidez.</li> <li>• Su efecto es totalmente natural.</li> <li>• Remodela los contornos faciales naturales.</li> <li>• Devuelve el volumen perdido con los años.</li> </ul>  <p><b>DISTRITO</b> SALUD Y BELLEZA</p> 
<p><b>Bioestimulación y rejuvenecimiento.</b></p> <p>Estimula la producción de colágeno natural en la zona y aporta el volumen perdido a lo largo del tiempo.</p> <p>Tiene un doble efecto: tensa la piel y aporta volumen de manera eficaz. Es un tratamiento seguro y consultados 100% naturales.</p> <p>Agenda tu cita (502) 2233-7234</p>  	<p>¡Dale a tu piel el amor que merece!</p> <p>Sabemos lo importante que es cuidar de la piel y nuestra limpieza facial es el tratamiento ideal para eliminar impurezas y mejorar la aparición general de tu piel.</p> <p>Agenda tu cita en manos de expertos. (502) 2233-7234</p>  	<p>¡Tu bienestar, es nuestra inspiración!</p> <p>En Distrito Salud y Belleza, cada tratamiento está respaldado por ciencia, ética y sensibilidad, Porque tu salud estética merece excelencia.</p>  

Propuesta A, post estáticos, Medida 1080 x 1350 px (diseño de grid Instagram con color)



**PROPHILO®**

Rejuvenece tu piel  
Sin necesidad de  
rellenar

Es el único que  
posee la mayor  
concentración de  
ácido hialurónico  
del mercado

Agenda tu cita  
(502) 2233-7234



**Beneficios de PROFHILO®**

- Más firmeza y elasticidad
- Tensa y levanta
- Mejora el tono y textura
- Aumenta la hidratación
- Brinda luminosidad



**DISTRITO**  
SALUD Y BELLEZA

**PROPHILO®**

Es la elección preferida de:



Dra. María del Mar Chinchila  
Médica y Cirujana

gracias a su capacidad única  
para hidratar, tensar y rejuvenecer  
la piel de manera integral.



Agenda tu cita (502) 2233-7234




Únete a la revolución de  
la juventud con **RADIESSE®**

Descubre cómo transformar  
tu piel y devolverle la firmeza.


Líneas de sonrisa.  
Levanta verticalmente  
y suaviza la textura.

Piñones premaxilares  
y arrugas en el mentón  
Ayuda a restaurar el volumen  
en la parte inferior del rostro.




Trata tu parte  
inferior del rostro  
con:  
**RADIESSE®**

En manos expertas,  
con un resultado que  
va más allá de lo  
estético, mejorando  
la salud y vitalidad  
de tu piel con:




Dra. María del Mar Chinchila  
Médica y Cirujana

Mandíbula.  
Mejora la pérdida  
del contorno de la  
mandíbula.



**Beneficios de RADIESSE®**

- Estimula la producción de colágeno.
- Combate la flacidez.
- Su efecto es totalmente natural.
- Remodela los contornos faciales naturales
- Devuelve el volumen perdido con los años.



**DISTRITO**  
SALUD Y BELLEZA

**Bioestimulación y  
rejuvenecimiento.**

Estimula la producción de colágeno  
natural en la zona y aporta el volumen  
perdido a lo largo del tiempo.

Tiene un doble efecto: tensa la piel  
y aporta volumen de manera eficaz. Es  
un tratamiento seguro y con resultados  
100% naturales.

Agenda tu cita (502) 2233-7234




¡Dale a tu piel el amor que merece!

Sabemos lo importante que es cuidar  
de la piel y nuestra limpieza facial  
es el tratamiento ideal para  
eliminar impurezas y mejorar la  
apariencia general de tu piel.

Agenda tu cita  
en manos de expertos.  
(502) 2233-7234




¡Tu bienestar, es nuestra inspiración!

En Distrito Salud y Belleza,  
cada tratamiento está respaldado  
por ciencia, ética y sensibilidad.  
Porque tu salud estética  
merece excelencia.




Propuesta A: Piezas gráficas, Propuesta A: Medida 851 x 315 px

Propuesta cover, Medida 851 x 315 px



Propuesta cover, con color, Medida 851 x 315 px



## **Identificación de elementos**

Para las piezas gráficas de la Propuesta A se desarrollaron composiciones visuales a partir del método los seis sombreros para pensar, que comunican la esencia estética, médica y emocional de los servicios brindados por la Clínica Médica Estética “Distrito Salud y Belleza”.

Las piezas fueron diseñadas para dar a conocer los servicios, las marcas a utilizar y los tratamientos como soluciones confiables, respaldadas por ciencia y ética, y transmitir un ambiente de bienestar, profesionalismo y sensibilidad.

Cada pieza utiliza recursos gráficos que permiten identificar claramente los servicios ofrecidos por la clínica, destacando de forma visual y textual los beneficios de las marcas aplicadas en los tratamientos, sin saturar la composición. La integración de una fotografía del especialista y de textos con títulos profesionales en una de las piezas, refuerza el respaldo médico, generando credibilidad y confianza ante el público objetivo. Este respaldo se muestra de forma sutil y elegante, como parte de una narrativa visual que conecta con las emociones del usuario.

La presencia de marca se mantiene constante en las piezas, aunque sin sobrecargar los elementos. Se incluye el nombre “Distrito Salud y Belleza” en el texto institucional, reforzando la identidad del centro médico con una estética limpia, confiable y profesional.

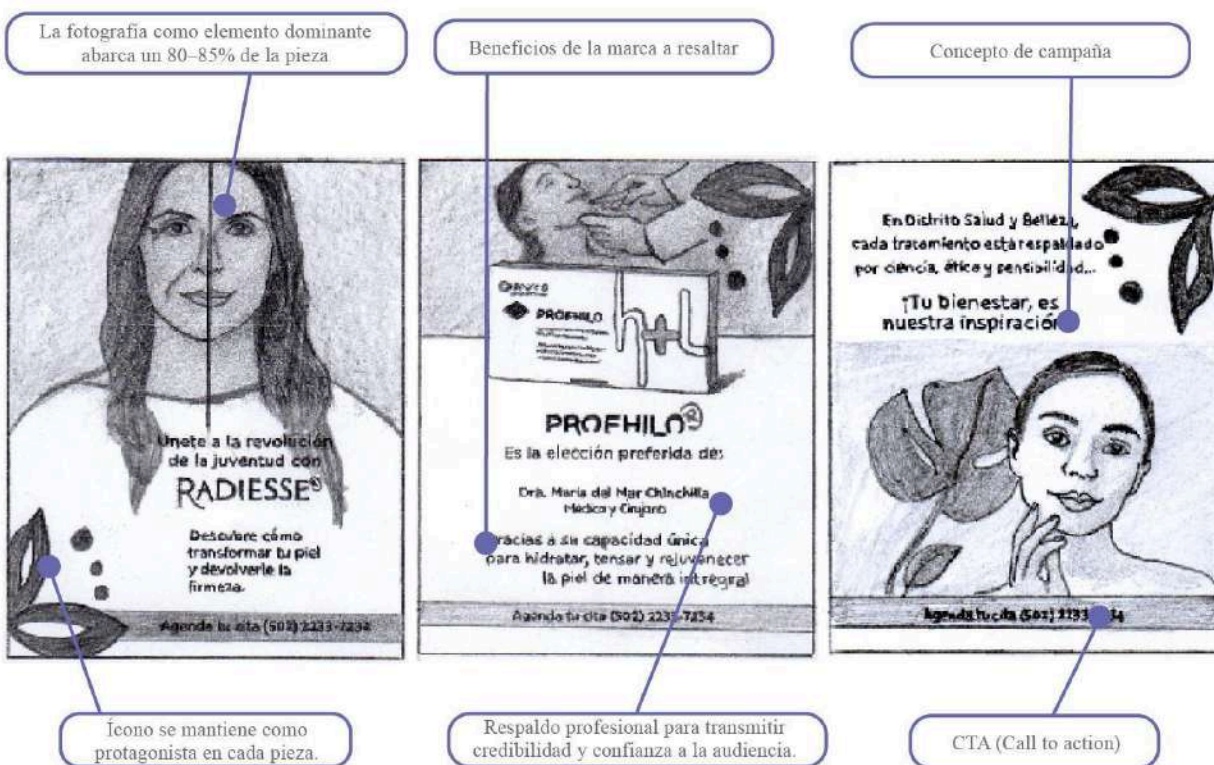
El diseño se apoya en una paleta de colores neutros como blancos, grises suaves y lilas, que generan una atmósfera de tranquilidad, limpieza y sofisticación. Estos colores comunican calma y confianza, alineándose con los valores emocionales y médicos del servicio ofrecido. La

elección de fondos limpios permite que el contenido se destaque sin interferencias visuales, aportando al minimalismo y claridad estética de cada pieza.

En cuanto a tipografía, se utilizaron fuentes sans serif legibles y elegantes, que permiten jerarquizar los mensajes principales: frases inspiradoras, llamados a la acción (CTA) y datos de contacto. Se utilizan tamaños diferenciados para destacar lo esencial (ej. slogans y CTA), seguidos de textos explicativos en tipografías más regulares, lo que aporta orden visual y comunicación efectiva.

El uso de frases empáticas como “Tu bienestar es nuestra inspiración” conecta emocionalmente con el usuario y refuerza el propósito humano de la clínica. En conjunto, estas piezas gráficas construyen una narrativa visual profesional, confiable y sensible, que logra posicionar a la clínica como un espacio de excelencia estética respaldada por valores médicos y emocionales.

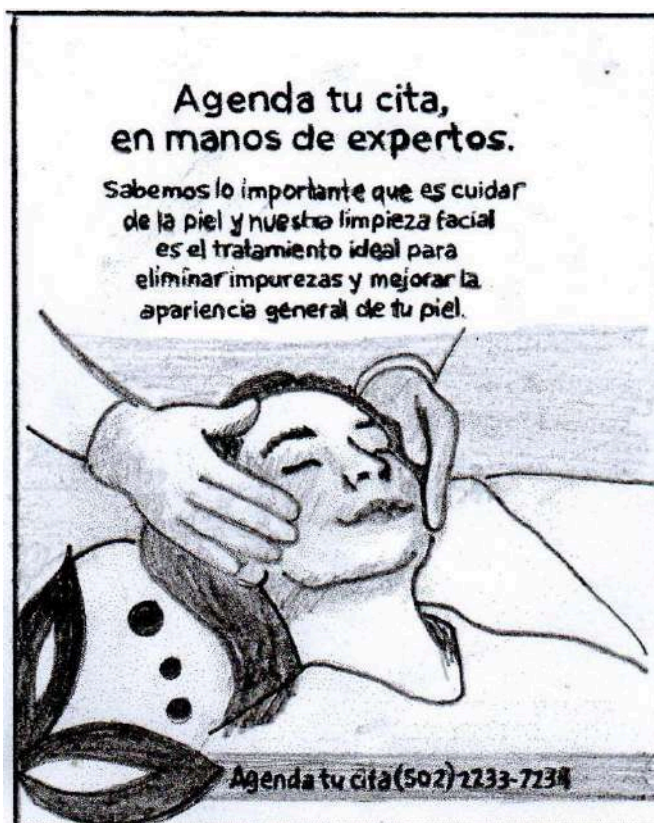
Propuesta B: Piezas gráficas, Propuesta A: Medida 1080 x 1350 px



Propuesta B, post estático 1, Medida 1080 x 1350 px - Frase Campaña + CTA




Propuesta B, post estático 2, Medida 1080 x 1350 px - Respaldo profesional + CTA



Propuesta B, post estático 3, Medida 1080 x 1350 px - Beneficios de un servicio principal + CTA

**Bioestimulación y rejuvenecimiento**

Tensa la piel y aporta volumen de manera eficaz. Es un tratamiento seguro y con resultados 100% naturales.




Agenda tu cita (502) 2233-1234

Propuesta B, post estático 4, Medida 1080 x 1350 px - Respaldo profesional.

Trata tu parte inferior del rostro con:

**RADIESSE<sup>®</sup>**

En manos expertas, con un resultado que va más allá de lo estético, mejorando la salud y vitalidad de tu piel con:



Dra. María del Mar Chinchilla  
Médico y Cirujano

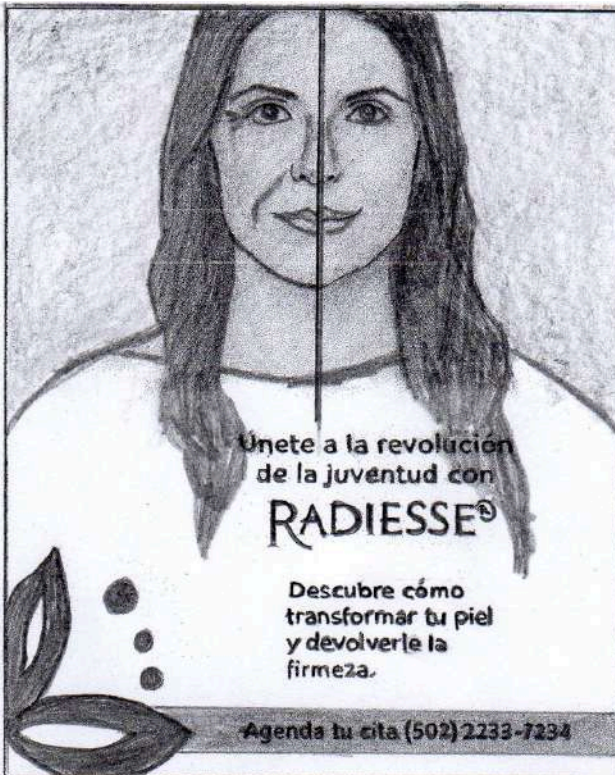
Propuesta B, post estático 5, Medida 1080 x 1350 px - Beneficios de un servicio principal.



**Beneficios de RADIUSSE<sup>®</sup>**

- Estimula la producción de colágeno.
- Combate la flacidez.
- Su efecto es totalmente natural.
- Remodela los contornos faciales.
- Devuelve el volumen perdido.

Propuesta B, post estático 6, Medida 1080 x 1350 px - Beneficios de un servicio principal + CTA

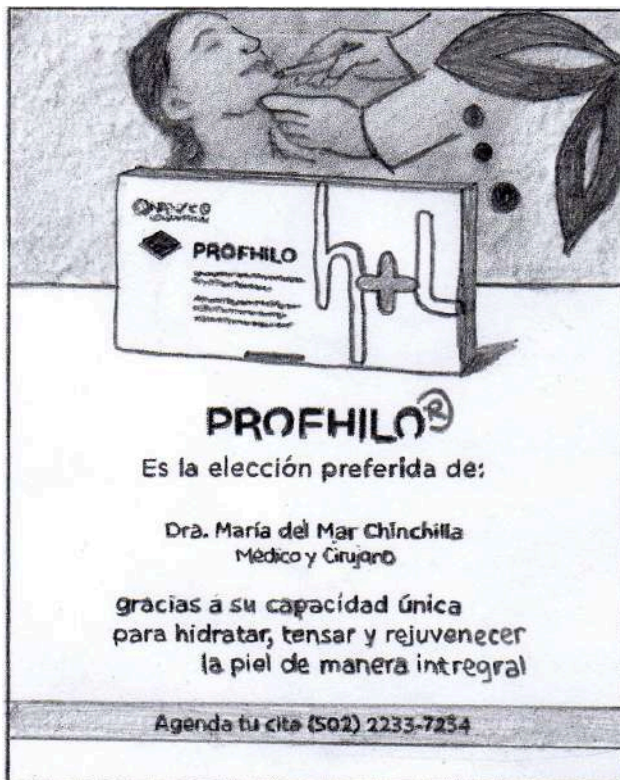


Únete a la revolución  
de la juventud con  
**RADIUSSE<sup>®</sup>**

Descubre cómo  
transformar tu piel  
y devolverle la  
firmeza.

Agenda tu cita (502) 2233-7234

Propuesta B, post estático 7, Medida 1080 x 1350 px - Beneficios de un servicio principal + CTA



**PROFILO**<sup>®</sup>

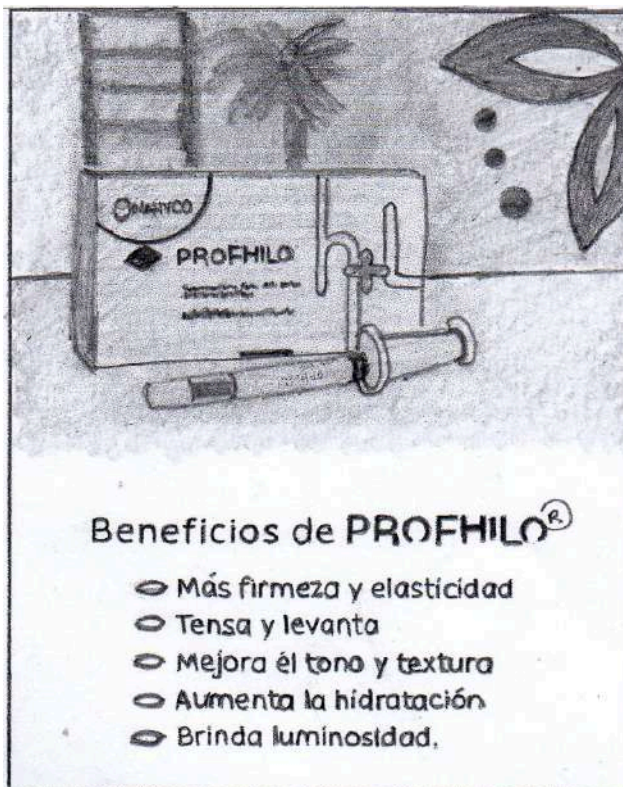
Es la elección preferida de:

Dra. María del Mar Chínchilla  
Médico y Cirujano

gracias a su capacidad única  
para hidratar, tensar y rejuvenecer  
la piel de manera integral

Agenda tu cita (502) 2233-7234


Propuesta B, post estático 8, Medida 1080 x 1350 px - Beneficios de un servicio principal.



**Beneficios de PROFILO**<sup>®</sup>

- Más firmeza y elasticidad
- Tensa y levanta
- Mejora el tono y textura
- Aumenta la hidratación
- Brinda luminosidad,


Propuesta B, post estático 9, Medida 1080 x 1350 px - Beneficios de un servicio principal + CTA



**PROFILO<sup>®</sup>**  
Rejuvenecé tu piel  
sin necesidad de rellenarla  
Es el único que posee la  
mayor concentración de  
ácido hialurónico del  
mercado

Agenda tu cita (502) 7233-7234

Propuesta B, post estáticos, Medida 1080 x 1350 px (diseño de grid Instagram)




**PROFILO<sup>®</sup>**  
Rejuvenecé tu piel  
sin necesidad de rellenarla  
Es el único que posee la  
mayor concentración de  
ácido hialurónico del  
mercado

Agenda tu cita (502) 2233-7234



**Beneficios de PROFHILO<sup>®</sup>**

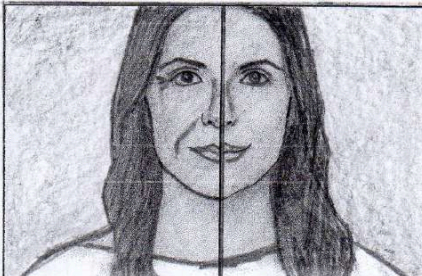
- Más firmeza y elasticidad
- Tensa y levanta
- Mejora el tono y textura
- Aumenta la hidratación
- Brinda luminosidad.



**PROFILO<sup>®</sup>**  
Es la elección preferida de:  
Dra. María del Mar Chinchilla  
Médico y Cirujano

gracias a su capacidad única  
para hidratar, tensar y rejuvenecer  
la piel de manera integral

Agenda tu cita (502) 2233-7234



Únete a la revolución  
de la juventud con  
**RADIESSE<sup>®</sup>**

Descubre cómo  
transformar tu piel  
y devolverle la  
firmeza.

Agenda tu cita (502) 2233-7234




**Beneficios de RADIESSE<sup>®</sup>**

- Estimula la producción de colágeno.
- Combate la flacidez.
- Su efecto es totalmente natural.
- Remodela los contornos faciales.
- Devuelve el volumen perdido.

Trata tu parte inferior del rostro con:

**RADIESSE<sup>®</sup>**


En manos expertas, con un  
resultado que va más allá de  
lo estético, mejorando la salud  
y vitalidad de tu piel con:



Dra. María del Mar Chinchilla  
Médico y Cirujano

**Bioestimulación y  
rejuvenecimiento**


Tensa la piel y aporta volumen  
de manera eficaz. Es un tratamiento  
seguro y con resultados 100% naturales.



Agenda tu cita (502) 2233-7234

**Agenda tu cita,  
en manos de expertos.**

Sabemos lo importante que es cuidar  
de la piel y nuestra limpieza facial  
es el tratamiento ideal para  
eliminar impurezas y mejorar la  
aparición general de tu piel.



Agenda tu cita (502) 2233-7234

En Distrito Salud y Belleza,  
cada tratamiento está respaldado  
por ciencia, ética y sensibilidad...

**¡Tu bienestar, es  
nuestra inspiración!**



Agenda tu cita (502) 2233-7234

Propuesta B, post estáticos, Medida 1080 x 1350 px (diseño de grid Instagram con color)



**PROFILO<sup>®</sup>**  
Rejuvenecé tu piel sin necesidad de rellenarla. Es el único que posee la mayor concentración de ácido hialurónico del mercado.

Agenda tu cita (502) 2233-7234



**Beneficios de PROFHILO<sup>®</sup>**

- Más firmeza y elasticidad
- Tensa y levanta
- Mejora el tono y textura
- Aumenta la hidratación
- Brinda luminosidad.



**PROFILO<sup>®</sup>**  
Es la elección preferida de:  
Dra. María del Mar Chinchilla  
Médico y Cirujano

gracias a su capacidad única para hidratar, tensar y rejuvenecer la piel de manera integral

Agenda tu cita (502) 2233-7234



Únete a la revolución de la juventud con **RADIESSE<sup>®</sup>**  
Descubre cómo transformar tu piel y devolverle la firmeza.

Agenda tu cita (502) 2233-7234




**Beneficios de RADIESSE<sup>®</sup>**

- Estimula la producción de colágeno.
- Combate la flacidez.
- Su efecto es totalmente natural.
- Remodela los contornos faciales.
- Devuelve el volumen perdido.

Trata tu parte inferior del rostro con:

**RADIESSE<sup>®</sup>**

En manos expertas, con un resultado que va más allá de lo estético, mejorando la salud y vitalidad de tu piel con:



Dra. María del Mar Chinchilla  
Médico y Cirujano

**Bioestimulación y rejuvenecimiento**  
Tensa la piel y aporta volumen de manera eficaz. Es un tratamiento seguro y con resultados 100% naturales.



Agenda tu cita (502) 2233-7234

**Agenda tu cita, en manos de expertos.**  
Sabemos lo importante que es cuidar de la piel y nuestra limpieza facial es el tratamiento ideal para eliminar impurezas y mejorar la apariencia general de tu piel.



Agenda tu cita (502) 2233-7234

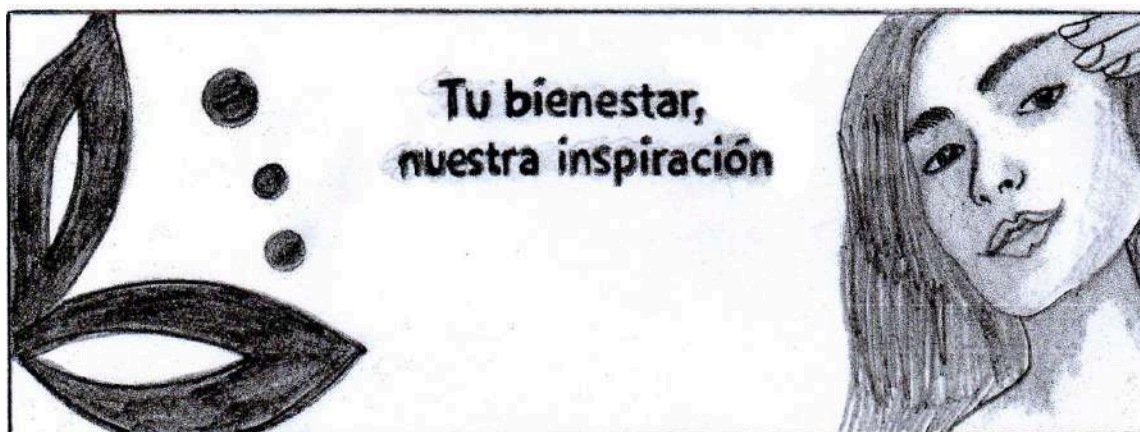
En Distrito Salud y Belleza, cada tratamiento está respaldado por ciencia, ética y sensibilidad...

**¡Tu bienestar, es nuestra inspiración!**

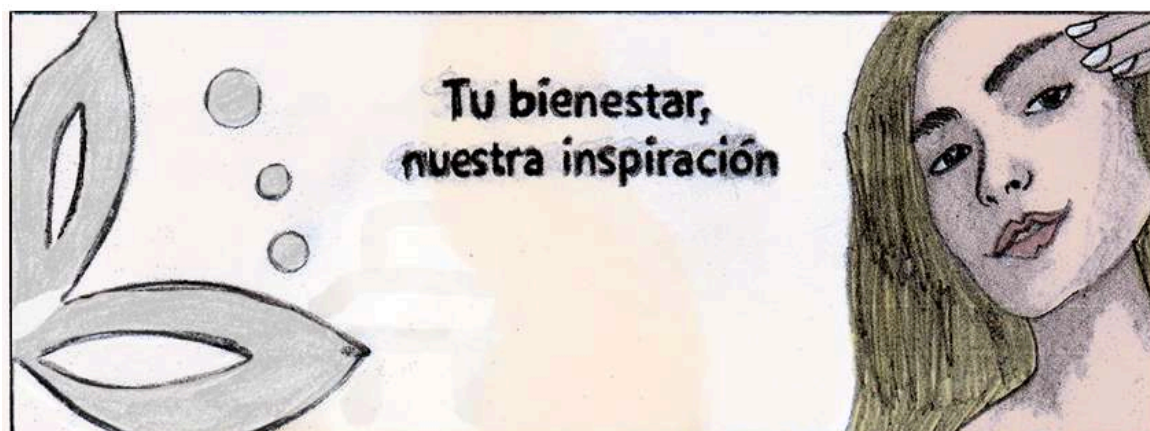


Agenda tu cita (502) 2233-7234

Propuesta cover 851 x 315 px



Propuesta cover, con color, 851 x 315 px



### Identificación de elementos

Las piezas gráficas de la Opción B fueron diseñadas para comunicar los servicios y tratamientos ofrecidos por “Distrito Salud y Belleza”. Esta propuesta se caracteriza por una composición donde se prioriza la fotografía como recurso dominante, generando una conexión directa con el espectador y transmitiendo serenidad, confianza y profesionalismo.

Cada pieza integra elementos visuales que permiten reconocer con claridad los servicios promocionados, destacando los beneficios específicos de cada tratamiento, marca y el respaldo profesional que los acompaña. La presencia de títulos y menciones a especialistas aporta legitimidad, y se incorpora de forma armónica dentro del diseño, sin interferir con la estética

general. Esta estrategia refuerza la credibilidad del mensaje y genera una percepción de cuidado integral.

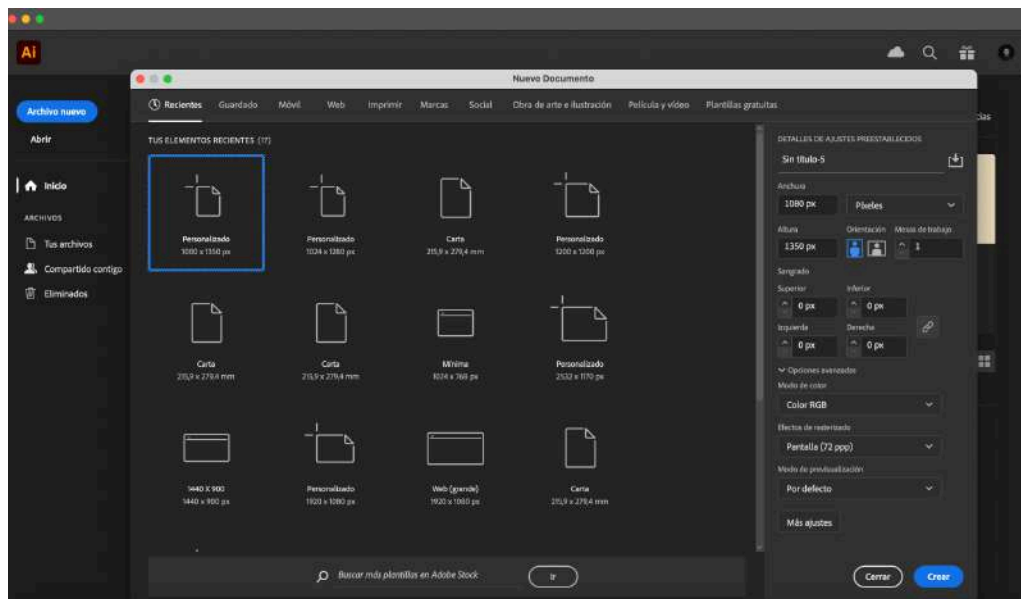
El logotipo institucional se mantiene protagonista visible en todas las piezas, ubicado en la parte superior o inferior como elemento constante. Su inclusión aporta cohesión visual y fortalece la identidad del centro médico, sin competir con los demás componentes gráficos. La marca se presenta con discreción y elegancia, permitiendo que el contenido principal conserve protagonismo.

La propuesta cromática se basa en tonos neutros tanto para las imágenes como para los fondos: suaves como blancos, beige claro y gris perla, complementados por acentos lavanda y rosados. Esta paleta transmite calma, limpieza y sofisticación, alineándose con los valores de bienestar, ética y sensibilidad que caracterizan a la clínica.

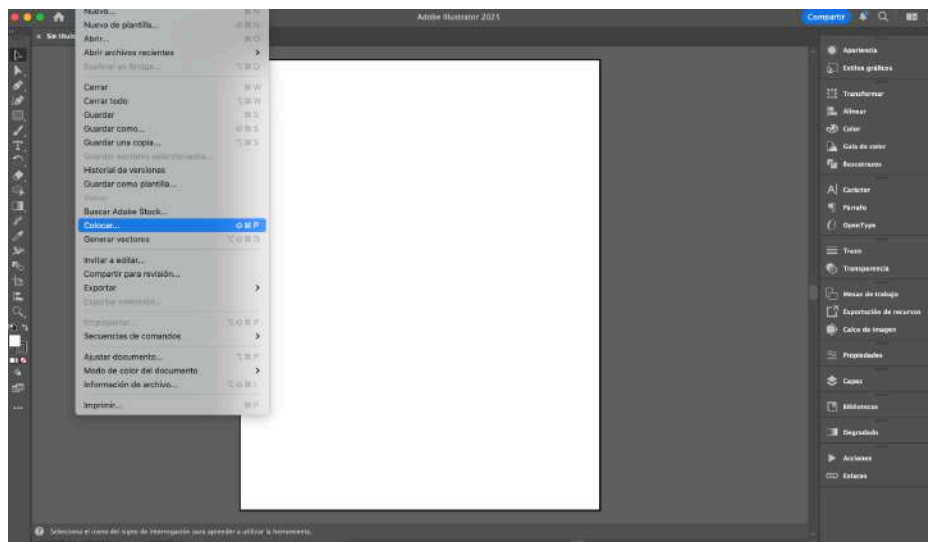
En cuanto a tipografía, se emplean fuentes sans serif estilizadas, que combinan legibilidad con refinamiento. Los tamaños están jerarquizados para destacar los mensajes clave como beneficios, respaldo profesional. Los textos se distribuyen con orden, facilitando la lectura y guiando al usuario hacia la información más relevante.

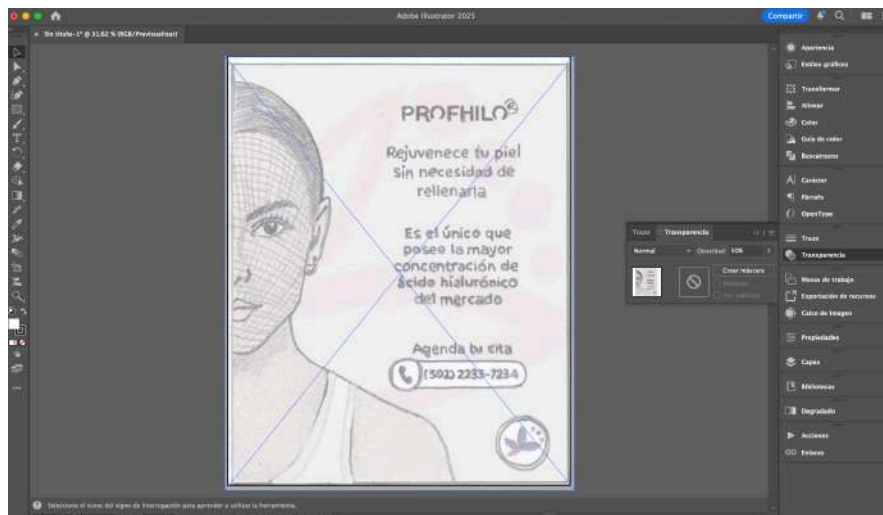
## Proceso de digitalización de los bocetos post para instagram

Paso 1. Se abrió nuevo documento utilizando las dimensiones de 1080 x 1350 px. Estas medidas fueron seleccionadas para garantizar un espacio de trabajo óptimo, manteniendo una resolución adecuada para su posterior exportación y aplicación en distintos formatos digitales.

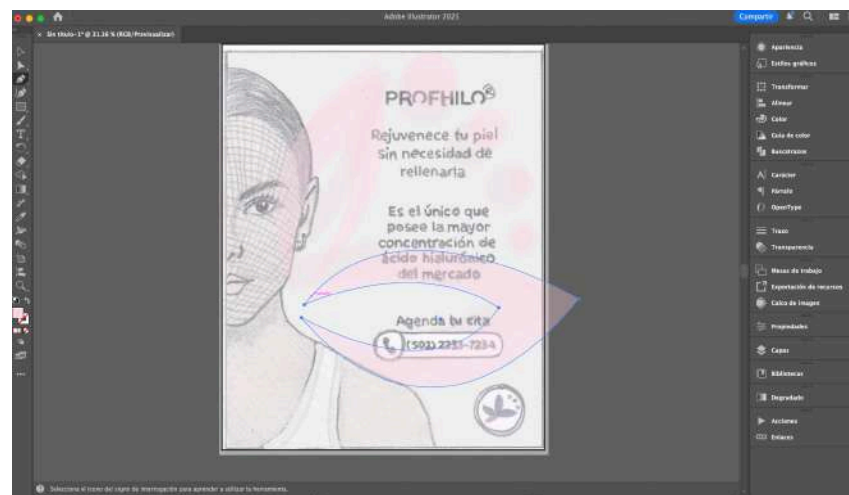
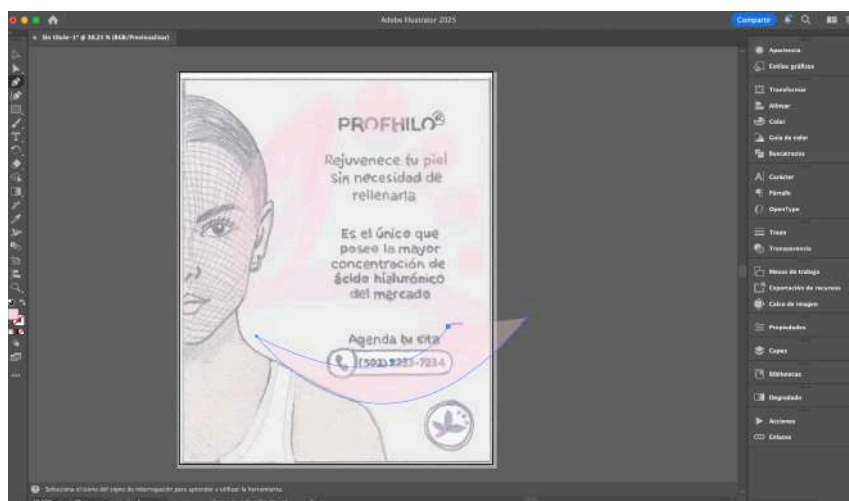


Paso 2. Se importó la imagen del boceto original al lienzo de trabajo, aplicando una opacidad del 50%. Esta técnica permite conservar la proporción y esencia del trazo inicial, facilitando la construcción precisa de formas vectoriales y asegurando coherencia entre la idea conceptual y su ejecución gráfica.

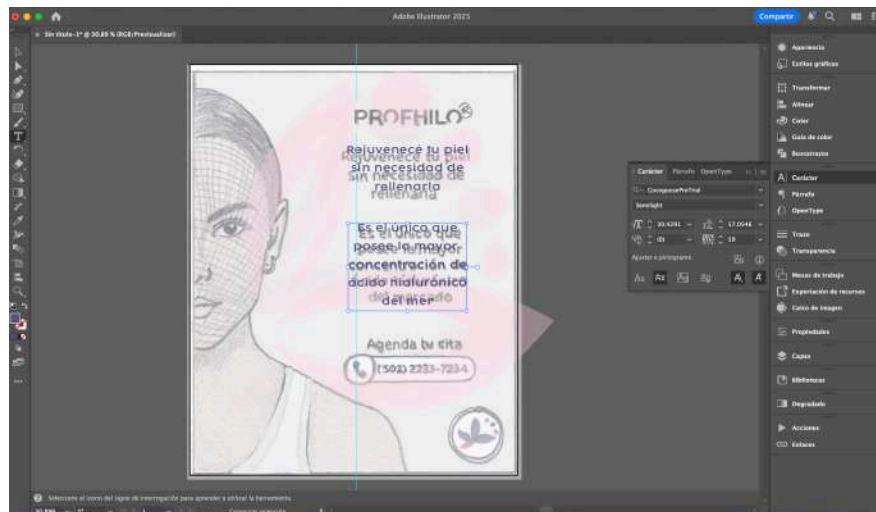




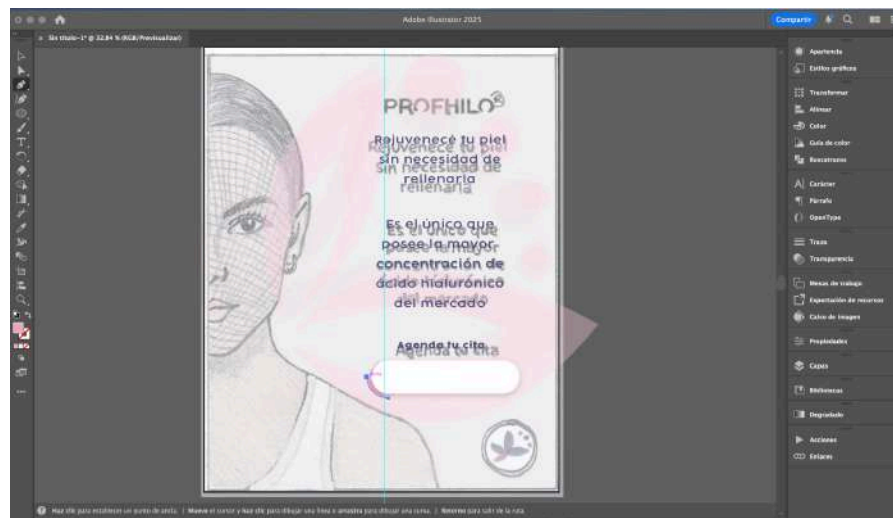
Paso 3. Utilizando la herramienta Pluma en Adobe Illustrator, se procedió a redibujar el ícono. Para esta etapa se aplicó uno de los colores seleccionados de la paleta cromática definida para la marca, asegurando consistencia visual y fortaleciendo la identidad gráfica

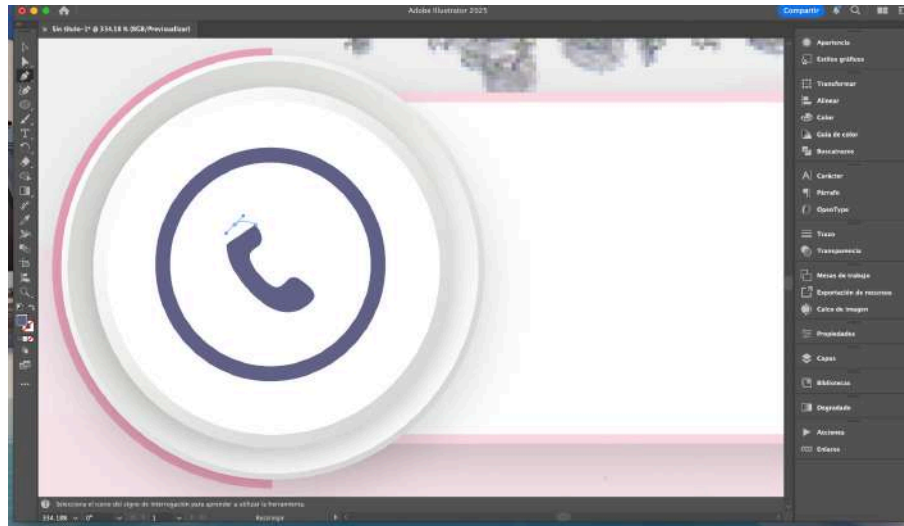


Paso 4. Para este paso se seleccionó la tipografía sans serif “Cocogoose Semilight” para incorporar toda la información relevante, debido a su estilo limpio, moderno y altamente funcional. Esta fuente permite mantener una estética coherente con el diseño general, aportando claridad en la lectura y reforzando el carácter profesional y elegante de la propuesta.

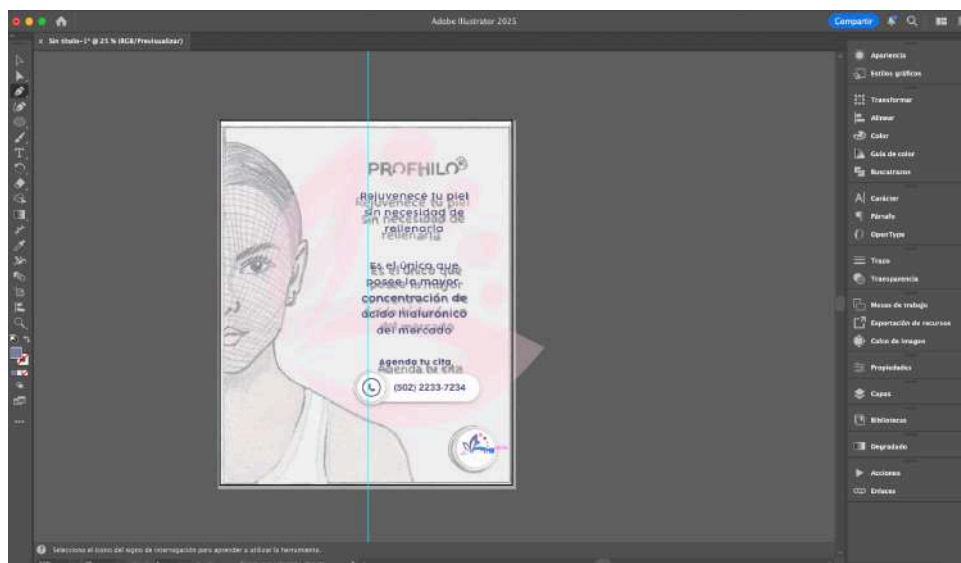


Paso 5. En esta fase se incorporaron detalles gráficos estratégicos para resaltar información clave dentro del diseño. Se recrearon labels, como el círculo detrás del ícono telefónico, con el objetivo de dirigir la atención del usuario hacia los llamados a la acción. Estos elementos, cuidadosamente integrados desde la paleta cromática de la marca, aportan dinamismo, mejoran la legibilidad y refuerzan la estética profesional.

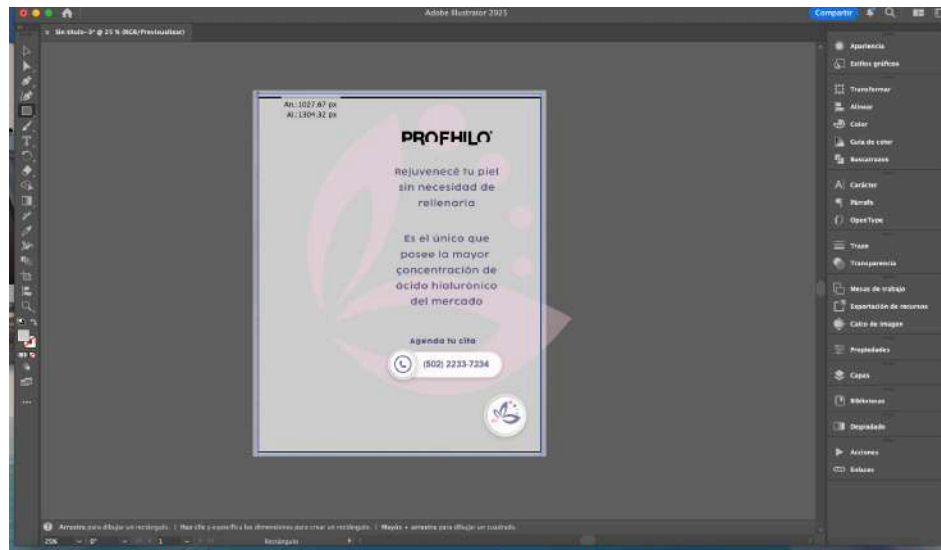




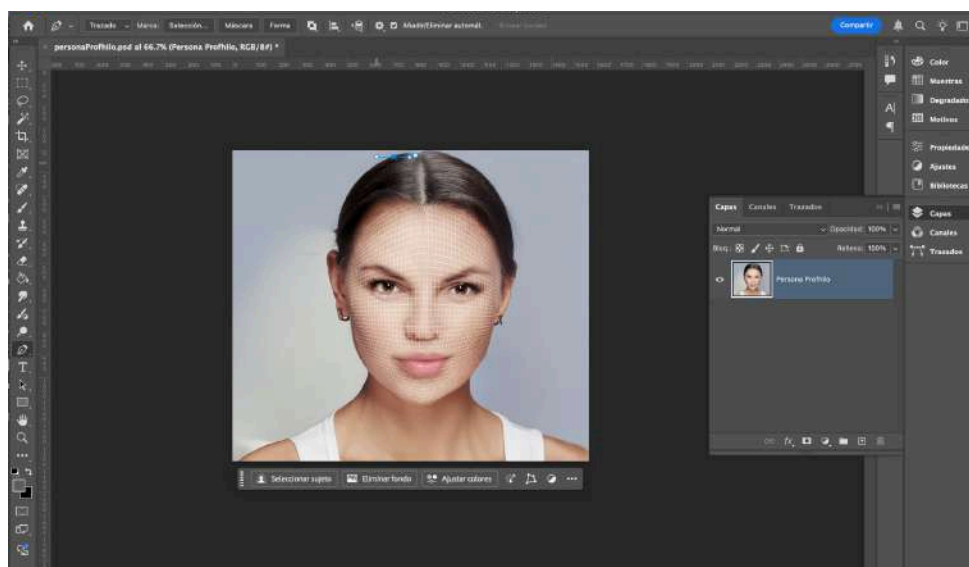
Paso 6. Se definió una forma gráfica estandarizada para incorporar la marca de manera discreta pero constante en las piezas visuales. Esta estrategia busca reforzar la identidad sin saturar el diseño, permitiendo que el imagotipo conviva armónicamente con los elementos informativos, esto garantiza reconocimiento de marca y coherencia estética en futuras aplicaciones.



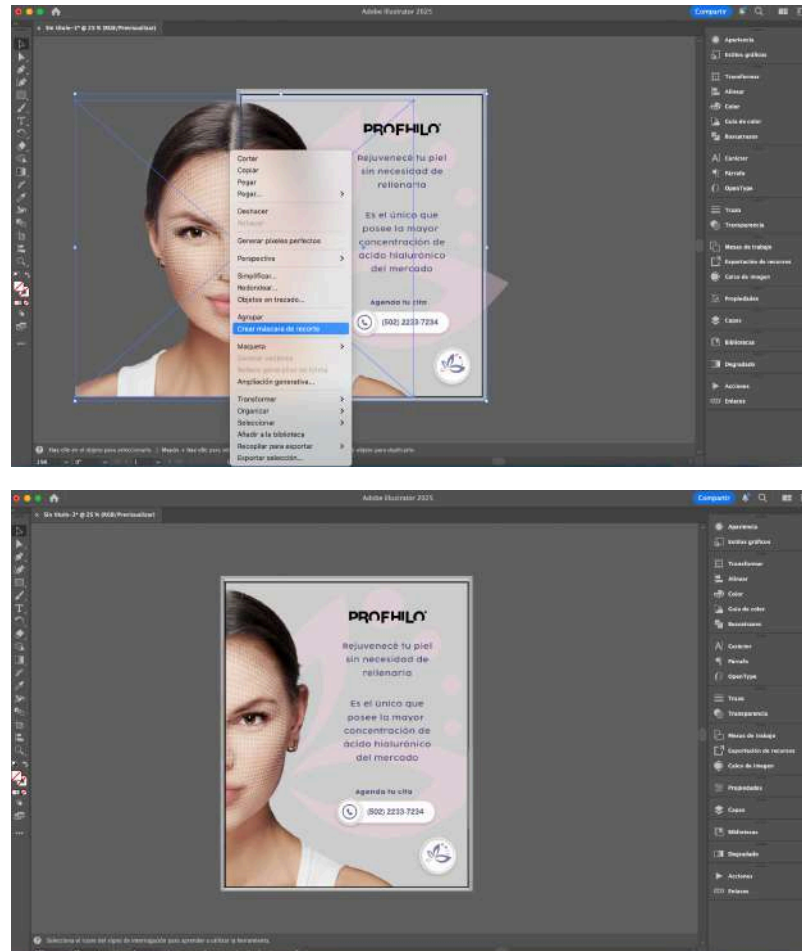
Paso 7. Para finalizar la composición, se incorporó un fondo gris claro, seleccionado por su carácter limpio y neutro. Esta elección cromática permite que los elementos gráficos y textuales resalten con claridad, sin competir visualmente entre sí.



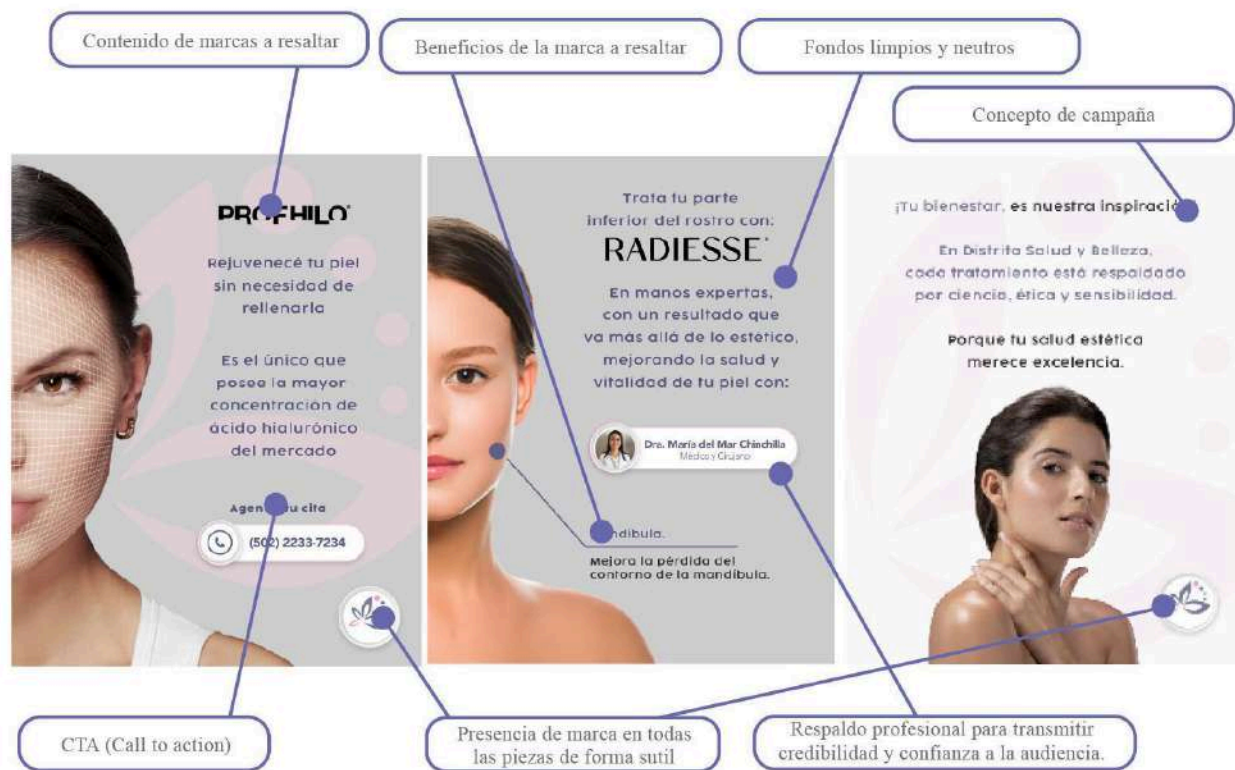
Paso 8. Se eligió una imagen que refuerza visualmente el mensaje principal del diseño. Para su preparación, para quitar el fondo con el fin de aislar la figura y facilitar su integración limpia en la composición. Esta imagen actúa como recurso de apoyo, aportando calidez y coherencia visual al contenido promocional.



Paso 9. Con la imagen previamente aislada trabajada en Photoshop, se procedió a integrar sobre el texto trabajado asegurando una composición limpia y armónica. El objetivo de eliminar el fondo fue evitar distracciones visuales y permitir que el contenido textual.

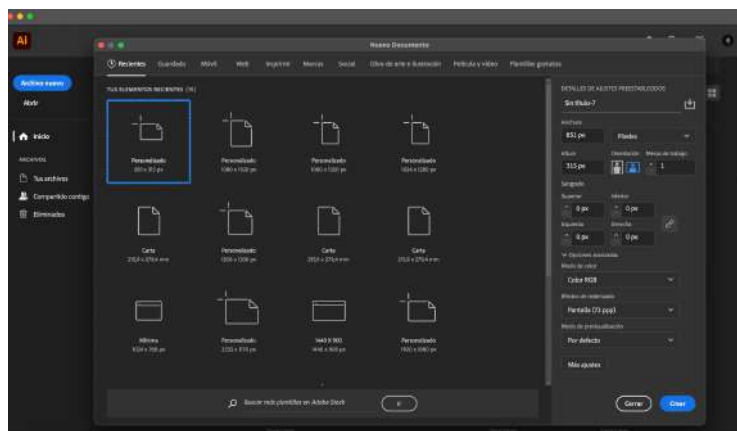


Paso 10. Se aplicaron los mismos criterios de diseño en el resto de materiales que conforman la matriz de contenido. Se respetó la estructura inicial del boceto, asegurando una continuidad visual, se incorporaron detalles gráficos estratégicos para resaltar información clave. Se cuidó la elección de imágenes que reforzarán el mensaje principal de cada diseño, transmitiendo profesionalismo, credibilidad y confianza en los tratamientos ofrecidos.

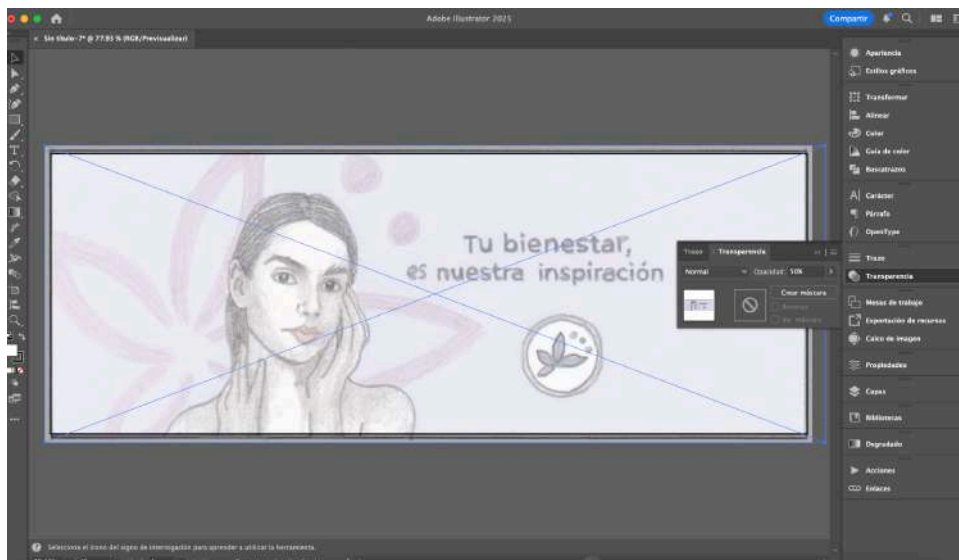
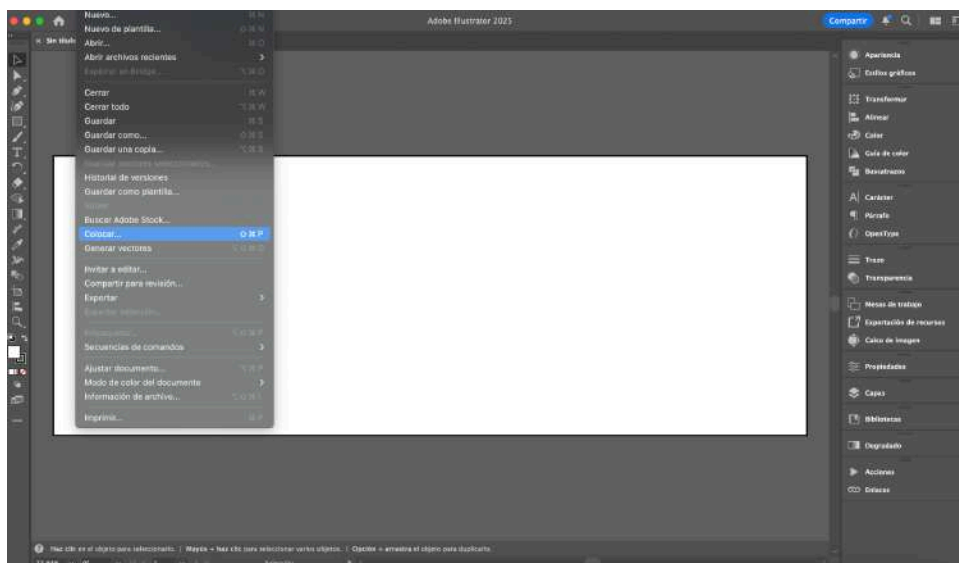


## Proceso de digitalización de los bocetos cover para facebook

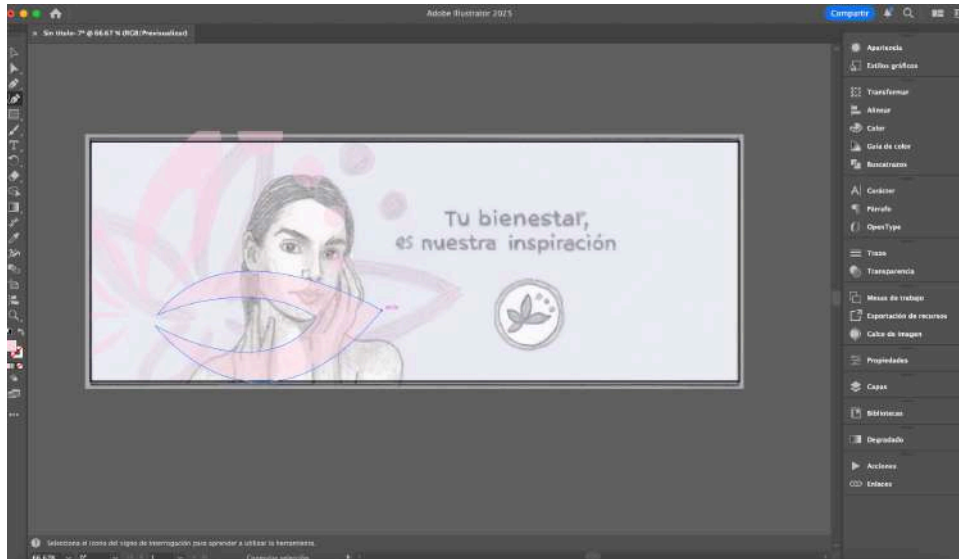
Paso 1. Se abrió un nuevo documento utilizando las dimensiones de 851 x 315 px. Estas medidas fueron seleccionadas para garantizar un espacio de trabajo óptimo.



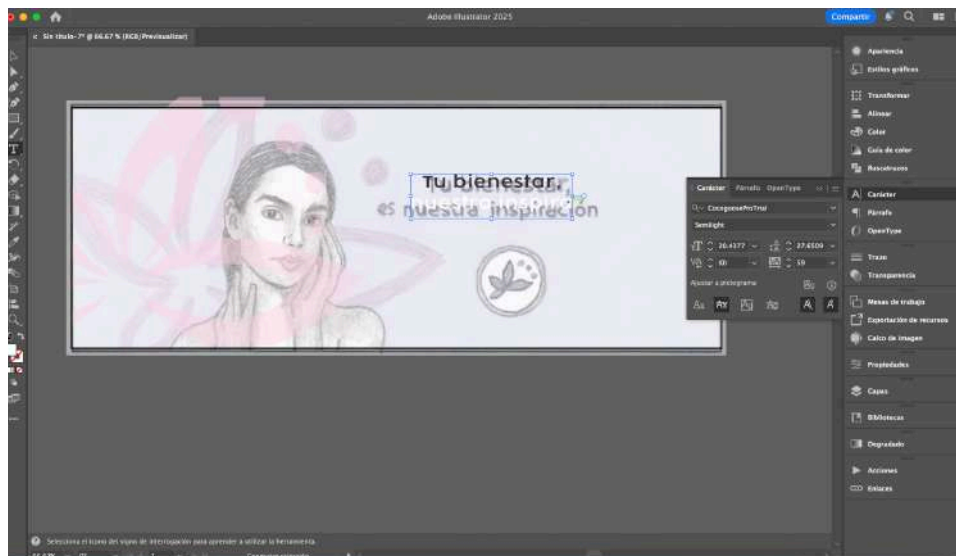
Paso 2. Se importó la imagen del boceto original al lienzo de trabajo, aplicando una opacidad del 50%. Esta técnica permite conservar la proporción y esencia del trazo inicial, facilitando la construcción precisa de formas vectoriales y asegurando coherencia entre la idea conceptual y su ejecución gráfica.



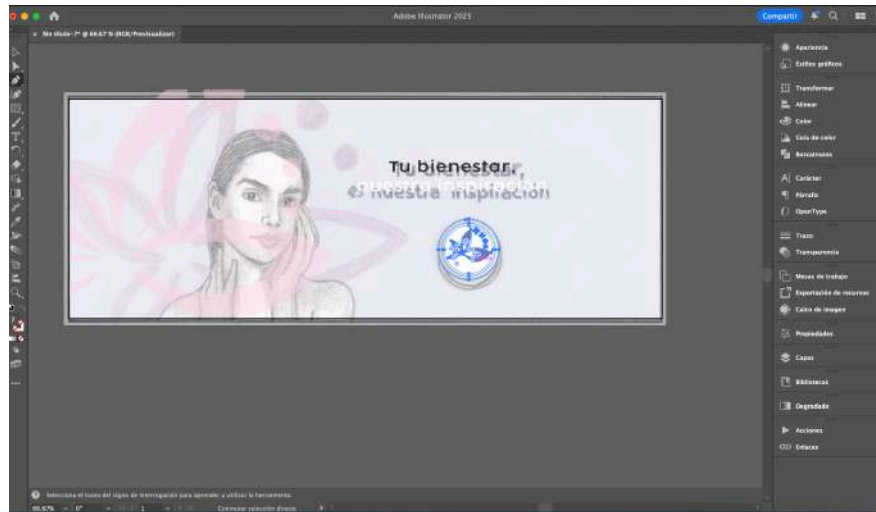
Paso 3. Utilizando la herramienta Pluma en Adobe Illustrator, se procedió a redibujar el ícono. Para esta etapa se aplicó uno de los colores seleccionados de la paleta cromática definida para la marca, asegurando consistencia visual y fortaleciendo la identidad gráfica



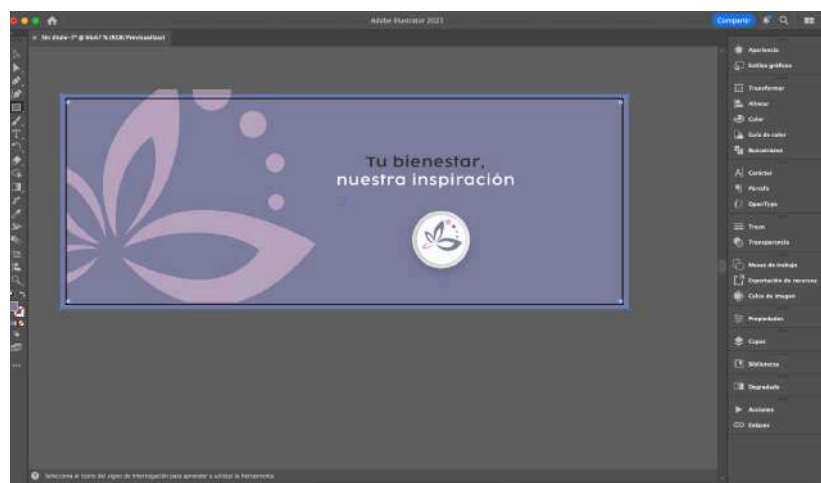
Paso 4. Para este paso se seleccionó la tipografía sans serif “Cocogoose Semilight” para incorporar toda la información relevante, debido a su estilo limpio, moderno y altamente funcional.



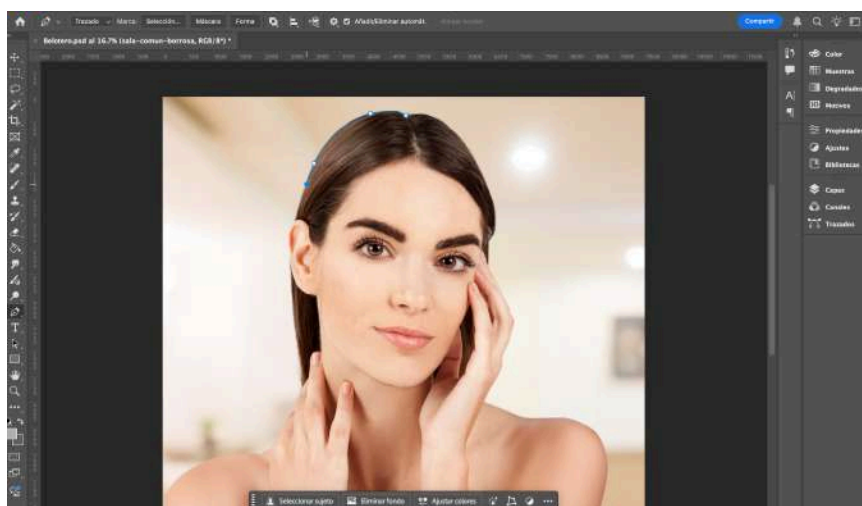
Paso 5. Se definió una forma gráfica estandarizada para incorporar la marca de manera discreta pero constante en las piezas visuales. Esta estrategia busca reforzar la identidad sin saturar el diseño, permitiendo que el imagotipo conviva armónicamente con los elementos informativos, esto garantiza reconocimiento de marca y coherencia estética en futuras aplicaciones.



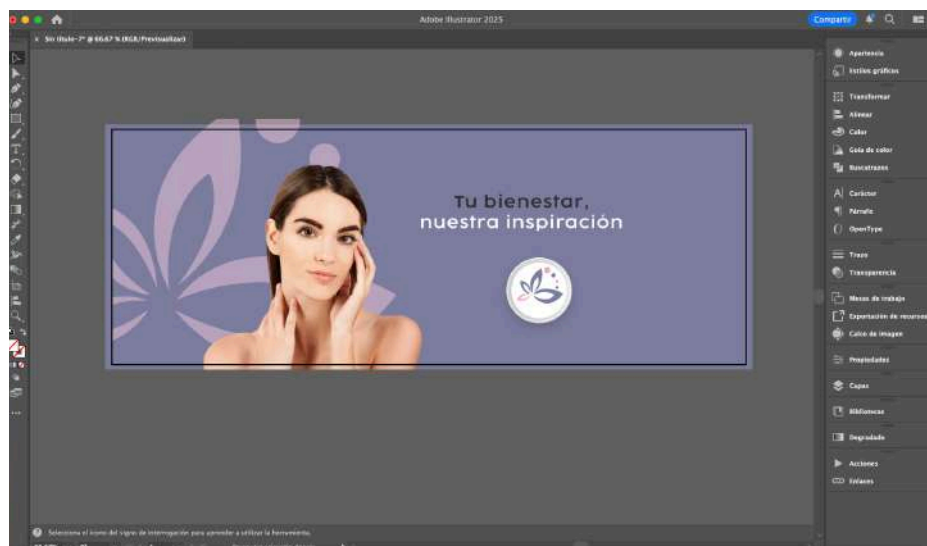
Paso 6. Para finalizar la composición, se incorporó un fondo morado claro, seleccionado por su carácter limpio y neutro. Esta elección cromática permite que los elementos gráficos y textuales resalten con claridad, sin competir visualmente entre sí.



Paso 7. Se eligió una imagen que refuerza visualmente el mensaje principal del diseño. Para su preparación, se trabajó para quitar el fondo con el fin de aislar la figura y facilitar su integración limpia en la composición. Esta imagen actúa como recurso de apoyo, aportando calidez y coherencia visual al contenido promocional.



Paso 8. Con la imagen previamente aislada trabajada en Photoshop, se procedió a integrar sobre la frase asegurando una composición limpia y armónica. El objetivo de eliminar el fondo fue evitar distracciones visuales y permitir que el contenido textual.



## Propuesta Preliminar

Post estático 1 Medida 1080 x 1350 px - Frase Campaña



Belleza con propósito, bienestar con ciencia. En Distrito Salud y Belleza, cuidarte es nuestra inspiración. Tratamientos éticos y respaldados por expertos. Agenda tu cita hoy al 2233-7234.

Post estático 2 Medida 1080 x 1350 px - Beneficios de un servicio principal + Respaldo profesional.

## Beneficios de una limpieza facial

- Desobstrucción de los poros.
- Mejora textura y tono de piel.
- Reducción de signos del envejecimiento.

En manos de expertos mejorando la salud y vitalidad de tu piel con:



**Dra. María del Mar Chinchilla**  
Médico y Cirujano



Cada tratamiento es un momento para pausar, respirar y devolverle a tu rostro lo que el día a día le quita. Agenda tu cita al 2233-7234 con la Dra. María del Mar Chinchilla

Post estático 3 Medida 1080 x 1350 px - CTA

**¡Dale a tu piel el amor que merece!**

La limpieza facial es el  
tratamiento ideal para  
eliminar impurezas y mejorar  
la apariencia general de tu piel.

**Agenda tu cita, en manos de expertos.**

**Agenda tu cita (502) 2233-7234**



Tu bienestar, es nuestra inspiración Por eso, cada limpieza facial en Distrito Salud y Belleza: elimina impurezas, renueva tu rostro y te hace sentir increíble. Agenda tu cita al 2233-7234.

Post estático 4 Medida 1080 x 1350 px - Beneficios de un servicio principal + CTA



**Bioestimulación y rejuvenecimiento.**

Estimula la producción de colágeno natural en la zona y aporta el volumen perdido a lo largo del tiempo.

Es un tratamiento seguro y con resultados 100% naturales.

**Agenda tu cita (502) 2233-7234**



Bioestimulación y luminosidad natural RADIESSE potencia tu belleza de forma segura.

Agenda tu cita al 2233-7234 o envíanos un DM.

Post estático 5 Medida 1080 x 1350 px - Beneficios de un servicio principal

## Beneficios de **RADIESSE**<sup>®</sup>

- Estimula la producción de colágeno.
- Combate la flacidez.
- Su efecto es totalmente natural.
- Remodela los contornos faciales naturales.
- Devuelve el volumen perdido con los años.



Colágeno y firmeza para tu piel RADIESSE combate la flacidez y restaura volumen.

Visítanos en Plaza Comercial El Puente o escríbenos un DM.

Post estático 6 Medida 1080 x 1350 px - Beneficios de un servicio principal + Respaldo profesional.

Únete a la revolución de la juventud con **RADIESSE**®

Descubre cómo transformar tu piel y devolverle la firmeza.

Líneas de sonrisa.  
Levanta verticalmente y suaviza la textura

Pliegues premaxilares y arrugas en el mentón.  
Ayuda a restaurar el volumen en la parte inferior del rostro.

Trata tu parte inferior del rostro con:  
**RADIESSE**®

En manos expertas, con un resultado que va más allá de lo estético, mejorando la salud y vitalidad de tu piel con:

 **Dra. María del Mar Chinchilla**  
Médico y Cirujano

Mandíbula.  
Mejora la pérdida del contorno de la mandíbula.

6 Lado A

6 Lado B

Contorno definido, salud revitalizada. Trata la parte inferior de tu rostro con RADIESSE, en manos expertas con resultados que devuelven firmeza, vitalidad y confianza. Agenda tu cita con la Dra. María del Mar Chinchilla, al 2233-7234.

Post estático 7 Medida 1080 x 1350 px - Beneficios de un servicio principal + Respaldo profesional + CTA

**PROFHILO®**

Es la elección preferida de:

 **Dra. María del Mar Chinchilla**  
Médico y Cirujano

gracias a su capacidad única  
para hidratar, tensar y rejuvenecer  
la piel de manera integral.



**Agenda tu cita (502) 2233-7234**



El favorito de la Dra. María del Mar Chinchilla, PROFHILO hidrata, tensa y rejuvenece tu piel. Escríbenos un DM o agenda tu cita al 2233-7234.

Post estático 8 Medida 1080 x 1350 px - Beneficios de un servicio principal.

## Beneficios de PROFHILO®

- Más firmeza y elasticidad
- Tensa y levanta
- Mejora el tono y textura
- Aumenta la hidratación
- Brinda luminosidad



Luminosidad, firmeza e hidratación PROFHILO transforma tu piel de manera integral.

Visítanos en Plaza Comercial El Puente o escríbenos un DM.

Post estático 9 Medida 1080 x 1350 px - CTA



**PROFHILO®**

Rejuvenecé tu piel  
sin necesidad de  
rellenarla

Es el único que  
posee la mayor  
concentración de  
ácido hialurónico  
del mercado

**Agenda tu cita (502) 2233-7234**



Rejuvenece tu piel con la mayor concentración de ácido hialurónico. Agenda tu cita al 2233-7234 o envíanos un DM.

Post estático 10 Medida 1080 x 1350 px - Beneficios de un servicio principal + CTA.

**BELOTERO® Intense**

Es un relleno dérmico a base de ácido hialurónico que está indicado para el relleno de tejidos blandos, surcos y arrugas profundas.

Está especialmente indicado para el tratamiento en labios.



10 Lado A

**BELOTERO® Balance**

Ideal para tratar arrugas moderadas a profundas. Su composición permite una integración perfecta con la piel.

**Beneficios**

Suaviza arrugas más pronunciadas, pliegues nasolabiales, mantiene una apariencia fresca y expresiva.

**Visítanos en Calzada Roosevelt  
30 - 75 local 17, zona 11 Plaza  
Comercial El Puente**



10 Lado B

Tu bienestar es nuestra inspiración Con BELOTERO, resaltamos tu belleza con precisión, suavidad y resultados que se integran naturalmente a tu piel. Agenda tu cita al 2233-7234 o envíanos un DM.

Post estático 11 Medida 1080 x 1350 px - Beneficios de un servicio principal.



**BELOTERO<sup>®</sup> volume**

Especialmente formulado para restaurar el volumen en áreas faciales que han experimentado pérdida de firmeza.

**Beneficios**

Reestructura el rostro, recupera la plenitud perdida y mejora la simetría facial.

**DISTRITO**  
SALUD Y BELLEZA

Con BELOTERO Volume, devolvemos armonía a tu rostro y firmeza a tu confianza.

Resultados naturales, contornos definidos y belleza que se siente. Visítanos en Plaza Comercial

El Puente o escríbenos un DM.

Post estático 12 Medida 1080 x 1350 px - Beneficios de un servicio principal + CTA

**BELOTERO® Revive**

Además de ácido hialurónico,  
contiene glicerol, un ingrediente  
que potencia la hidratación y  
mejora la elasticidad de la piel.

**Beneficios**

Ideal para quienes buscan una  
mejora global de la calidad de su  
piel sin rellenos volumétricos.

**Agenda tu cita (502) 2233-7234**

Tu piel merece sentirse viva. Con BELOTERO REVIVE mejora la luminosidad de tu rostro con una hidratación inteligente que respeta su forma natural. Agenda tu cita con la Dra. María del Mar Chinchilla, al 2233-7234.

Post estático 13 Medida 1080 x 1350 px - Frase Campaña

**¡Tu bienestar, es nuestra inspiración!**

¿Poros dilatados o afectación por el afeitado? La solución es: **limpieza y exfoliación profunda.**

**Agenda tu cita, en manos de expertos.**

**Agenda tu cita (502) 2233-7234**



Tu piel merece atención experta. ¿Poros dilatados o irritación por el afeitado? La solución está en una limpieza profunda que revitaliza y protege. Agenda tu cita al (502) 2233-7234.

Post estático 14 Medida 1080 x 1350 px - Frase Campaña

Limpieza facial con vitamina C



bioage  
skincare

En manos de expertos mejorando la  
salud y vitalidad de tu piel con:



**Dra. María del Mar Chinchilla**  
Médico y Cirujano



La limpieza facial con vitamina C mejora el tono, la textura y el brillo natural de tu rostro. En manos de la Dra. María del Mar Chinchilla Agenda tu cita al (502) 2233-7234.

Post estático 15 Medida 1080 x 1350 px - Frase Campaña

**¡Cuidar de ti mismo, es inversión!**

El bótox no solo mejora tu piel,  
también refuerza tu confianza.  
**Cuidarse no es cuestión de género,  
es bienestar.**

Visítanos en:  
Calzada Roosevelt  
30-75 local 17,  
zona 11 Plaza  
Comercial  
El Puente.



El bótox mejora tu piel y refuerza tu seguridad. Porque cuidarse no tiene género, tiene beneficios. Visítanos en Plaza Comercial El Puente, zona 11.

**¡Cuidar de ti mismo, es inversión!**

El bótox no solo mejora tu piel, también refuerza tu confianza. **Cuidarse no es cuestión de género, es bienestar.**

Visitanos en:  
Calzada Roosevelt  
30-75 local 17,  
zona 11 Plaza  
comercial  
El Puente.




**15**

**Limpieza facial con vitamina C**



En manos de expertos mejorando la salud y vitalidad de tu piel con:

 **Dra. María del Mar Chinchilla**  
Médico y Cirujano



**14**

**¡Tu bienestar, es nuestra inspiración!**

¿Poros dilatados o afectación por el afeitado? La solución es: **limpieza y exfoliación profunda.**

Agenda tu cita, en manos de expertos.

**Agenda tu cita (502) 2233-7234**




**13**

**BELOTERO® Revive**

Además de ácido hialurónico, contiene glicerol, un ingrediente que potencia la hidratación y mejora la elasticidad de la piel.



**Beneficios**

Ideal para quienes buscan una mejora global de la calidad de su piel sin rellenos volumétricos.

**Agenda tu cita (502) 2233-7234**



**12**

**BELOTERO® volume**

Especialmente formulado para restaurar el volumen en áreas faciales que han experimentado pérdida de firmeza.

**Beneficios**

Reestructura el rostro, recupera la plenitud perdida y mejora la simetría facial.




**11**

**BELOTERO® Intense**

Es un relleno dérmico a base de ácido hialurónico que está indicado para el relleno de tejidos blandos, surcos y arrugas profundas.

Está especialmente indicado para el tratamiento en labios.




**10A**

**PROFHILO®**

Rejuvenecé tu piel sin necesidad de rellenarla

Es el único que posee la mayor concentración de ácido hialurónico del mercado

**Agenda tu cita (502) 2233-7234**




**9**

**Beneficios de PROFHILO®**

- Más firmeza y elasticidad
- Tensa y levanta
- Mejora el tono y textura
- Aumenta la hidratación
- Brinda luminosidad




**8**

**PROFHILO®**

Es la elección preferida de:

 **Dra. María del Mar Chinchilla**  
Médico y Cirujano

gracias a su capacidad única para hidratar, tensar y rejuvenecer la piel de manera integral.



**Agenda tu cita (502) 2233-7234**



**7**



Trata tu parte inferior del rostro con: **RADIESSE<sup>®</sup>**

En manos expertas, con un resultado que va más allá de lo estético, mejorando la salud y vitalidad de tu piel con:

 **Dra. María del Mar Chinchilla**  
Médico y Cirujano

Mandíbula.

Mejora la pérdida del contorno de la mandíbula.

**6B**

Unete a la revolución de la juventud con **RADIESSE<sup>®</sup>**

Descubre cómo transformar tu piel y devolverle la firmeza.

Lineas de sonrisa.  
Levanta verticalmente y suaviza la textura

Pliegues premaxilares y arrugas en el mentón.  
Ayuda a restaurar el volumen en la parte inferior del rostro.



**6A**

**Beneficios de RADIESSE<sup>®</sup>**

- Estimula la producción de colágeno.
- Combate la flacidez.
- Su efecto es totalmente natural.
- Remodela los contornos faciales naturales.
- Devuelve el volumen perdido con los años.



**5**

**Bioestimulación y rejuvenecimiento.**

Estimula la producción de colágeno natural en la zona y aporta el volumen perdido a lo largo del tiempo.

Es un tratamiento seguro y con resultados 100% naturales.

**Agenda tu cita (502) 2233-7234**



**4**

**¡Dale a tu piel el amor que merece!**

La limpieza facial es el tratamiento ideal para eliminar impurezas y mejorar la apariencia general de tu piel.

Agenda tu cita, en manos de expertos.

**Agenda tu cita (502) 2233-7234**



**3**

**Beneficios de una limpieza facial**

- Desobstrucción de los poros.
- Mejora textura y tono de piel.
- Reducción de signos del envejecimiento.

En manos de expertos mejorando la salud y vitalidad de tu piel con:

 **Dra. María del Mar Chinchilla**  
Médico y Cirujano



**2**

**¡Tu bienestar, es nuestra inspiración!**

En Distrito Salud y Belleza, cada tratamiento está respaldado por ciencia, ética y sensibilidad.

Porque tu salud estética merece excelencia.



**1**



# Distrito salud y belleza



**PROFILO<sup>®</sup>**

Rejuvenecé tu piel sin necesidad de rellenaria

Es el único que posee la mayor concentración de ácido hialurónico del mercado

Agenda tu cita (502) 2233-7234

**Beneficios de PROFILO<sup>®</sup>**

- Más firmeza y elasticidad
- Tensa y levanta
- Mejora el tono y textura
- Aumenta la hidratación
- Brinda luminosidad

**PROFILO<sup>®</sup>**

Es la elección preferida de:

**Dra. María del Mar Chinchilla**  
Medicina y Cirujano

gracias a su capacidad única para hidratar, tensar y rejuvenecer la piel de manera integral.

Agenda tu cita (502) 2233-7234

Únete a la revolución de la juventud con **RADIESSE<sup>®</sup>**

Descubre cómo transformar tu piel y devolverle la firmeza.

Lineas de sonrisa, Levanta verticalmente y suaviza la textura

Pliques premaxilares y arrugas en el mentón.

Ayuda a restaurar el volumen en la parte inferior del rostro.

**Beneficios de RADIESSE<sup>®</sup>**

- Estimula la producción de colágeno.
- Combate la flacidez.
- Su efecto es totalmente natural.
- Remodela los contornos faciales naturales.
- Devuelve el volumen perdido con los años.

**Bioestimulación y rejuvenecimiento.**

Estimula la producción de colágeno natural en la zona y aporta el volumen perdido a lo largo del tiempo.

Es un tratamiento seguro y con resultados 100% naturales.

Agenda tu cita (502) 2233-7234

**¡Dale a tu piel el amor que merece!**

La limpieza facial es el tratamiento ideal para eliminar impurezas y mejorar la apariencia general de tu piel.

Agenda tu cita, en manos de expertos.

Agenda tu cita (502) 2233-7234

**Beneficios de una limpieza facial**

- Desobstrucción de los poros.
- Mejora textura y tono de piel.
- Reducción de signos del envejecimiento.

En manos de expertos mejorando la salud y vitalidad de tu piel con:

**Dra. María del Mar Chinchilla**  
Medicina y Cirujano

**¡Tu bienestar, es nuestra inspiración!**

En Distrito salud y Belleza, cada tratamiento está respaldado por ciencia, ética y sensibilidad.

Porque tu salud estética merece excelencia.





# Distrito salud y belleza



## ¡Cuidar de ti mismo, es inversión!

El bótox no solo mejora tu piel, también refuerza tu confianza. **Cuidarse no es cuestión de género, es bienestar.**

Visítanos en:  
Calzada Roosevelt  
30-75 local 17,  
zona 11 Plaza  
Comercial  
El Puente.



## Limpieza facial con vitamina C



En manos de expertos mejorando la salud y vitalidad de tu piel con:



## ¡Tu bienestar, es nuestra inspiración!

¿Poros dilatados o afectación por el afeitado? **La solución es: limpieza y exfoliación profunda.**

Agenda tu cita, en manos de expertos.

Agenda tu cita (502) 2233-7234



## BELOTERO® Revive

Además de ácido hialurónico, contiene glicerol, un ingrediente que potencia la hidratación y mejora la elasticidad de la piel.



### Beneficios

Ideal para quienes buscan una mejora global de la calidad de su piel sin rellenos volumétricos.

Agenda tu cita (502) 2233-7234



## BELOTERO® volume

Especialmente formulado para restaurar el volumen en áreas faciales que han experimentado pérdida de firmeza.

### Beneficios

Reestructura el rostro, recupera la plenitud perdida y mejora la simetría facial.



## BELOTERO® Intense

Es un relleno dérmico a base de ácido hialurónico que está indicado para el relleno de tejidos blandos, surcos y arrugas profundas.

Está especialmente indicado para el tratamiento en labios.



## PROPHILO®

Rejuvenece tu piel sin necesidad de rellenarla

Es el único que posee la mayor concentración de ácido hialurónico del mercado

Agenda tu cita (502) 2233-7234



## Beneficios de PROFHILO®

- Más firmeza y elasticidad
- Tensa y levanta
- Mejora el tono y textura
- Aumenta la hidratación
- Brinda luminosidad



## PROPHILO®

Es la elección preferida de:



gracias a su capacidad única para hidratar, tensar y rejuvenecer la piel de manera integral.



Agenda tu cita (502) 2233-7234





Home, Search, Post, Like, Video, Profile, Settings, Notifications (1), Distrito Salud Belleza

**Tu bienestar,  
nuestra inspiración**

**DISTRITO**  
SALUD Y BELLEZA

**Distrito Salud Belleza**  
1,3 mil seguidores · 53 seguidos

Panel profesional Editar Anunciarte

Publicaciones Información Menciones Opiniones Seguidores Fotos Más

Facebook search bar, Distrito Salud Belleza Home, Home, Search, Post, Like, Video, Profile, Settings, Notifications, Distrito Salud Belleza

**DISTRITO**  
SALUD Y BELLEZA

**Distrito Salud Belleza**

Home About Posts Reviews Videos Photos Community Groups Create a Page

**Tu bienestar,  
nuestra inspiración**

Like Follow Share Shop Now

**Posts**

Distrito Salud Belleza  
Cada tratamiento es un momento para pausar, respirar y devolverle a tu rostro lo que el día a día le quita. Agenda tu cita al 2233-7234 con la Dra. Maris del Mar Chinchilla

**Beneficios de una limpieza facial**

- Desobstrucción de los poros.
- Mejora textura y tono de piel.
- Reducción de signos del envejecimiento.

**Community**

1,234 people like this  
1,234 people follow this page

**About**

Send Message  
pageosocial.com  
Social Media Agency  
Digital Edits

Pages liked by this Page

MacBook

**Capítulo VIII:**  
**Validación técnica**

## **Capítulo VIII: Validación técnica**

Una vez concluida la propuesta preliminar del diseño de los materiales gráficos digitales para dar a conocer los servicios estéticos y médicos de Distrito Salud y Belleza, se procederá a iniciar la etapa de validación técnica. Esta fase tiene como objetivo presentar el proyecto ante el cliente, expertos en comunicación visual y el grupo objetivo, con el fin de evaluar la efectividad comunicacional, estética y emocional de las piezas desarrolladas.

Para llevar a cabo esta validación, se empleará una encuesta estructurada que incluirá preguntas cerradas, permitiendo medir el nivel de aceptación, claridad y conexión emocional que generan los materiales. Las encuestas se aplicarán de forma virtual a través de Google Forms, tanto para el cliente como para el grupo objetivo y los expertos.

### **Población y muestreo**

La muestra estará compuesta por un total de 30 personas, distribuidas en tres grupos clave:

#### **Cliente**

La validación directa será realizada por la representante de Distrito Salud y Belleza, la Dra. María del Mar Chinchilla, quien evaluará la coherencia de los materiales con la identidad de la marca y sus objetivos estratégicos.

#### **Expertos**

Se contará con la colaboración de cinco profesionales en las áreas de comunicación, diseño gráfico, branding y marketing digital. Las recomendaciones que compartan serán clave para enriquecer y perfeccionar la propuesta, garantizando que cumpla con su propósito de forma efectiva.

licenciado Arnulfo Guzmán, licenciada Claudia Ruíz, licenciado Miriam Ortíz, licenciado Carlos Jiménez, licenciada Rosemary Linares

### **Grupo objetivo**

El proyecto está dirigido a veinticuatro personas, mujeres y hombres entre 35 a 55 años, pertenecientes a los niveles socioeconómicos B, C+ y C. Son personas interesadas en el cuidado estético, la salud facial, que valoran la inversión en su imagen y bienestar como parte de su desarrollo integral, y que buscan equilibrio entre costo y calidad en los servicios que consumen.

### **Método e instrumentos**

La herramienta principal será la encuesta digital, diseñada para recopilar datos cuantitativos y cualitativos. Se utilizará la escala tipo Likert para medir el grado de acuerdo con afirmaciones relacionadas al diseño, claridad del mensaje, estética visual y conexión emocional.

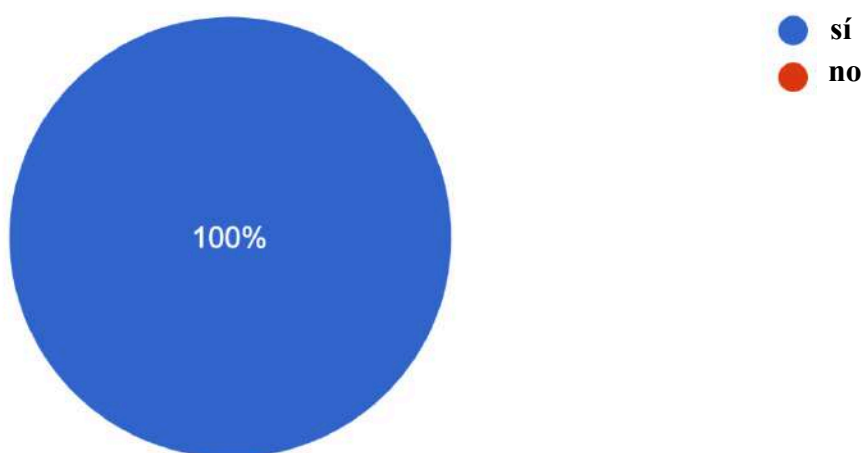
Además, se incluirán preguntas dicotómicas (“sí” o “no”) para obtener respuestas directas sobre aspectos específicos del contenido.

Los resultados obtenidos serán analizados para identificar fortalezas, áreas de mejora y ajustes necesarios, asegurando que los materiales digitales de Distrito Salud y Belleza comuniquen de forma efectiva, profesional y emocional los servicios que ofrece la clínica.

## Resultados e interpretación de resultados

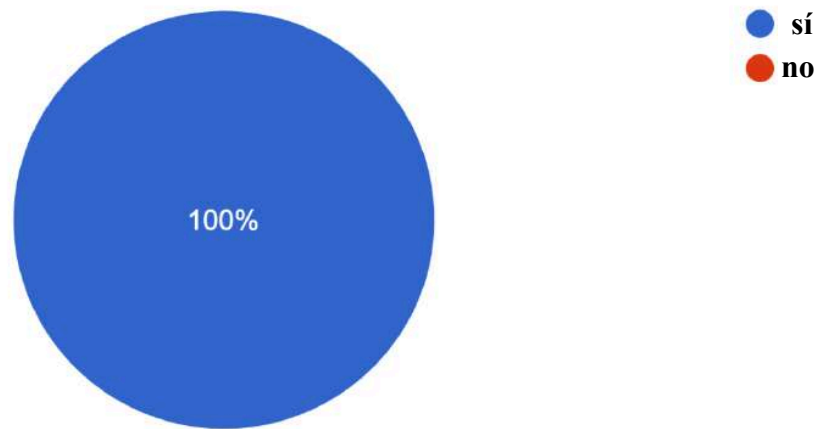
Parte Objetiva:

1.) ¿Considera usted necesario diseñar materiales digitales para dar a conocer los servicios que ofrece la Clínica Médica Estética, Distrito Salud y Belleza a la población guatemalteca, con el fin de fortalecer su presencia en redes sociales y proyectar una imagen profesional y diferenciadora?



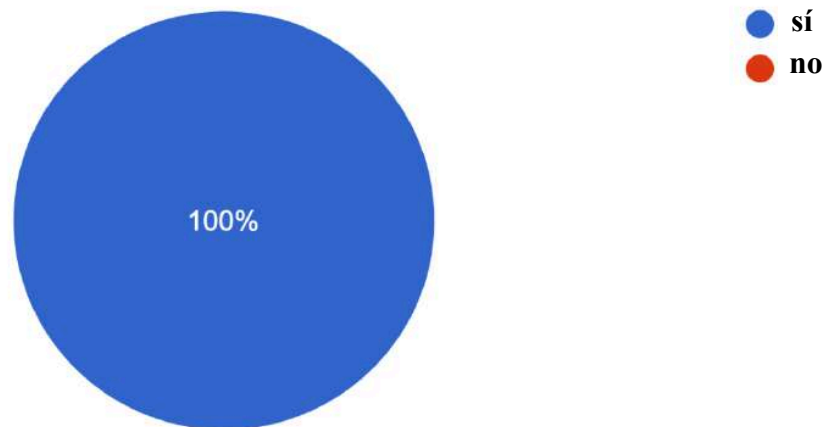
*Interpretación.* El 100% de los encuestados manifestó que es necesario diseñar materiales digitales para dar a conocer los servicios que ofrece la Clínica Médica Estética, Distrito Salud y Belleza, con el fin de que la población guatemalteca identifique a la empresa de manera profesional y diferenciadora. No se registraron respuestas negativas (0%). Por lo tanto, se confirma la importancia de desarrollar piezas digitales estratégicas que fortalezcan la presencia de la clínica en redes sociales y consoliden su imagen institucional.

2.) ¿Considera importante recopilar información relevante sobre Distrito Salud y Belleza, sus servicios profesionales actuales, con el fin de visibilizar su propuesta de valor y promover la confianza en sus tratamientos médicos y estéticos?



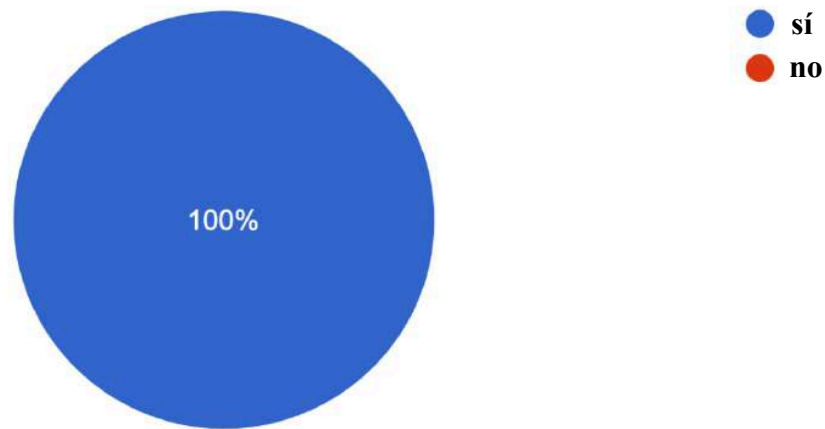
*Interpretación.* El 100% de los encuestados coincidió en que es importante recopilar información relevante sobre Distrito Salud y Belleza y sus servicios profesionales actuales, con el propósito de visibilizar su propuesta de valor y fomentar la confianza en sus tratamientos médicos y estéticos. No se registraron respuestas negativas (0%). Por lo tanto, se respalda la necesidad de recopilar información relevante sobre Distrito Salud y Belleza para que con el contenido se fortalezca la credibilidad de la clínica y refuercen su posicionamiento en el sector salud y belleza.

3.) ¿Considera adecuado investigar términos, conceptos y tendencias actuales en diseño gráfico digital, branding emocional y comunicación visual, respaldados por fuentes confiables, para fundamentar la propuesta de materiales digitales que serán visualizados por usuarios potenciales en redes sociales como Facebook e Instagram?



*Interpretación.* El 100% de los encuestados reconoció que es adecuado investigar términos, conceptos y tendencias actuales en diseño gráfico digital, branding emocional y comunicación visual, con respaldo de fuentes confiables, como parte de fundamentar la propuesta de materiales digitales visualizados por usuarios potenciales en redes sociales tales como Facebook e Instagram. No se registraron respuestas negativas (0%). Por consiguiente, se valida la necesidad de desarrollar un enfoque estratégico que refuerce la pertinencia y efectividad de las piezas digitales a través de la actualización constante en estas áreas clave.

4.) ¿Considera adecuado unificar una línea gráfica para los materiales digitales de la Clínica Médica Estética Distrito Salud y Belleza, para que conozcan sus servicios, transmitan confianza y excelencia en cada publicación para redes sociales como Instagram, Facebook?



*Interpretación.* El 100% de los encuestados consideró adecuado unificar una línea gráfica para los materiales digitales de la Clínica Médica Estética Distrito Salud y Belleza, con el objetivo de dar a conocer sus servicios y transmitir confianza y excelencia en cada publicación en redes sociales como Instagram y Facebook. No se registraron respuestas negativas (0%). Por lo tanto, se respalda la implementación de una identidad visual coherente que fortalezca el reconocimiento de la marca y refuerce la percepción positiva de sus servicios de tratamientos estéticos y médicos.

Parte Semiológica:

5.) ¿Considera adecuados para la Clínica Médica Estética, Distrito Salud y Belleza los colores propuestos en el diseño?



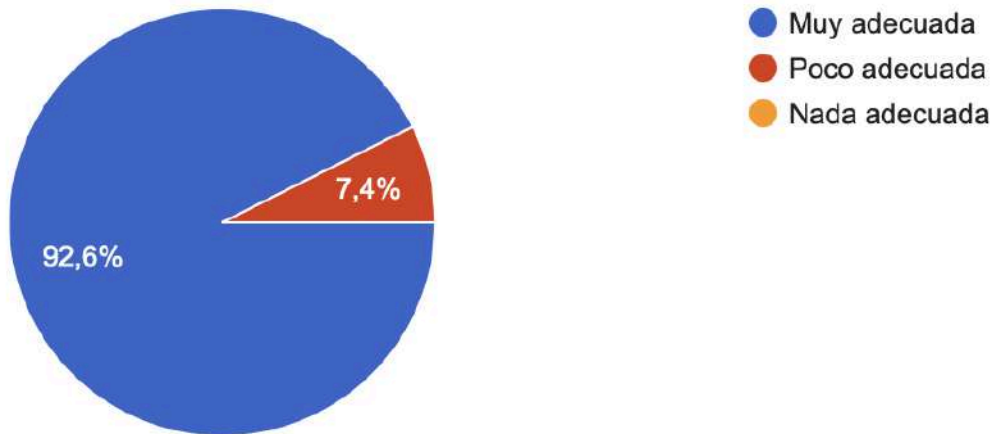
*Interpretación.* El 100% de los encuestados indicó que los colores propuestos en el diseño para la Clínica Médica Estética, Distrito Salud y Belleza son “muy adecuados”. No se registraron respuestas que los consideran poco o nada apropiados (0%). En consecuencia, se confirma la idoneidad de la paleta cromática seleccionada, respaldando su uso como elemento clave para transmitir confianza, coherencia estética y profesionalismo en la identidad visual de la clínica.

6.) ¿Cree que la tipografía usada es adecuada a un grupo objetivo, los cuales están interesados en su salud facial e integral?



*Interpretación.* El 100% de los encuestados coincidió en que la tipografía utilizada es “muy adecuada” para el grupo objetivo interesado en su salud facial e integral. No se registraron respuestas que la consideran poco o nada apropiada (0%). En consecuencia, se avala la elección tipográfica como un recurso eficaz para fortalecer la comunicación visual con este segmento, aportando coherencia estética y sensibilidad en cada pieza digital.

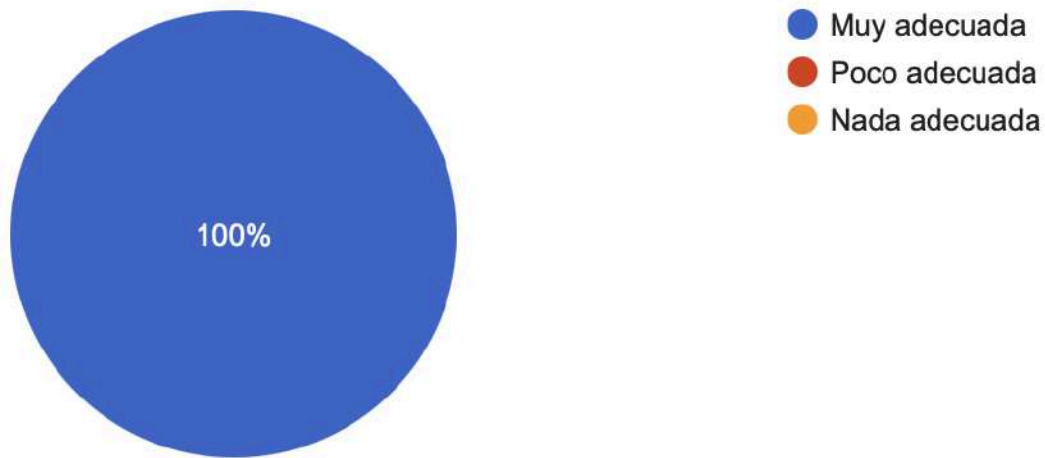
7.) ¿Las fotografías, íconos y elementos visuales utilizados en la propuesta gráfica comunican de forma adecuada que se trata de una clínica médica estética, respaldada por ciencia, tratamientos especializados y atención personalizada?



*Interpretación.* El 92.6% de los encuestados indicó que las fotografías, íconos y elementos visuales empleados comunican de forma “muy adecuada” el concepto de una clínica médica estética respaldada por ciencia, tratamientos especializados y atención personalizada. El 7.4% consideró que lo hacen de manera “poco adecuada”, y no se registraron respuestas en la categoría “nada adecuada” (0%). Por consiguiente, se valida en gran medida la selección visual utilizada, reconociendo que existe una oportunidad de mejora que debe tomarse en cuenta para lograr una identificación plena y efectiva por parte del público objetivo.

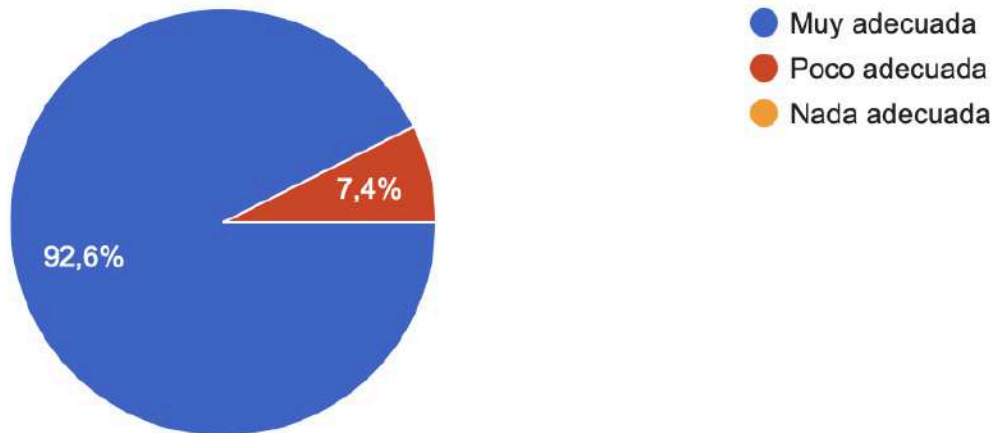
Parte Operativa:

8.) Considera que la tipografía utilizada en el diseño digital es:



*Interpretación.* El 100% de los encuestados afirmó que la tipografía utilizada en el diseño digital es “muy adecuada”. No se encontraron respuestas negativas (0%). En consecuencia, se avala la elección tipográfica como una decisión acertada que refuerza la efectividad y coherencia visual en los canales de comunicación digital.

9.) ¿Considera muy adecuados las fotografías y elementos gráficos en la propuesta?



*Interpretación.* El 92.6% de los encuestados manifestó que las fotografías y elementos gráficos empleados en la propuesta son “muy adecuados”. El 7.4% los calificó como “poco adecuados”, y no se reportaron respuestas en la categoría “nada adecuada” (0%). Por lo tanto, las texturas visuales seleccionadas reciben un fuerte aval, validando su pertinencia y efectividad para reforzar la comunicación visual. Al mismo tiempo, se reconoce que existe una oportunidad de mejora que puede ser atendida en las fotografías para lograr una identificación plena y coherente por parte de todos los usuarios.

10.) Según su criterio, ¿las piezas desarrolladas cumplen con el objetivo de dar a conocer los servicios, tratamientos y marcas que emplean en la Clínica Médica Estética, Distrito Salud y Belleza?



*Interpretación.* El 100% de los encuestados afirmó que las piezas desarrolladas cumplen de manera “muy adecuada” el objetivo de dar a conocer los servicios, tratamientos y marcas que emplea la Clínica Médica Estética, Distrito Salud y Belleza. No se registraron respuestas negativas (0%). Esto evidencia que la campaña de comunicación logra satisfacer plenamente las necesidades y expectativas de los usuarios en cuanto a información relevante, clara y persuasiva. Por consiguiente, se valida la propuesta visual, reconociendo su efectividad y coherencia

11.) De antemano se agradece la atención y el tiempo brindado para contestar esta encuesta. Si en caso usted tiene alguna sugerencia, o comentario puede hacerlo en el siguiente espacio:

- Colocar algunos casos reales para permitir que el grupo objetivo se identifique y busque la marca como una solución.
- Omitir las letras negras y usar el morado intenso.
- Muy bien realizado, interesante la información de los copys para las redes sociales.
- Trabajar propuesta de servicios con fotografías reales.
- Sería valioso incluir casos reales con un antes y después, acompañados del storytelling auténtico de pacientes. esto no solo fortalece la credibilidad del proyecto sino que también sumaría al respaldo emocional y visual que merece esta propuesta tan bien presentada.

## Cambios en base a los resultados

Con base a los datos obtenidos en la fase de validación para la implementación del presente proyecto se refleja que:

- Cumple con el objetivo general y con los objetivos específicos.
- Omitir las letras negras y usar morado intenso (el morado de la marca)
- Se recomienda agregar algunas fotografías de casos reales
- No se mencionan más cambios relevantes en el diseño propuesto.



Se realizaron ajustes en el diseño, sustituyendo las letras negras por un tono morado intenso. Esta modificación se aplicó de forma consistente en todas las piezas que originalmente contenían dicho color, con el fin de lograr mayor coherencia visual y transmitir una estética más cálida y diferenciadora.

ANTES	DESPUÉS
<p><b>Bioestimulación y rejuvenecimiento.</b></p> <p>Estimula la producción de colágeno natural en la zona y aporta el volumen perdido a lo largo del tiempo.</p> <p>Es un tratamiento seguro y con resultados 100% naturales.</p> <p>Agenda tu cita (502) 2233-7234</p>  	<p><b>Bioestimulación y rejuvenecimiento.</b></p> <p>Estimula la producción de colágeno natural en la zona y aporta el volumen perdido a lo largo del tiempo.</p> <p>Es un tratamiento seguro y con resultados 100% naturales.</p> <p>Agenda tu cita (502) 2233-7234</p>  

ANTES	DESPUÉS
<p><b>¡Tu bienestar, es nuestra inspiración!</b></p> <p>En Distrito Salud y Belleza, cada tratamiento está respaldado por ciencia, ética y sensibilidad.</p> <p>Porque tu salud estética merece excelencia.</p>  	<p><b>¡Tu bienestar, es nuestra inspiración!</b></p> <p>En Distrito Salud y Belleza, cada tratamiento está respaldado por ciencia, ética y sensibilidad.</p> <p>Porque tu salud estética merece excelencia.</p>  

ANTES	DESPUÉS
<p>¡Tu bienestar, es nuestra inspiración!</p> <p>¿Poros dilatados o afectación por el afeitado? La solución es: limpieza y exfoliación profunda.</p> <p>Agenda tu cita, en manos de expertos.</p> <p>Agenda tu cita (502) 2233-7234</p>  	<p>¡Tu bienestar, es nuestra inspiración!</p> <p>¿Poros dilatados o afectación por el afeitado? La solución es: limpieza y exfoliación profunda.</p> <p>Agenda tu cita, en manos de expertos.</p> <p>Agenda tu cita (502) 2233-7234</p>  

ANTES	DESPUÉS
<p>Limpieza facial con vitamina C</p>  <p>En manos de expertos mejorando la salud y vitalidad de tu piel con:</p> <p> Dra. María del Mar Chinchilla Médico y Cirujano</p> 	<p>Limpieza facial con vitamina C</p>  <p>En manos de expertos mejorando la salud y vitalidad de tu piel con:</p> <p> Dra. María del Mar Chinchilla Médico y Cirujano</p> 



Se realizaron ajustes incorporando algunas piezas visuales con fotografías de casos reales, incluyendo comparativas de “antes y después”. Esta estrategia busca generar mayor identificación por parte del público objetivo, permitiendo que las personas reconozcan en las piezas una solución tangible y confiable a sus necesidades estéticas y de salud integral.

## **Capítulo IX:**

### **Propuesta gráfica final**

## Capítulo IX: Propuesta gráfica final

Post estático 1 Medida 1080 x 1350 px - Frase Campaña

**¡Tu bienestar, es nuestra inspiración!**

**En Distrito Salud y Belleza,  
cada tratamiento está respaldado  
por ciencia, ética y sensibilidad.**

**Porque tu salud estética  
merece excelencia.**



A circular logo with a stylized leaf and dots is positioned at the bottom center of the image.

Belleza con propósito, bienestar con ciencia. En Distrito Salud y Belleza, cuidarte es nuestra inspiración. Tratamientos éticos y respaldados por expertos. Agenda tu cita hoy al 2233-7234.

Post estático 2 Medida 1080 x 1350 px - Beneficios de un servicio principal + Respaldo profesional.

## Beneficios de una limpieza facial

- Desobstrucción de los poros.
- Mejora textura y tono de piel.
- Reducción de signos del envejecimiento.

En manos de expertos mejorando la salud y vitalidad de tu piel con:



**Dra. María del Mar Chinchilla**  
Médico y Cirujano



Cada tratamiento es un momento para pausar, respirar y devolverle a tu rostro lo que el día a día le quita. Agenda tu cita al 2233-7234 con la Dra. María del Mar Chinchilla

Post estático 3 Medida 1080 x 1350 px - CTA

**¡Dale a tu piel el amor que merece!**

La limpieza facial es el  
tratamiento ideal para  
eliminar impurezas y mejorar  
la apariencia general de tu piel.

**Agenda tu cita, en manos de expertos.**

**Agenda tu cita (502) 2233-7234**



Tu bienestar, es nuestra inspiración. Por eso, cada limpieza facial en Distrito Salud y Belleza: elimina impurezas, renueva tu rostro y te hace sentir increíble. Agenda tu cita al 2233-7234

Post estático 4 Medida 1080 x 1350 px - Beneficios de un servicio principal + CTA

**Bioestimulación y rejuvenecimiento.**

Estimula la producción de colágeno natural en la zona y aporta el volumen perdido a lo largo del tiempo.

Es un tratamiento seguro y con resultados 100% naturales.

**Agenda tu cita (502) 2233-7234**



Bioestimulación y luminosidad natural RADIESSE potencia tu belleza de forma segura.

Agenda tu cita al 2233-7234 o envíanos un DM.

Post estático 5 Medida 1080 x 1350 px - Beneficios de un servicio principal

## Beneficios de RADIUSSE®

- Estimula la producción de colágeno.
- Combate la flacidez.
- Su efecto es totalmente natural.
- Remodela los contornos faciales naturales.
- Devuelve el volumen perdido con los años.



Colágeno y firmeza para tu piel RADIUSSE combate la flacidez y restaura volumen.

Visítanos en Plaza Comercial El Puente o escríbenos un DM.

Post estático 6 Medida 1080 x 1350 px - Beneficios de un servicio principal + Respaldo profesional.

Únete a la revolución de la juventud con **RADIESSE**<sup>®</sup>

Descubre cómo transformar tu piel y devolverle la firmeza.

Líneas de sonrisa.  
Levanta verticalmente y suaviza la textura.

Pliegues premaxilares y arrugas en el mentón.  
Ayuda a restaurar el volumen en la parte inferior del rostro.

Trata tu parte inferior del rostro con:  
**RADIESSE**<sup>®</sup>

En manos expertas, con un resultado que va más allá de lo estético, mejorando la salud y vitalidad de tu piel con:

Mandíbula.  
Mejora la pérdida del contorno de la mandíbula.

**Dra. María del Mar Chinchilla**  
Médico y Cirujano

6 Lado A

6 Lado B

Contorno definido, salud revitalizada. Trata la parte inferior de tu rostro con RADIESSE, en manos expertas con resultados que devuelven firmeza, vitalidad y confianza. Agenda tu cita con la Dra. María del Mar Chinchilla, al 2233-7234

Post estático 7 Medida 1080 x 1350 px - Beneficios de un servicio principal + Respaldo profesional + CTA

**PROFHILO®**

Es la elección preferida de:

 **Dra. María del Mar Chinchilla**  
Médico y Cirujano

gracias a su capacidad única  
para hidratar, tensar y rejuvenecer  
la piel de manera integral.



**Agenda tu cita (502) 2233-7234**



El favorito de la Dra. María del Mar Chinchilla, PROFHILO hidrata, tensa y rejuvenece tu piel. Escríbenos un DM o agenda tu cita al 2233-7234.

Post estático 8 Medida 1080 x 1350 px - Beneficios de un servicio principal.

## Beneficios de PROFHILO®

- Más firmeza y elasticidad
- Tensa y levanta
- Mejora el tono y textura
- Aumenta la hidratación
- Brinda luminosidad



Luminosidad, firmeza e hidratación PROFHILO transforma tu piel de manera integral.

Visítanos en Plaza Comercial El Puente o escríbenos un DM.

Post estático 9 Medida 1080 x 1350 px - CTA



**PROFHILO®**

Rejuvenecé tu piel  
sin necesidad de  
rellenarla

Es el único que  
posee la mayor  
concentración de  
ácido hialurónico  
del mercado

**Agenda tu cita (502) 2233-7234**



Rejuvenece tu piel con la mayor concentración de ácido hialurónico. Agenda tu cita al 2233-7234 o envíanos un DM.

Post estático 10 Medida 1080 x 1350 px - Beneficios de un servicio principal + CTA.

**BELOTERO® Intense**

Es un relleno dérmico a base de ácido hialurónico que está indicado para el relleno de tejidos blandos, surcos y arrugas profundas.

Está especialmente indicado para el tratamiento en labios.




10 Lado A

**BELOTERO® Balance**

Ideal para tratar arrugas moderadas a profundas. Su composición permite una integración perfecta con la piel.

**Beneficios**

Suaviza arrugas más pronunciadas, pliegues nasolabiales, mantiene una apariencia fresca y expresiva.

**Visítanos en Calzada Roosevelt  
30 - 75 local 17, zona 11 Plaza  
Comercial El Puente**




10 Lado B

Tu bienestar es nuestra inspiración Con BELOTERO, resaltamos tu belleza con precisión, suavidad y resultados que se integran naturalmente a tu piel. Agenda tu cita al 2233-7234 o envíanos un DM.

Post estático 11 Medida 1080 x 1350 px - Beneficios de un servicio principal.



**BELOTERO® volume**

Especialmente formulado para restaurar el volumen en áreas faciales que han experimentado pérdida de firmeza.

**Beneficios**

Reestructura el rostro, recupera la plenitud perdida y mejora la simetría facial.

  
**DISTRITO**  
SALUD Y BELLEZA

The advertisement features a woman's face on the right side, looking directly at the camera with her hands resting on her cheeks. The background is light gray with soft pink circular and leaf-like shapes. The text is centered and uses a clean, sans-serif font.

Con BELOTERO Volume, devolvemos armonía a tu rostro y firmeza a tu confianza.

Resultados naturales, contornos definidos y belleza que se siente. Visítanos en Plaza

Comercial El Puente o escríbenos un DM.

Post estático 12 Medida 1080 x 1350 px - Beneficios de un servicio principal + CTA



**BELOTERO® Revive**

Además de ácido hialurónico,  
contiene glicerol, un ingrediente  
que potencia la hidratación y  
mejora la elasticidad de la piel.

**Beneficios**

Ideal para quienes buscan una  
mejora global de la calidad de su  
piel sin rellenos volumétricos.

**Agenda tu cita (502) 2233-7234**

Tu piel merece sentirse viva. Con BELOTERO REVIVE mejora la luminosidad de tu rostro con una hidratación inteligente que respeta su forma natural. Agenda tu cita con la Dra. María del Mar Chinchilla, al 2233-7234

Post estático 13 Medida 1080 x 1350 px - Frase Campaña

**¡Tu bienestar, es nuestra inspiración!**

**¿Poros dilatados o afectación por el afeitado? La solución es: limpieza y exfoliación profunda.**

**Agenda tu cita, en manos de expertos.**

**Agenda tu cita (502) 2233-7234**



Tu piel merece atención experta. ¿Poros dilatados o irritación por el afeitado? La solución está en una limpieza profunda que revitaliza y protege. Agenda tu cita al (502) 2233-7234

Post estático 14 Medida 1080 x 1350 px - Frase Campaña

Limpieza facial con vitamina C



bioage  
skincare

En manos de expertos mejorando la  
salud y vitalidad de tu piel con:



**Dra. María del Mar Chinchilla**  
Médico y Cirujano



La limpieza facial con vitamina C mejora el tono, la textura y el brillo natural de tu rostro. En manos de la Dra. María del Mar Chinchilla. Agenda tu cita al (502) 2233-7234

Post estático 15 Medida 1080 x 1350 px - Frase Campaña

**¡Tu bienestar, es nuestra inspiración!**

El bótox no solo mejora tu piel,  
también refuerza tu confianza.  
**Cuidarse no es cuestión de género,  
es bienestar.**

**Visítanos en Calzada Roosevelt  
30 - 75 local 17, zona 11 Plaza  
Comercial El Puente**



El bótox mejora tu piel y refuerza tu seguridad. Porque cuidarse no tiene género, tiene beneficios. Visítanos en Plaza Comercial El Puente, zona 11

## **Capítulo X:**

### **Producción, reproducción y distribución**

## Capítulo X: Producción, reproducción y distribución

Como parte esencial del desarrollo del proyecto “Diseño de materiales digitales para dar a conocer los servicios que ofrece la Clínica Médica Estética Distrito Salud y Belleza a la población guatemalteca”, se contempla la planificación de recursos necesarios para la creación, reproducción y entrega de las piezas gráficas propuestas.

Este capítulo presenta un desglose detallado de los costos asociados a cada etapa del proceso, considerando tanto el valor del trabajo creativo como los medios utilizados para compartir los materiales con la clínica y su audiencia.

### Plan de costos de elaboración

Se incluye el tiempo dedicado al análisis del proyecto, conceptualización visual, diseño de propuestas gráficas y ajustes realizados para asegurar coherencia con la identidad de la clínica. El cálculo se basa en una tarifa promedio de Q25.00 por hora de trabajo profesional en diseño gráfico.

Actividad	Semanas	Horas	Costo estimado
Investigación y análisis de comunicación visual	1	23	Q575.00
Recopilación de información y referencias	1	8	Q200.00
Bocetaje y exploración gráfica	2	18	Q450.00
<b>Total inversión en desarrollo creativo</b>			<b>Q1,225.00</b>

### Plan de costos en producción

Incluye la digitalización de bocetos, diseño de piezas finales, adaptación a formatos para redes sociales y costos operativos como luz e internet.

Actividad	Semanas	Horas	Costo estimado
Digitalización de bocetos y de propuestas	1	25	Q625.00
Diseño de piezas gráficas para redes sociales	2	95	Q2,375.00
Costos operativos (electricidad, internet)	—	—	Q500.00
<b>Total inversión en producción digital</b>			<b>Q3,500.00</b>

### Plan de costos de reproducción

Dado que los materiales serán entregados en formato digital, no se contempla un costo adicional.

### Plan de costos de distribución

Se considera la entrega de los archivos finales mediante dispositivo USB para respaldo físico.

Medio de entrega	Costo estimado
USB 64GB	Q45.00

<b>Total inversión en distribución</b>	<b>Q45.00</b>
--	---------------

### **Margen de utilidad**

Se estima un margen de beneficio del 17.65% sobre el subtotal de elaboración, producción y distribución.

<b>Concepto</b>	<b>Monto</b>
Subtotal	Q4,770.00
Margen de utilidad (17.65%)	Q 841.90
<b>Total con utilidad</b>	<b>Q5,611.90</b>

### **Impuesto al Valor Agregado (IVA)**

Se aplica el 12% sobre el total del proyecto, conforme a la normativa tributaria vigente.

<b>Concepto</b>	<b>Monto</b>
Subtotal con utilidad	Q5,611.90
IVA (12%)	Q 673.43
<b>Total general del proyecto</b>	<b>Q6,285.33</b>

**Resumen total de costos**

<b>Detalle</b>	<b>Monto</b>
Plan de inversión de elaboración	Q1,225.00
Plan de inversión de producción	Q3,500.00
Plan de inversión de reproducción	Q0.00
Plan de inversión de distribución	Q45.00
Subtotal	Q4,770.00
Margen de utilidad 17.65%	Q 841.91
Subtotal con utilidad	Q5,611.90
IVA 12%	Q 673.43
<b>Total final</b>	<b>Q6,285.33</b>

**Capítulo XI:**  
**Conclusiones Y Recomendaciones**

## **Capítulo XI: Conclusiones Y Recomendaciones**

### **Conclusiones**

Se diseñaron materiales digitales para dar a conocer los servicios que ofrece la Clínica Médica Estética Distrito Salud y Belleza a la población guatemalteca, con una línea gráfica coherente y moderna.

Se recopiló información relevante sobre Distrito Salud y Belleza, sus servicios profesionales actuales, con el fin de visibilizar su propuesta de valor y promover la confianza en sus tratamientos médicos y estéticos.

Se investigaron conceptos, teorías y tendencias actuales en diseño gráfico digital, branding emocional y comunicación visual, respaldados por fuentes confiables, lo cual permitió fundamentar la propuesta gráfica y asegurar que cada pieza diseñada respondiera a criterios técnicos y emocionales.

Se unificó una línea gráfica para los materiales digitales con el fin de que comuniquen los servicios, transmitiendo confianza y excelencia en cada publicación para redes sociales como Instagram, Facebook.

## **Recomendaciones**

Se sugiere continuar diseñando piezas gráficas que mantengan la coherencia visual sobre los servicios de la clínica, integrando mensajes que refuercen el vínculo con el público guatemalteco.

Se recomienda establecer un sistema de revisión periódica de los servicios ofrecidos por Distrito Salud y Belleza, incorporando testimonios, resultados y novedades que refuercen la confianza en sus tratamientos médicos y estéticos, para fortalecer la propuesta de valor.

Mantener la investigación activa sobre tendencias en diseño gráfico para asegurar que futuras piezas gráficas respondan a criterios técnicos, seguir explorando fuentes confiables sobre branding emocional, diseño digital y comunicación visual, adaptando los hallazgos a las necesidades del público objetivo.

Preservar y documentar la línea gráfica unificada para futuras campañas digitales acerca de los servicios que ofrece la clínica médica estética, se recomienda consolidar una línea gráfica garantizando una continuidad estética en todas las publicaciones de redes sociales, facilitando la coherencia comunicacional.

**Capítulo XII:**  
**Conocimiento General**

## Capítulo XII: Conocimiento General

Alejandra Elizabeth Figueroa García

# CONOCIMIENTO GENERAL.

Resumen del conocimiento general adquirido a lo largo de la carrera y como cada curso fue de utilidad para el desarrollo del proyecto.

<p><b>COMUNICACIÓN</b></p> <p>Los conocimientos adquiridos en comunicación permitieron desarrollar contenido claro, emocional y coherente, facilitando la conexión con el público objetivo.</p>	<p><b>VISUALIZACIÓN GRÁFICA</b></p> <p>Fue esencial para fortalecer la habilidad de crear composiciones visuales atractivas, aplicar jerarquía gráfica y mantener coherencia en la línea visual.</p>	<p><b>SOFTWARE</b></p> <p>Cada software aportó funciones clave para edición, composición y producción final, desde Illustrator para la creación de vectores y Photoshop para la edición de las imágenes.</p>
<p><b>DISEÑO GRÁFICO</b></p> <p>Fue de utilidad para comprender los fundamentos del diseño como color, tipografía y composición, logrando piezas visuales que transmiten identidad gráfica coherente.</p>	<p><b>BOCETAJE Y CREATIVIDAD</b></p> <p>Fue esencial para desarrollar bocetos preliminares aplicando pensamiento lateral, lo que permitió explorar soluciones visuales y enriquecer el proceso creativo.</p>	<p><b>ESTADÍSTICA</b></p> <p>Se aplicaron herramientas estadísticas para analizar y evaluar los resultados, así como validar la efectividad de los materiales digitales, esto facilita la toma de decisiones de una manera efectiva.</p>

Infografía realizada por Alejandra Elizabeth Figueroa García.

## **Capítulo XIII:**

### **Referencias**

## Capítulo XIII: Referencias

### Bibliografía

#### A

Aaker, D. A. (2010). *Construir marcas poderosas*. Ediciones Gestión 2000.

#### C

Costa, J. (2004). *La imagen de marca: Teoría y práctica*. Editorial Paidós.

#### D

De Bono, E. (2004). *Seis sombreros para pensar*. Editorial Paidós.

#### E

Eco, U. (2000). *La estructura ausente: Introducción a la semiótica*. Editorial Lumen.

#### F

Frascara, J. (2006). *Diseño gráfico para la gente*. Editorial Infinito.

#### I

Ind, N., & Iglesias, O. (2016). *¡Quiero esta marca! Cómo construir marcas deseables*. Editorial Profit.

#### K

Keller, K. L. (2013). *Dirección estratégica de marca*. Pearson Educación.

## L

Lupton, E. (2015). *Pensar con tipos: Una guía crítica para diseñadores*. Editorial Gustavo Gili.

## S

Salenbacher, J. (2012). *Creative Personal Branding: El camino hacia el desarrollo personal y profesional*. Editorial Promopress.

## W

Wheeler, A. (2017). *Diseño de identidad de marca: Una guía esencial para toda empresa*. Editorial Gustavo Gili.

**Biblioweb**

## B

Brandemia. (2025). Libros esenciales sobre identidad visual y diseño gráfico.

<https://brandemia.org/libros-esenciales-sobre-identidad-visual-y-diseno-grafico-una-guia-completa>

## C

Crehana. (2024). Las 10 mejores páginas de diseño gráfico gratis.

<https://www.crehana.com/blog/estilo-vida/paginas-diseno-grafico>

Creatividad Activa. (2025). Guía práctica: Técnica de los 6 sombreros para pensar.

<https://creatividadactiva.com/fundamentos/6-sombreros-pensar>

## D

Design Thinking España. (2025). Seis sombreros para pensar: descubre esta técnica creativa.

<https://xn--designthinkingespaa-d4b.com/seis-sombreros-para-pensar>

[xn--designthinkingespaa-d4b.com](https://xn--designthinkingespaa-d4b.com)

DesignYourWay. (2024). Las 26 mejores fuentes para diseño gráfico.

<https://www.designyourway.net/es/las-mejores-fuentes-para-diseno-grafico>

## F

FasterCapital. (2024). Estrategias de visual branding: Branding emocional.

<https://fastercapital.com/es/contenido/Estrategias-de-visual-branding--Branding-emocional--conectar-emocionalmente--el-impacto-de-lo-visual-en-el-branding.html> FasterCapital

## N

Neoattack. (2025). 25 páginas web de recursos gráficos para diseñadores.

<https://neoattack.com/blog/paginas-web-recursos-graficos-disenadores-graficos/>

[NeoAttack](https://neoattack.com)

## P

Peiró, R. (2022, noviembre 24). Teoría de la información. Economipedia. <https://feji.us/rz8f18>

## S

SciELO México. (2017). Branding y personalidad de la marca visual.

[https://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S2448-8437201700010000](https://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2448-8437201700010000)

5

## U

UNIRioja. (2013). Branding: Una comunicación experiencial y emocional.

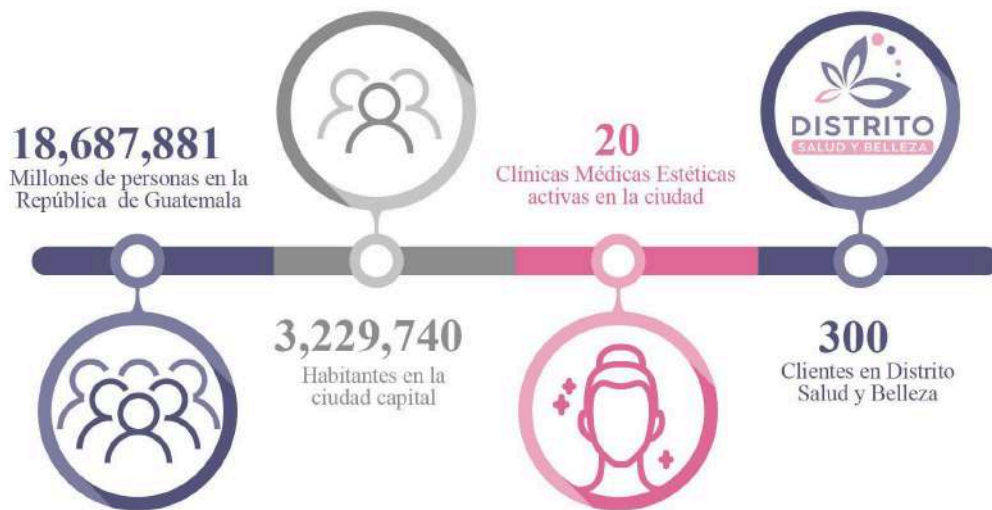
<https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/9591546.pdf>

## **Capítulo XIV:**

### **Anexos**

## Capítulo XIV: Anexos

### Anexo 1: Ejemplo de gráfica de Magnitud



Gráfica de magnitud - Fuente: elaborado por Alejandra Elizabeth Figueroa García.

### Anexo 2: Tabla de Niveles Socioeconómicos

CARACTERÍSTICAS	1.80%		36.40%			62.80%		Indeterminado
	0.70%	1.10%	5.9	11.60%	17.90%	50.70%	12.10%	
	NIVEL A	NIVEL B	NIVEL C1	NIVEL C2	NIVEL C3	NIVEL D1	NIVEL D2	NIVEL E
Ingresos	+ de Q100,000.00	Q61,200.00	Q25,600.00	Q17,500.00	Q11,900.00	Q7,200.00	Q3,400.00	- de Q1,00.00
Educación padres	Superior, Licenciatura, Maestría, Doctorado	Superior, Licenciatura, Maestría, Doctorado	Superior, Licenciatura	Superior, Licenciatura	Licenciatura	Media completa	Primería completa	Sin estudios
Educación hijos	Hijos menores colegios privados caros, mayores en U del extranjero	Hijos menores colegios privados caros, mayores en U local, post grado extranjero	Hijos menores colegios privados, mayores en U privadas y post grado extranjero con beca	Hijos menores colegios privados, mayores en U privadas o estatal	Hijos menores escuelas, mayores en U estatal	Hijos en escuela	Hijos en escuela	Sin estudios
Desempeño	Propietario, Director Profesional exitoso	Empresario, Ejecutivos de alto nivel, Profesional, Comerciantes	Ejecutivo medio, comerciante, vendedor	Ejecutivo, comerciante, vendedor, dependiente	Comerciante, vendedor, dependiente	Obrero, dependiente	Obrero, dependiente	Dependiente o sujeto de caridad
Vivienda	Casa/departamento de lujo, en propiedad 5-6 recámaras, 4 a 6 baños, 3-4 salas, pantry, alacena, estudio área de servicio separada, garage para 5-6 vehículos	Casa/departamento de lujo, en propiedad, financiado, 3-4 recámaras, 2-3 baños, 2 salas, pantry, alacena, 1 estudio área de servicio separada, garage para 2-4 vehículos	Casa/departamento, rentada o financiado, 2-3 recámaras, 2-3 baños, 1 sala, estudio área de servicio, garage para 2 vehículos	Casa/departamento, rentada o financiado, 1-2 recámaras, 1-2 baños, sala, garage para 2 vehículos	Casa/departamento, rentada o financiado, 1-2 recámaras, 1-2 baños, sala,	Casa/departamento, rentada o financiado, 1-2 recámaras, 1 baño, sala	Casa/cuarto rentado, 1-2 recámaras, 1 baño, sala-comedor	Casa improvisada o sin hogar
Otras propiedades	Finca, casas de descanso en lagos, mar, Ariguaniz, etc. comodidades	Sitios/terrenos condominios cerca de costas	Sitios/terrenos interior por herencias					
Personal de servicio	Personal de planta, en el hogar, limpieza, cocina, jardín, seguridad y chofer	1-2 personas de tiempo completo, chofer	Por día	Por día, eventual	Eventual			
Servicios financieros	3-4 ctas Q monetarios y ahorro, Plazo fijo, TC intl, Seguros y ctas en US\$	2-3 ctas Q monetarios y ahorro, Plazo fijo, TC intl, Seguros y ctas en US\$	1-2 ctas Q monetarios y ahorro, Plazo fijo, 1-2 TC intl, Seguro colectivo salud	1 cta Q monetarios y ahorro, 1 TC local	1 cta Q ahorro, TC local	cta Q ahorro		
Poseiones	Autos del año, asegurados contra todo riesgo, 4x4, Van, Lancha, moto acuática, moto, helicóptero avion-avióneta	Autos de 2-3 años, asegurados contra todo riesgo, 4x4, Van, moto	Autos compactos de 3-5 años, asegurados por Financiera	Auto compacto de 4-5 años, sin seguro	Auto compacto de 8-10 años, sin seguro	moto, por trabajo		
Bienes de comodidad	3 tel mínimo, cel cada miembro de la familia, TV satelital, internet de alta velocidad, 2 o + equipos de audio, 3-5 TV, maquinas de lavar y secar platos, ropa, computadoras/miembro, seguridad domiciliar, todos los electrodomesticos, Todos los servicios de internet	2 tel mínimo, cel cada miembro de la familia, TV satelital, internet de alta velocidad, 2 equipos de audio, 3 TV, maquinas de lavar y secar platos ropa, computadora, internet portan eléctrico y todos los electrodomesticos, Todos los servicios de internet	1 teléfono, 1-2 celulares, cable, internet, equipo de audio, más de 2 TV, maquina de lavar ropa, computadora/miembro electrodomesticos básicos	1 teléfono fijo, mínimo 1-2 cel, cable, radio, 2 TV, electrodomesticos básicos	1 teléfono fijo, celular cada miembro mayor, cable, equipo de audio, TV, electrodomesticos básicos	1 cel, cable, radio, TV, electrodomesticos básicos	1 cel, radio, TV, estufa	Radio, cocina de leña
Diversión	Clubes privados, vacaciones en el exterior	Clubes privados, vacaciones en el interior o exterior	Cine, CC, parques temáticos locales	Cine, CC, parques temáticos locales	Cine eventual, CC, parques, estado	CC, parques, estado	Parques	

Fuente: <https://www.ine.gob.gt/> Otras referencias útiles:

<https://indhguatemala.org/panorama-nacional-desarrollo-humano-en-guatemala/>

**Anexo 3: Brief****Datos del estudiante**

Nombre del estudiante	Alejandra Elizabeth Figueroa García
No. Carné	09001135
Teléfono	4105-7551
Correo	elizabeth.figueroa@galileo.edu
Proyecto	Diseño de materiales digitales para dar a conocer los servicios que ofrece la Clínica Médica Estética, Distrito Salud y Belleza a la población guatemalteca.

**Datos del cliente**

Empresa	Distrito Salud y Belleza
Nombre del cliente	Dra. María del Mar Chinchilla
Teléfono	(502) 2233-7234
E-mail	distritosaludybelleza@gmail.com
Antecedentes	La Dra. María del Mar Chinchilla, médico y cirujano, gerente general de la clínica médica estética denominada Distrito Salud y Belleza. Con una trayectoria de cinco años en el campo de la medicina estética, la

	<p>Dra. Chinchilla ha liderado su clínica, ubicada en Calzada Roosevelt 30-75, zona 11, Plaza El Puente, Local #17. Actualmente, carece de una estrategia de comunicación clara y estructurada en sus redes sociales, no cuenta con piezas gráficas para anunciar sus servicios y productos a través de redes sociales como Instagram y Facebook, manteniendo una presencia consistente.</p>
<p>Oportunidad identificada</p>	<p>Diseño de materiales digitales para dar a conocer los servicios que ofrece la Clínica Médica Estética, Distrito Salud y Belleza a la población guatemalteca.</p>

### Datos de la empresa

<p>Misión</p>	<p>Proporcionar cuidados médicos estéticos de alta calidad a mujeres y hombres de 35 años en adelante, garantizando el bienestar y satisfacción de nuestros usuarios mediante servicios personalizados.</p>
<p>Visión</p>	<p>Convertirnos en una de las mejores opciones para tratamientos médicos estéticos en Guatemala, ofreciendo innovadores tratamientos personalizados y promoviendo la belleza y bienestar integral de nuestros usuarios, siempre bajo la mejor atención profesional.</p>
<p>Delimitación geográfica</p>	<p>Guatemala</p>

Grupo objetivo	Mujeres y hombres de 35 a 55 años, que buscan mejorar su bienestar físico y estético mediante tratamientos médicos especializados. Este segmento incluye profesionales, emprendedores y personas con un estilo de vida activo, interesados en cuidar su imagen y salud de manera integral.
Factores de diferenciación	Enfoque integral en salud y belleza, tecnología de vanguardia, experiencia profesional, atención personalizada, accesibilidad y planes personalizados
Reto del diseñador	Transformar la falta de estrategia de comunicación en una identidad digital coherente, atractiva, efectiva para Distrito Salud y Belleza, diseñando piezas gráficas para anunciar a través de redes sociales como Instagram y Facebook, promoviendo sus servicios.
Materiales a realizar	Materiales digitales, post estáticos, historias.
Presupuesto	Sin presupuesto

### Datos de la imagen gráfica

Logotipo	
Colores	Primarios: morado, rosado y blanco. Secundarios: gris
Tipografía	CocogooseProTrial Darkmode

### Anexo 4: Encuesta

[https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSdly8S5bZ2UnO\\_0GBgRSflTHOC\\_r9orJfrj3P-eVSgD7qc44g/viewform?usp=sharing&ouid=107537544907853595192](https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSdly8S5bZ2UnO_0GBgRSflTHOC_r9orJfrj3P-eVSgD7qc44g/viewform?usp=sharing&ouid=107537544907853595192)

### Encuesta Validación de Proyecto

**Instrucciones:** Ingrese al siguiente enlace para visualizar la propuesta preliminar de los materiales digitales para dar a conocer los servicios que ofrece la Clínica Médica Estética; Distrito Salud y Belleza a la población guatemalteca.

Enlace de propuesta:

<https://view.genially.com/68bbb79aac4ab5d86fab4779/mobile-diseno-de-materiales-digitales-para-dar-a-conocer-los-servicios>

Con base a lo anterior, observe la propuesta y según su criterio conteste las siguientes preguntas de validación.

*Guatemala, Guatemala 2025.*

alejandra.figueroa@novex.com.gt [Cambiar cuenta](#)

📧 No compartido

\* Indica que la pregunta es obligatoria

Grupo al que pertenece \*

- Cliente (Distrito Salud y Belleza)**
- Experto (Persona con experiencia en el área de comunicación o diseño gráfico)**
- Grupo Objetivo (Persona usuario de clínicas estéticas)**

Genero \*

- Femenino**
- Masculino**

Edad \*

Tu respuesta \_\_\_\_\_

Nombre y Apellido \*

Tu respuesta \_\_\_\_\_

Profesión \*

Tu respuesta \_\_\_\_\_

Puesto \*

Tu respuesta \_\_\_\_\_

#### Antecedentes

Distrito Salud y Belleza es una clínica especializada en medicina estética y bienestar integral, fundada por La Dra. María del Mar Chinchilla, médico y cirujano, con el propósito de ofrecer tratamientos respaldados por ciencia, ética y sensibilidad. Su enfoque se centra en brindar servicios personalizados que promuevan la salud estética de sus pacientes, a través de procedimientos no invasivos, asesoría médica profesional y atención empática.

Durante el análisis de su presencia visual y comunicacional, se identificó que Distrito Salud y Belleza no cuenta con una propuesta de línea gráfica consolidada que represente adecuadamente su identidad ante pacientes actuales y potenciales.

Por ello, se plantea como objetivo principal **diseñar materiales gráficos digitales para dar a conocer sus servicios y que identifiquen a Distrito Salud y Belleza** de manera profesional y diferenciadora, fortaleciendo su presencia en medios digitales y generando confianza en su audiencia objetivo.

**Instrucciones**

Con base a lo anterior, observe la propuesta de materiales digitales y según su criterio conteste las siguientes preguntas de validación.

**Parte Objetiva:** \*

1.) ¿Considera usted necesario diseñar materiales digitales para dar a conocer los servicios que ofrece la Clínica Médica Estética, Distrito Salud y Belleza a la población guatemalteca, para que identifiquen a la empresa manera profesional y diferenciadora, fortaleciendo su presencia en redes sociales?

- si**  
 **no**

2.) ¿Considera importante recopilar información relevante sobre Distrito Salud y Belleza, sus servicios profesionales actuales, con el fin de visibilizar su propuesta de valor y promover la confianza en sus tratamientos médicos y estéticos.?

- si**  
 **no**

3.) ¿Considera adecuado investigar términos, conceptos y tendencias actuales en diseño gráfico digital, branding emocional y comunicación visual, respaldados por fuentes confiables, para fundamentar la propuesta de materiales digitales que serán visualizados por usuarios potenciales en redes sociales como Facebook e Instagram?

- si**  
 **no**

4.) ¿Considera adecuado unificar una línea gráfica para los materiales digitales de la Clínica Médica Estética Distrito Salud y Belleza, para que conozcan sus servicios, transmitan confianza y excelencia en cada publicación para redes sociales como Instagram, Facebook?

- si**  
 **no**

**Parte Semiológica:** \*

5. ¿Considera adecuados para la Clínica Médica Estética, Distrito Salud y Belleza los colores propuestos en el diseño?

- Muy adecuada**  
 **Poco adecuada**  
 **Nada adecuada**

6. ¿Cree que la tipografía usada es adecuada a un grupo objetivo, los cuales están interesados su salud facial e integral? \*

- Muy adecuada**
- Poco adecuada**
- Nada adecuada**

7. ¿Las fotografías, íconos y elementos visuales utilizados en la propuesta gráfica comunican de forma adecuada que se trata de una clínica médica estética, respaldada por ciencia, tratamientos especializados y atención personalizada? \*

- Muy adecuada**
- Poco adecuada**
- Nada adecuada**

Parte Operativa: \*

8. Considera que la tipografía utilizada en el diseño digital es:

- Muy adecuada**
- Poco adecuada**
- Nada adecuada**

9. ¿Considera muy adecuados las fotografías y elementos gráficos en la propuesta? \*

- Muy adecuada**
- Poco adecuada**
- Nada adecuada**

10. Según su criterio ¿Las piezas desarrolladas cumplen con el objetivo de dar a conocer los servicios, tratamientos y marcas que emplean en la Clínica Médica Estética, Distrito Salud y Belleza? \*

- Si**
- No**

De antemano se agradece la atención y el tiempo brindado para contestar esta encuesta.

Si en caso usted tiene alguna sugerencia, o comentario puede hacerlo en el siguiente espacio:

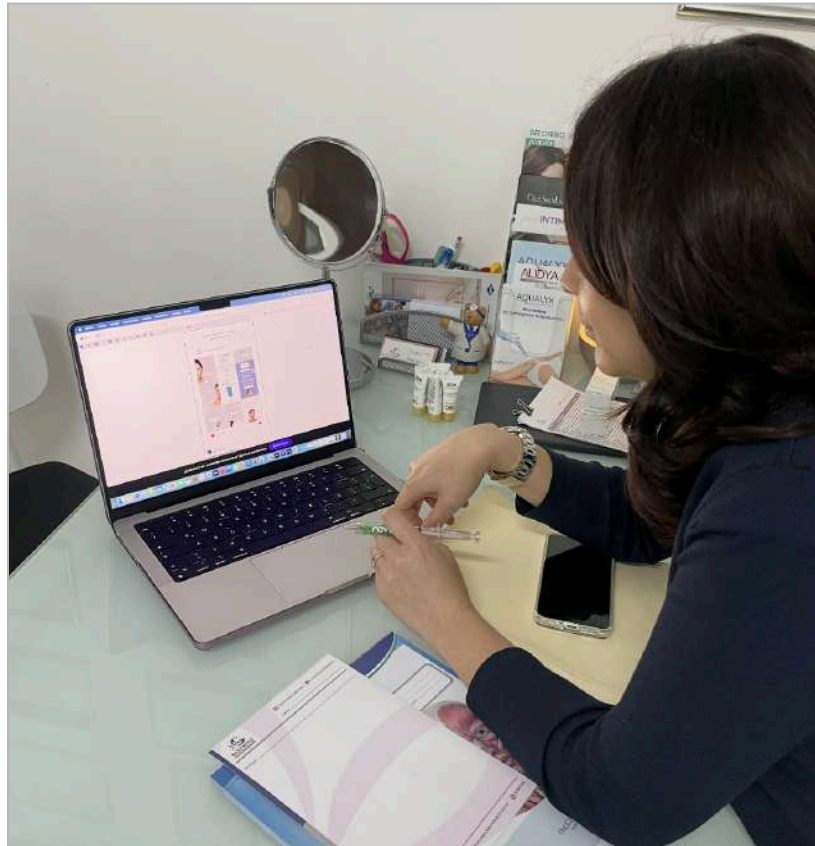
Tu respuesta

---

**¡GRACIAS!**

## Anexo 5: validación de Cliente, Expertos y Grupo objetivos

Validación Cliente: Dra. Maria del Mar Chinchilla




Validación Experto 1, captura de pantalla licenciado Arnulfo Guzman

↕ 🖨 🔗

**Solicitud de apoyo para validación de encuesta de tesis** Recibidos x

---




**Alejandra Elizabeth Figueroa Garcia**

dom, 7 sept, 23:14 (hace 7 días) ☆

Estimado Licenciado Arnulfo Guzman: Reciba un cordial saludo. Me permito escribirle para...

---



**Arnulfo Guzman**

lun, 8 sept, 7:48 (hace 6 días) ☆

Hola Alejandra, listo, ya le validé su documento. Que tenga feliz inicio de semana. Saludos...

## Validación Experto 2, captura de pantalla licenciada Claudia Ruíz

Solicitud de apoyo para validación de encuesta de tesis Recibidos x

**Alejandra Elizabeth Figueroa García** mar, 9 sept, 13:43 (hace 5 días) ☆  
Estimada Licenciada Claudia Ruíz: Reciba un cordial saludo. Me permito escribirle para so...

**Claudia Alejandra Abigail Ruiz Marchena** mar, 9 sept, 15:38 (hace 5 días) ☆  
Buenas tardes Alejandra. Ya está lista la respuesta de la encuesta de validación. Le deseo ...

## Validación Experto 3, captura de pantalla licenciada Miriam Ortiz

Solicitud de apoyo para validación de encuesta de tesis Recibidos x

**Alejandra Elizabeth Figueroa García** mié, 10 sept, 18:47 (hace 4 días) ☆  
Estimada Licenciada Miriam Ortiz: Reciba un cordial saludo. Me permito escribirle para soli...

**Miriam Beatriz Ortiz Garcia** mié, 10 sept, 19:21 (hace 4 días) ☆  
Buenas noches Alejandra, Con gusto, la encuesta ha sido respondida. Saludos..

## Validación experto 4, captura de pantalla licenciado Carlos Jiménez.

## Encuesta Validación de Proyecto

**Instrucciones:** Ingrese al siguiente enlace para visualizar la propuesta preliminar de los materiales digitales para dar a conocer los servicios que ofrece la Clínica Médica Estética; Distrito Salud y Belleza a la población guatemalteca.

Enlace de propuesta:  
<https://view.genially.com/68bbb79aac4ab5d86fab4779/mobile-diseno-de-materiales-digitales-para-dar-a-conocer-los-servicios>

Con base a lo anterior, observe la propuesta y según su criterio conteste las siguientes preguntas de validación.

*Guatemala, Guatemala 2025.*

cjimenez@galileo.edu [Cambiar de cuenta](#)

No compartido

\* Indica que la pregunta es obligatoria

Validación Grupo objetivo, Vilma Flores.



Validación Grupo objetivo, Shirley Salazar



Validación Grupo objetivo, Julia Flores





**COTIZACIÓN**

FECHA: 13/10/2025  
VENDEDOR: Andres Mejía  
CLIENTE: Alejandra Elizabeth Figueroa

PRODUCTO	CANTIDAD	PRECIO	TOTAL
Memoria USB 3.0 64 GB	1	Q89.01	Q89.01
TOTAL			Q89.01

**OBSERVACIONES:**

---

---

---

---

Cotización válida por 30 días\*