

*Galileo*  
UNIVERSIDAD  
La Revolución en la Educación

UNIVERSIDAD GALILEO  
FACULTAD DE CIENCIAS DE LA  
COMUNICACIÓN

Diseñar material publicitario digital para promocionar los servicios odontológicos estéticos de la clínica Artes Dentales a clientes actuales y potenciales, Guatemala, Guatemala año 2015.

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

ELABORADO POR:

Claudia Patricia Morales Toscana  
No. De Carné 20072640

Para optar por el título de:

LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN Y DISEÑO

Nueva Guatemala de la Asunción, Abril 2015

## **AUTORIDADES**

Rector:

Dr. Eduardo Suger Cofiño

Vicerrectora General

Licda. Mayra de Ramírez

Vicerrector Administrativo:

Lic. Jean Paul Suger

Secretario:

Lic. Jorge Retolaza

Decano:

Lic. Leizer Kachler

Vice-decano:

Lic. Rualdo Anzueto, M.S.C.

Guatemala 05 de junio de 2014

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:  
**DISEÑAR MATERIAL PUBLICITARIO DIGITAL PARA PROMOCIONAR  
LOS SERVICIOS ODONTOLÓGICOS ESTÉTICOS DE LA CLÍNICA ARTES  
DENTALES A CLIENTES ACTUALES Y POTENCIALES. GUATEMALA,  
GUATEMALA 2015.** Así mismo solicito que el Lic. Arnulfo Guzmán, sea quién me  
asesore en la elaboración del mismo.

Atentamente,



**Claudia Patricia Morales Toscana**  
**20072640**



**Lic. Arnulfo Guzmán**  
**Asesor**



**Galileo**  
UNIVERSIDAD  
La Revolución en la Educación

**FACOM** Facultad de Ciencias  
de la Comunicación

Guatemala 09 de julio de 2014

**Señorita**  
**Claudia Patricia Morales Toscana**  
**Presente**

Estimada Señorita Morales:

De acuerdo al proceso de titulación profesional de esta Facultad, se aprueba el proyecto titulado: **DISEÑAR MATERIAL PUBLICITARIO DIGITAL PARA PROMOCIONAR LOS SERVICIOS ODONTOLÓGICOS ESTÉTICOS DE LA CLÍNICA ARTES DENTALES A CLIENTES ACTUALES Y POTENCIALES. GUATEMALA, GUATEMALA 2015.** Así mismo, se aprueba al Lic. Arnulfo Guzmán, como asesor de su proyecto.

Sin otro particular, me suscribo de usted.

Atentamente,

---

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



**Galileo**  
UNIVERSIDAD  
La Revolución en la Educación

**FACOM** Facultad de Ciencias  
de la Comunicación

Guatemala, 11 de enero de 2015

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

Estimado Licenciado Kachler:

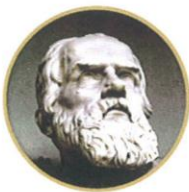
Por medio de la presente, informo a usted que el proyecto de graduación titulado: **DISEÑAR MATERIAL PUBLICITARIO DIGITAL PARA PROMOCIONAR LOS SERVICIOS ODONTOLÓGICOS ESTÉTICOS DE LA CLÍNICA ARTES DENTALES A CLIENTES ACTUALES Y POTENCIALES. GUATEMALA, GUATEMALA 2015.** Presentado por la estudiante: Claudia Patricia Morales Toscana, con número de carné: 20072640, 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,



**Lic. Arnulfo Guzmán**  
Asesor



**Galileo**  
UNIVERSIDAD  
La Revolución en la Educación

**FACOM** Facultad de Ciencias  
de la Comunicación

**Guatemala, 28 de Mayo 2015**

**Señorita  
Claudia Patricia Morales Toscana  
Presente**

Estimada Señorita Morales:

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**

Ciudad de Guatemala, 13 de julio de 2015.

Licenciado

Leizer Kachler

Decano FACOM

Universidad Galileo

Presente.

Señor Decano:

Le informo que la tesis: ***DISEÑAR MATERIAL PUBLICITARIO DIGITAL PARA PROMOCIONAR LOS SERVICIOS ODONTOLÓGICOS ESTÉTICOS DE LA CLÍNICA ARTES DENTALES A CLIENTES ACTUALES Y POTENCIALES. GUATEMALA, GUATEMALA, 2015***, de la estudiante Claudia Patricia Morales Toscana, ha sido objeto de revisión gramatical y estilística, por lo que puede continuar con el trámite de graduación.

Atentamente.



Lic. Edgar Lizardo Porres Velásquez

Asesor Lingüístico

Universidad Galileo



**Galileo**  
UNIVERSIDAD  
La Revolución en la Educación

**FACOM** Facultad de Ciencias  
de la Comunicación

Guatemala, 16 de julio de 2015

**Señorita**  
**Claudia Patricia Morales Toscana**  
**Presente**

Estimada Señorita Morales:

De acuerdo al dictamen rendido por la terna examinadora del proyecto de graduación titulado: **DISEÑAR MATERIAL PUBLICITARIO DIGITAL PARA PROMOCIONAR LOS SERVICIOS ODONTOLÓGICOS ESTÉTICOS DE LA CLÍNICA ARTES DENTALES A CLIENTES ACTUALES Y POTENCIALES. GUATEMALA, GUATEMALA 2015.** Presentado por la estudiante: Claudia Patricia Morales Toscana, 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**



## **Resumen**

La Clínica Artes Dentales no cuenta con material publicitario que informe a los actuales y potenciales clientes, acerca de los servicios que brinda la Odontología Estética.

Por lo que se planteó el siguiente objetivo:

Diseñar material publicitario digital para promocionar los servicios odontológicos estéticos de la clínica Artes Dentales, a clientes actuales y potenciales.

Se realizó una herramienta de validación para conocer la percepción del grupo objetivo, conformado por hombres y mujeres de 25 años en adelante de nivel socioeconómico medio bajo C2 quienes poseen un nivel educativo básico y superior; sus ingresos mensuales son mayores de Q8,000.00, asimismo a expertos en las áreas de comunicación y diseño.

Se concluyó que es necesario crear material publicitario digital para promocionar los servicios odontológicos estéticos de la clínica Artes Dentales, a través de una fan page en la red social facebook, elaborando contenido con piezas gráficas promocionales e informativas, también diseñar una pieza gráfica que se comunique a través del correo electrónico (mailing).

Se recomienda darle seguimiento a la fanpage, cumplir con la publicaciones periódicamente y responder a los comentarios o dudas de los usuarios, por lo que es necesario contar con una persona que administre el contenido de la página y monitoree la actividad de la misma.

## Índice

<b>Capítulo I</b> .....	<b>1</b>
<b>1.1 Introducción</b> .....	<b>2</b>
<b>Capítulo II</b> .....	<b>3</b>
Problemática.....	3
<b>2.1 Contexto</b> .....	<b>3</b>
<b>2.2 Requerimiento de Comunicación y diseño</b> .....	<b>5</b>
<b>2.3 Justificación</b> .....	<b>5</b>
2.3.1 Magnitud .....	5
2.3.2 Vulnerabilidad .....	6
2.3.3 Trascendencia.....	6
2.3.4 Factibilidad .....	6
2.3.4.1 Recursos Humanos.....	6
2.3.4.2 Recursos Organizacionales.....	7
2.3.4.3 Recursos Económicos.....	7
2.3.4.4 Recursos Tecnológicos .....	7
<b>Capítulo III</b> .....	<b>8</b>
Objetivos del diseño .....	8
<b>3.1 Objetivo General</b> .....	<b>9</b>
<b>3.2 Objetivos específicos</b> .....	<b>9</b>
<b>Capítulo IV</b> .....	<b>10</b>
Marco de referencia .....	10
<b>4.1 Información general del cliente</b> .....	<b>11</b>
4.1.1 Misión .....	11
4.1.2 Visión .....	11
4.1.3 Historia .....	11
4.1.4 FODA.....	12
4.1.4 Competencia.....	12
4.1.5 Antecedentes de diseños elaborados .....	15
<b>Capítulo V</b> .....	<b>16</b>
Definición del grupo objetivo.....	16
<b>5.1 Perfil geográfico</b> .....	<b>17</b>
<b>5.2 Perfil demográfico</b> .....	<b>17</b>
<b>5.3 Perfil psicográfico</b> .....	<b>17</b>
<b>5.4 Perfil conductual</b> .....	<b>18</b>
<b>Capítulo VI</b> .....	<b>19</b>
Marco teórico.....	19
<b>6.1 Conceptos fundamentales relacionados con el producto o servicio</b> .....	<b>20</b>
6.1.1 Odontología .....	20
6.1.2 Servicio .....	20
6.1.3 Estética .....	20
6.1.4 Promoción .....	21
6.1.5 Clínica .....	21

6.1.6 Paciente .....	21
6.1.7 Estética dental .....	21
6.1.8 Resinas (rellenos blancos) .....	22
6.1.9 Amalgamas (rellenos plateados) .....	22
6.1.10 Tratamiento de Canales.....	22
6.1.11 Ortodoncia.....	23
<b>6.2 Conceptos fundamentales relacionados con la comunicación y el diseño:.....</b>	<b>23</b>
6.2.1 Conceptos fundamentales relacionados con la comunicación .....	23
6.2.1.1 Comunicación.....	23
6.2.1.2 Proceso de comunicación .....	24
6.2.1.3 funciones de la comunicación .....	24
6.2.1.4 Tipos de comunicación.....	26
6.2.2 Conceptos fundamentales relacionados con el diseño .....	28
6.2.2.1 Diseño .....	28
6.2.2.2 Imagen.....	28
6.2.2.3 Diagramación .....	29
6.2.2.4 Marketing .....	29
6.2.2.5 Color .....	29
6.2.2.6 Diseño gráfico.....	30
6.2.2.7 Banner .....	30
6.2.2.8 Programa Photoshop.....	31
<b>6.3 Ciencias auxiliares, teorías y tendencias:.....</b>	<b>31</b>
6.3.1 ciencias: .....	31
6.3.1.1 Semiología de la imagen .....	31
6.3.1.2 Sociología .....	31
6.3.1.3 Psicología del color.....	31
6.3.1.4 Psicología del consumidor.....	32
6.3.1.5 Semiótica.....	32
6.3.2 Artes: .....	33
6.3.2.1 Artes tipográficas .....	33
6.3.2.2 Fotografía .....	33
6.3.3 Teorías: .....	33
6.3.3.1 Teoría del color .....	33
6.3.3.2 Teoría de la gestalt .....	34
6.3.4 Tendencias:.....	34
6.3.4.1 Vintage: .....	34
6.3.4.2 Correo directo: .....	35
6.3.4.3 Redes sociales: .....	35
<b>Capítulo VII .....</b>	<b>37</b>
Proceso de diseño y propuesta preliminar .....	37
<b>7.1 Aplicación de la información obtenida en el marco teórico.....</b>	<b>38</b>
<b>7.2 Conceptualización .....</b>	<b>39</b>
7.2.1 Método:.....	39
7.2.1.1 Aplicación del metodo .....	39
Procedimiento del metodo Mapas Mentales: .....	39
7.2.2 Definición del concepto.....	42
7.2.3 Investigación previa a la propuesta gráfica .....	42
<b>7.3 Bocetaje .....</b>	<b>46</b>
7.3.1 Tabla de requisitos .....	46

7.3.2 Bocetos a base de dibujo natural .....	48
7.3.3 Proceso de bocetaje formal en base a la diagramación de dibujo técnico .....	49
7.3.4 Proceso de digitalización de los bocetos .....	55
7.3.4.1 Piezas gráficas para la portada de la fan page de “Facebook” .....	56
7.3.4.2 Piezas para contenido .....	58
<b>7.4 Propuesta preliminar .....</b>	<b>66</b>
7.4.1 Pieza gráfica para el correo electrónico .....	66
7.4.2 Piezas gráficas para la portada de la fan page de “Facebook” .....	67
7.4.3 Piezas para contenido.....	69
<b>Capítulo VIII .....</b>	<b>77</b>
Validación técnica .....	77
<b>8.1 Población y muestreo.....</b>	<b>78</b>
8.1.1 Grupo Objetivo (48 personas) .....	78
8.1.2 Expertos en la Materia (5 personas).....	78
8.1.3 Personal y cliente de la Clínica Artes Dentales (2 personas).....	80
<b>8.2 Método e instrumentos:.....</b>	<b>80</b>
<b>8.3 Resultados e interpretación de resultados: .....</b>	<b>80</b>
<b>8.4 Cambios en base a los resultados .....</b>	<b>84</b>
8.4.1 Pieza para correo electrónico.....	85
8.4.2 Pieza para portada de facebook.....	86
8.4.3 Piezas de contenido.....	87
<b>Capítulo IX .....</b>	<b>94</b>
Propuesta gráfica final .....	94
<b>Capítulo X .....</b>	<b>108</b>
Producción, reproducción y distribución.....	108
<b>10.1 Plan de costos de elaboración.....</b>	<b>109</b>
<b>10.2 Plan de costos de producción .....</b>	<b>109</b>
<b>10.3 Plan de costos de distribución .....</b>	<b>109</b>
<b>10.4 Cuadro con resumen general de costos:.....</b>	<b>109</b>
<b>Capítulo XI .....</b>	<b>110</b>
Conclusiones y recomendaciones.....	110
<b>11.1 Conclusiones.....</b>	<b>111</b>
<b>11.2 Recomendaciones .....</b>	<b>112</b>
<b>Capítulo XII .....</b>	<b>113</b>
Conocimiento general .....	113
<b>Capítulo XIII .....</b>	<b>115</b>
Referencias.....	115
<b>13.1 Bibliografía .....</b>	<b>116</b>
<b>13.2 Biblioweb.....</b>	<b>117</b>
<b>13.3 Fotograficas .....</b>	<b>119</b>
<b>Capítulo XIV .....</b>	<b>120</b>
Anexos.....	120

<b>14.1 Encuesta de investigación previa a la propuesta gráfica.....</b>	<b>121</b>
<b>14.2 Encuesta de validación .....</b>	<b>123</b>
<b>14.3 Fotos de validación de proyecto .....</b>	<b>126</b>

# Capítulo I

## Introducción

## **1.1 Introducción**

El siguiente documento da a conocer el desarrollo de un proyecto que tiene como objetivo brindar una solución al problema de comunicación que presenta la clínica Artes Dentales, ya que actualmente no cuenta con medios para promocionar los servicios de odontología estética.

Para responder a esta necesidad se plantea la elaboración de material publicitario digital y a través del medio del correo electrónico y la red social “Facebook”, se darán a conocer las piezas gráficas que contienen promociones e información de los servicios estéticos, e iniciará la presencia de marca en las redes sociales.

Previo a la elaboración de esta propuesta se realizó un trabajo de investigación, recopilación de información de la empresa y el grupo objetivo a quien va dirigido el material publicitario.

En el desarrollo del proyecto se puede identificar la aplicación de conceptos de comunicación, diseño gráfico, psicología del consumidor, teoría del color, tendencia, entre otros, mismos que sirvieron de base para responder mejor a los objetivos planteados. Para sustentar este proyecto se elaboró una validación técnica al grupo objetivo, cliente y expertos en la materia.

Se concluye cómo se dio respuesta a cada uno de los objetivos planteados al inicio de este proyecto y se brindan recomendaciones para darle continuidad a la solución planteada para el problema de comunicación.

# Capítulo II

## Problemática



## 2.1 Contexto

La estética en las restauraciones dentales presenta hoy en día un nivel de exigencia elevado y los materiales que ofrece el mercado en este campo, brindan la posibilidad de imitar la estética natural del diente. Esto ha obligado a los profesionales de la odontología a profundizar en este terreno para satisfacer a la demanda social existente en este aspecto.

La clínica Artes Dentales, fundada en el año 2009 en la ciudad de Guatemala, ofrece hoy en día variedad de servicios de odontología, entre ellos, limpieza, restauraciones de amalgama o de resinas, sellantes, ortodoncia, blanqueamiento, tratamientos de conductos radiculares, cirugías, prótesis (fijas, parciales removibles y totales), tratamientos preventivos, entre otros.

Entre los servicios de estética dental se encuentran todos aquellos que contribuyen a que visualmente la dentadura del paciente tenga alineación, un color adecuado y agradable. Actualmente la clínica atiende a un sector de la población que busca cubrir únicamente necesidades básicas odontológicas, realizan una visita eventual a la Clínica porque sienten molestias en alguna pieza de su dentadura y el doctor resuelve el problema en varias consultas, porque identifica que es necesario realizar otros tratamientos que son de importancia para la salud bucal.

El Dr. Grijalva, gerente de la Clínica Artes Dentales, ha logrado identificar con otros pacientes de un nivel socioeconómico medio, que ellos se interesan por su salud bucal pero sobre todo por la estética de su dentadura, por lo que al Dr. Grijalva identificó la necesidad de dar a conocer estos servicios, pero no cuenta con un medio, ni ningún tipo de material publicitario que los promocióne.

## 2.2 Requerimiento de Comunicación y diseño

La Clínica Artes Dentales no cuenta con material publicitario que informe a los clientes actuales y potenciales, acerca de los servicios que brinda de Odontología estética.

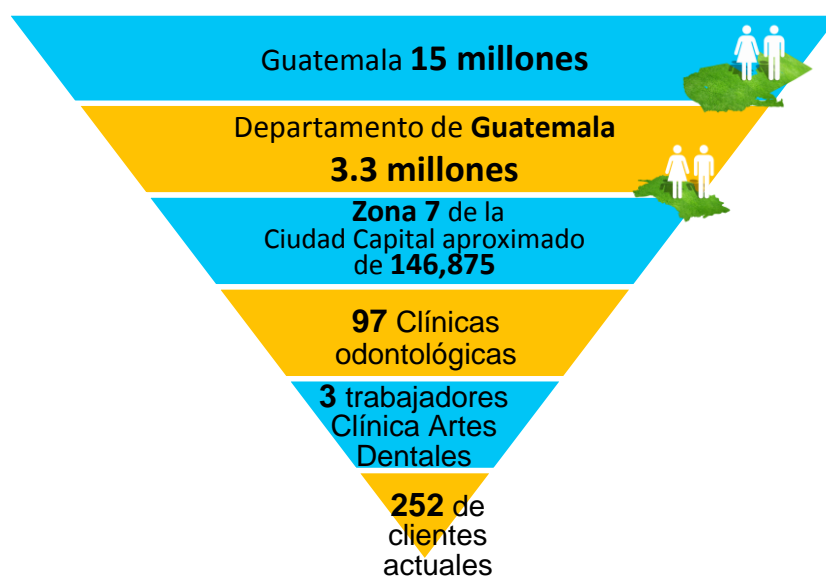
## 2.3 Justificación

Para sustentar las razones por las que 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.

### 2.3.1 Magnitud

Según proyecciones del Instituto Nacional de Estadística –INE- la Población de la República de Guatemala para el año 2012 es de 15,806,675 habitantes, en el Departamento de Guatemala 3,306,397 ciudadano. Según Proyecciones de la Población con base en el XI Censo Nacional de Población y VI de Habitación 2002, la zona 7 capitalina cuenta con 146,875 habitantes.

### Esquema 1



### **2.3.2 Vulnerabilidad**

Al no contar la Clínica Artes Dentales con el material publicitario que brinde información sobre los servicios que ofrece de estética dental, se estaría desatendiendo la demanda comprendida en los límites de la zona 7 capitalina y parte de la zona 3 Mixco, ya que esta zona se encuentra contigua.

### **2.3.3 Trascendencia**

La creación del material publicitario digital para la Clínica Artes Dentales pretende dar a conocer, a través de medios web como facebook y correo electrónico, entre otros, los diferentes servicios que se brindan de odontología estética y se pretende cubrir un porcentaje de la población económicamente activa que no cuenta con seguro médico privado.

### **2.3.4 Factibilidad**

El proyecto es factible porque se cuenta con todos los recursos que harán posible la creación del material publicitario, que se distribuirá a través de medios web para dar a conocer los diferentes servicios de Odontología estética que brinda la clínica Artes Dentales.

#### **2.3.4.1 Recursos Humanos**

El Dr. Luis Angel Grijalva proporcionará toda la información necesaria para las piezas que se elaborarán para el material publicitario digital.

El diseñador gráfico y/o comunicador elaborará el concepto, los mensajes y los artes gráficos que sean necesarios para este proyecto, para distribuirlos a través de medios web.

#### **2.3.4.2 Recursos Organizacionales**

El Dr. Grijalva, administrador de la clínica Artes Dentales, es quien autoriza y proporcionará toda la información acerca de los servicios, para elaborar el proyecto.

#### **2.3.4.3 Recursos Económicos**

La clínica Artes Dentales tiene a disposición los recursos económicos necesarios para la elaboración de este proyecto, que deberán cubrir, el diseño de los artes gráficos digitales como banners y piezas que se utilizarán en las cuentas de redes sociales, también cubrirá los costos de los medios donde se publicarán y distribuirán las piezas gráficas.

#### **2.3.4.4 Recursos Tecnológicos**

La comunicadora diseñadora gráfica cuenta con el software necesario para la elaboración de los artes gráficos y la Clínica Artes Dentales posee los recursos para su distribución.

# Capítulo III

## Objetivos del diseño

### **3.1 Objetivo General**

Diseñar material publicitario digital para promocionar los servicios odontológicos estéticos de la clínica Artes Dentales a clientes actuales y potenciales.

### **3.2 Objetivos específicos**

- 3.2.1** Investigar acerca de los conceptos básicos relacionados con el diseño multimedia para contenidos de redes sociales, los que servirán de referencia para la elaboración de este proyecto.
- 3.2.2** Recopilar información acerca de los servicios odontológicos estéticos de la Clínica Artes Dentales, para incluirlos en el contenido de los materiales publicitarios digitales.
- 3.2.3** Realizar una investigación con el grupo objetivo de clientes potenciales, previa a la elaboración de la propuesta de diseño.
- 3.2.4** Crear una fanpage en la red social “facebook” y diseñar el contenido multimedia para informar y promocionar los servicios odontológicos estéticos de la Clínica Artes Dentales, a los clientes actuales y potenciales.
- 3.2.5** Elegir fotografías que ilustren los mensajes propuestos para la elaboración del material publicitario digital.
- 3.2.6** Diseñar un boletín que se comunicará a través del correo electrónico (mailing), para dar a conocer los servicios odontológicos estéticos de la clínica Artes Dentales que se encontrarán publicados en la fanpage de la red social de Facebook, a los clientes actuales.

# Capítulo IV

Marco de referencia

## **4.1 Información general del cliente**

La Clínica Artes Dentales está ubicada en el Departamento de Guatemala en 10 calle, 5-63 zona 3 de Mixco, Nueva Montserrat.

Teléfonos: 2441-0343 / 4133-4175 / 5547-7262

### **4.1.1 Misión**

Brindar un eficiente servicio que llene y supere las expectativas de los clientes al otorgar un plus en la atención de sus necesidades dentales.

### **4.1.2 Visión**

Ser una empresa de servicios dentales reconocida a nivel nacional por cubrir gran parte de la población en la ciudad Capital y en el interior de la república.

### **4.1.3 Historia**

El Doctor Luis Ángel Grijalva inició su primer trabajo en el año 2006 como odontólogo en el Centro de Salud del Departamento de Chiquimula, San José La Arada, lugar donde se brindaban servicios odontológicos básicos a la población de ese sector, como amalgamas (rellenos plateados), extracciones y medicamentos para emergencias. Dada la necesidad de los pacientes de mejorar su dentadura y de verse estéticamente mejor, el Dr. Grijalva crea su primera clínica en el año 2008 ofreciendo otro tipo de tratamientos como periodoncia (limpieza), puentes fijos y removibles, tratamientos de canales, resinas (rellenos blancos), entre otros.

El principal objetivo del Dr. en la creación de la clínica, fue apoyar a personas de bajos recursos, ofreciendo las posibilidades de tener una mejor atención y tratamientos que beneficiaran más la sonrisa de sus pacientes y a la vez mejorarán la confianza en ellos



mismos, ya que la mayoría de las personas reflejaban la inconformidad de no tener una dentadura estética.

En el año 2009 establece su clínica en la Ciudad de Guatemala, con el nombre Artes Dentales, donde ofrece hoy en día una variedad de servicios.

#### 4.1.4 FODA

##### Esquema 2

Fortalezas	Oportunidades
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Bajo costo del servicio en relación a lo que ofrecen otras empresas.</li> <li>• Buen servicio y se le dedica el tiempo necesario a cada paciente.</li> <li>• Se encuentra ubicado en un lugar céntrico de la ciudad de Guatemala.</li> <li>• Horarios de atención flexible, adaptados a la disponibilidad del paciente.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Crecimiento en la demanda del servicio.</li> <li>• Ganar fidelidad de los futuros clientes y buenas referencias.</li> <li>• Mejorar las instalaciones para brindar un mejor servicio a los pacientes.</li> <li>• Crecer a nivel empresarial y abrir más clínicas en otros sectores de la ciudad.</li> </ul>
Debilidades	Amenazas
<ul style="list-style-type: none"> <li>• La empresa no cuenta con publicidad para promocionar los servicios de la Clínica Dental.</li> <li>• Los pacientes esperan mucho tiempo para ser atendidos.</li> <li>• No se cuenta con un área de recepción y no hay un escritorio adecuado para realizar la cotización de los tratamientos.</li> <li>• Todavía no se cuenta con suficiente personal para cubrir horarios flexibles al momento de aumentar la demanda.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Que la competencia iguale o mejore el costo de los servicios.</li> <li>• Que disminuya la cantidad de pacientes por el tiempo de espera para ser atendidos.</li> <li>• No hay información sobre los servicios y la ubicación de la clínica.</li> <li>• La aparición de otras clínicas en el sector.</li> </ul>

#### 4.1.4 Competencia

Se elaboró una investigación de las clínicas dentales que operan en los municipios de Guatemala y Mixco, la misma se realizó a través de un directorio encontrado en internet (<http://www.paginasamarillas.com.gt>) obteniendo como resultado lo siguiente:

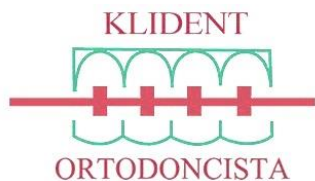
- Dr. Luis Francisco Grisolfía / denti vitale
- Grupo Dental Guatemala
- Centro Dental Kyrios
- Centro Dental de Especialistas
- Premier Dental
- Clínica Dental Dr. José Fernando Azmitia Braham
- Dr. Luis Felipe Rosales Madero - Klident
- Dental Medic

Del listado anterior se elaboró una depuración, al enumerar únicamente las empresas que tienen presencia en internet y se encuentran en las zona 7 de Guatemala, y algunas zonas cercanas de Mixco:

- Clínica Dental DR. José Fernando Azmitia Braham



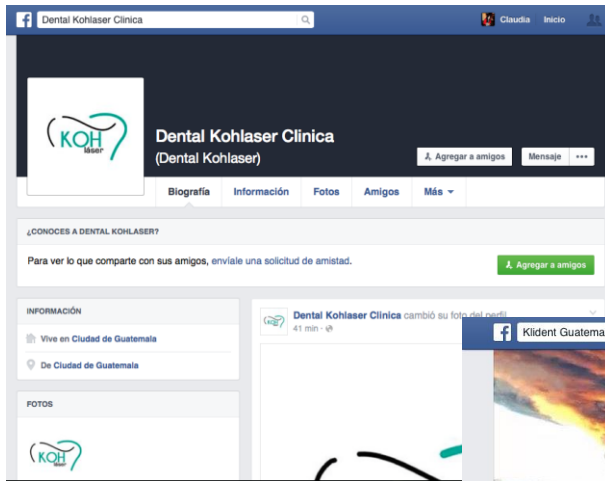
- Dr. Luis Felipe Rosales Madero - Klident



- Dental Medic



## Toma de pantalla de las fanpage de la competencia



Clínica Dental DR. José Fernando Azmitia Braham

Clínica Dental DR. Jose Fernando Azmitia Braham



Dental Medic



#### **4.1.5 Antecedentes de diseños elaborados**

Según información proporcionada por el Dr. Luis Ángel Grijalva, la Clínica Artes Dentales logró desde sus inicios en el Departamento de Chiquimula, a través de la necesidad detectada, la cartera de clientes con la que trabaja actualmente en el departamento de Guatemala. Por esta razón no ha tenido la necesidad de promocionarse, por lo que no cuenta con antecedentes de diseños elaborados para tal fin. Únicamente proporcionó el logotipo que se utilizará en el desarrollo de la propuesta de este proyecto.

# Capítulo V

Definición del grupo objetivo

Población ubicada en la Región Metropolitana de Guatemala, conformada por hombres y mujeres de 25 años en adelante de nivel socioeconómico medio bajo C- y C que visitan los centros comerciales, cines, salen a bailar con amigos y se reúnen con compañeros de trabajo, tienen buena actitud hacia los servicios clínicos odontológicos y tienen acceso a internet con teléfonos inteligentes, tablets y ordenadores.

### **5.1 Perfil geográfico**

Población ubicada en la Región Metropolitana de Guatemala, en la zona 7 capitalina del Municipio de Guatemala y zonas cercanas del Municipio de Mixco. En la ciudad capital las temperaturas máximas llegan hasta 27 °C y las mínimas descienden hasta los 5 °C, el clima predominante es el Tropical.

### **5.2 Perfil demográfico**

Hombres y mujeres de 25 años en adelante, que tengan nivel académico medio o universitario; que laboren y sus ingresos mensuales sean de Q8,000.00 en adelante; su ciclo de vida familiar sea de soltería, cónyuges sin hijos y postpaternidad, sin definir ningún tipo de religión o creencia; de nacionalidad guatemalteca, sin embargo pueden ser de otros países con la limitante que hablen español.

Según el estudio socioeconómico (NSE) realizado por Multivex Sigma Dos Guatemala en el 2009, se determinó que el grupo pertenecer entre los niveles medio- bajo C2, medio-alto C1.

### **5.3 Perfil psicográfico**

Las personas que pertenecen a este grupo realizan actividades como visitar los centros comerciales, principalmente los que tienen cines y áreas de multirestaurantes; gustan de

salir a bailar y reunirse con compañeros del trabajo en algún bar-restaurante y consumen bebidas alcohólicas; eventualmente viajan a conocer lugares dentro del país; se interesan por su aspecto físico, vestirse y verse bien, las mujeres hacen uso de los servicios de los salones de belleza, masajes relajantes y reductos en spa, ambos géneros hacen deporte y en la mayoría de casos están inscritos en un gimnasio.

Gran parte de este grupo cuenta con el servicio de atención médica que brinda el Instituto Guatemalteco de Seguridad Social (IGSS) y pocos pagan adicional un seguro médico privado.

#### **5.4 Perfil conductual**

Este grupo tiene buena actitud hacia los servicios clínicos, entre ellos la odontología; buscan servicios que sean de calidad, cubran sus necesidades y que los costos sean aceptables, ya que se preocupan por su imagen e invierten en ella.

Casi el 100% de personas que conforman este grupo, tiene acceso a internet a través de dispositivos tecnológicos como teléfonos inteligentes, tablests y ordenadores este último tanto en casa como en oficina. Poseen una o dos cuentas de correo electrónico y forman parte de las redes sociales más populares como Facebook y Twitter.

# Capítulo VI

Marco teórico



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

### **6.1.1 Odontología**

La Odontología o Estomatología es la rama de las ciencias de la salud que se encarga del diagnóstico, tratamiento y prevención de las enfermedades de todo el aparato estomatognático, el cual abarca los dientes, las encías, la lengua, el paladar, la mucosa de la boca, las glándulas salivales, los labios, las amígdalas, orofaringe y la articulación temporomandibular.

<http://www.susodontologos.com/estomatologia.htm>.

### **6.1.2 Servicio**

Labor o trabajo que se realiza destinado a satisfacer necesidades del público.

<http://www.wordreference.com/definicion/servicio>

### **6.1.3 Estética**

El término estética tiene diferentes acepciones. En el lenguaje coloquial denota en general lo bello, y en la filosofía tiene diversas definiciones: por un lado es la rama que tiene por objeto el estudio de la esencia y la percepción de la belleza, por otro lado puede referirse al campo de la teoría del arte, y finalmente puede significar el estudio de la percepción en general, sea sensorial o entendida de manera más amplia. Estos campos de investigación pueden coincidir, pero no es necesario.

<http://es.wikipedia.org/wiki/Estética>

#### **6.1.4 Promoción**

Se trata de una serie de técnicas integradas en el plan de marketing, cuya finalidad consiste en alcanzar una serie de objetivos específicos a través de diferentes estímulos y acciones limitadas en el tiempo y dirigidas a un *target* determinado.

<http://www.marketing-xxi.com/promocion-117.htm>

#### **6.1.5 Clínica**

Establecimiento sanitario, generalmente privado, donde se diagnostica y trata la enfermedad de un paciente, que puede estar ingresado o ser atendido en forma ambulatoria.

<http://lema.rae.es/drae/srv/search?key=cl%C3%ADnica>

#### **6.1.6 Paciente**

Persona que padece física y corporalmente, y especialmente quien se halla bajo atención médica.

<http://lema.rae.es/drae/srv/search?key=paciente>

#### **6.1.7 Estética dental**

La odontología estética o cosmética es una especialidad de la odontología que soluciona problemas relacionados con la salud bucal y la armonía estética de la boca en su totalidad.

El término estética desde el punto de vista etimológico, *aesthesis*, (estético) deriva del griego y significa percepción. Se podría definir la odontología estética como una aplicación del arte y la ciencia destinada a desarrollar o destacar la belleza en forma de sonrisa.

[https://es.wikipedia.org/wiki/Odontolog%C3%ADa\\_est%C3%A9tica](https://es.wikipedia.org/wiki/Odontolog%C3%ADa_est%C3%A9tica)

### **6.1.8 Resinas (rellenos blancos)**

Dr. Ralph W. Phillips (año 1988) explica que las Resinas (rellenos blancos), son compuestos no metálicos que se obtienen por síntesis (a partir de compuestos orgánicos) y pueden ser moldeados de diversas maneras y después endurecidos para uso comercial. Los odontólogos usan muchas clases de plásticos sintéticos por ejemplo para la restauración de dientes o estructuras dentarias perdida.

La base de la prótesis (parte que se apoya sobre los tejidos blandos de la boca) casi siempre se elabora en resina.

### **6.1.9 Amalgamas (rellenos plateados)**

Dr. Ralph W. Phillips (año 1988) explica que es un tipo especial de aleación, en el que uno de sus componentes es mercurio. Este se conserva líquido a la temperatura ambiente; por ello debe mezclarse con otros metales que se encuentran en estado sólido, Este tipo de aleación se llama amalgama.

### **6.1.10 Tratamiento de Canales**

Según el libro Principios y Práctica Clínica de Richard E. Walton y M. Torabinejad (año 1991) Consiste en retirar del sistema de conductos radiculares los irritantes existentes o potenciales. El objetivo es eliminarlos pero en realidad solo ocurre una reducción importante. Los irritantes constan de lo siguiente, por separado o en combinaciones: bacterias, productos bacterianos de desecho, tejido necrótico, desechos orgánicos, tejido vital, productos salivales de desecho, hemorragia y otros. Sin duda, el contenido necrótico de un espacio pulpar es un irritante poderoso.

### **6.1.11 Ortodoncia**

Según el libro de Ortodoncia del Dr. T.M. Graber (año 1991) el nombre de la especialidad “ortodoncia” proviene de dos vocablos griegos: “Orthos”, que significa enderezar o corregir, y “dons”, que significa diente. Parece ser que este término fue utilizado primero por el francés, Pierre Fauchard, con frecuencia llamado el padre de la odontología moderna.

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

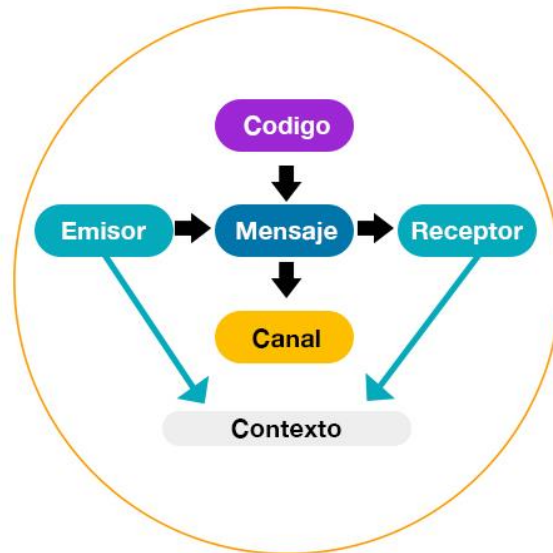
### **6.2.1 Conceptos fundamentales relacionados con la comunicación**

#### **6.2.1.1 Comunicación**

Según el Diccionario de Publicidad y Diseño Gráfico (año 1999), es el proceso o acción mediante el que se transmiten significados, mensajes, informaciones y conocimientos entre emisores y receptores humanos a través de un canal. Este proceso implica la percepción, comprensión y la integración psicológica del contenido del mensaje por parte del receptor (decodificación) para lograr una perfecta comunicación. Para esto, el emisor debe codificar el mensaje mediante un sistema de símbolos o signos compartidos con el receptor. Todo proceso comunicativo implica una intencionalidad.

### 6.2.1.2 Proceso de comunicación

Esquema 3



### 6.2.1.3 funciones de la comunicación

- **Informativa:** Tiene que ver con la transmisión y recepción de la información. A través de ella se proporciona al individuo todo el caudal de la experiencia social e histórica, así como proporciona la formación de hábitos, habilidades y convicciones. En esta función el emisor influye en el estado mental interno del receptor aportando nueva información.
- **Afectivo - valorativa:** El emisor debe otorgarle a su mensaje la carga afectiva que el mismo demande, no todos los mensajes requieren de la misma emotividad, por ello es de suma importancia para la estabilidad emocional de los sujetos y su realización personal. Gracias a esta función, los individuos pueden establecerse una imagen de sí mismo y de los demás.
- **Reguladora:** Tiene que ver con la regulación de la conducta de las personas con respecto a sus semejantes. De la capacidad autorreguladora y del individuo depende el éxito

o fracaso del acto comunicativo Ejemplo: una crítica permite conocer la valoración que los demás tienen de nosotros mismos, pero es necesario asimilarse, proceder en dependencia de ella y cambiar la actitud en lo sucedido.

Hechos sociales como la mentira son una forma de comunicación informativa (aunque puede tener aspectos reguladores y afectivo-valorativos), en la que el emisor trata de influir sobre el estado mental del receptor para sacar ventaja.

Otras Funciones de la comunicación dentro de un grupo o equipo:

- **Control:** La comunicación controla el comportamiento individual. Las organizaciones, poseen jerarquías de autoridad y guías formales a las que deben regirse los empleados. Esta función de control además se da en la comunicación informal.
- **Motivación:** Lo realiza en el sentido que esclarece a los empleados qué es lo que debe hacer, si se están desempeñando de forma adecuada y lo que deben hacer para optimizar su rendimiento. En este sentido, el establecimiento de metas específicas, la retroalimentación sobre el avance hacia el logro de la meta y el reforzamiento de un comportamiento deseado, incita la motivación y necesita definitivamente de la comunicación.
- **Expresión emocional:** Gran parte de los empleados, observan su trabajo como un medio para interactuar con los demás, y por el que transmiten fracasos y de igual manera satisfacciones, es decir sentimientos.

**Cooperación:** La comunicación se constituye como una ayuda importante en la solución de problemas, se le puede denominar facilitador en la toma de decisiones, en la medida que brinda la información requerida y evalúa las alternativas que se puedan presentar.

#### **6.2.1.4 Tipos de comunicación**

##### **Comunicación Verbal**

- **Oral:**

A través de signos orales y palabras. Lenguaje, sonidos, parte expresiva, elemento vocal, intensidad, tono, estilo, fluidez.

Este tipo de comunicación es efímera, utiliza principalmente palabras comunes entre el emisor y el receptor.

Tiene como ventaja la posibilidad de una retroalimentación inmediata y se encuentra soportada por expresiones corporales o faciales como las miradas, actitudes, gestos, posiciones, etc.

Otra ventaja es que a través de la expresión oral nuestra comunicación o mensajes pueden ser extensos o breves, dependiendo de la circunstancia.

- **Escrita:**

Exposición de las ideas, ortografía, sintaxis, calidad, “ideas principales, objetivos”. Está representada por los signos o glifos, debe seguir los lineamientos de las reglas de lenguajes escrito como sintaxis y morfosintaxis.

Tiene como ventaja que la comunicación entre la persona que emite o escribe el mensaje y el que lo lee, no es interrumpida. El mensaje o idea puede revisarse, permite que se analice, reflexione y se corrija en determinado momento.

Al igual que la oral la comunicación o mensajes pueden ser extensos, breves o muy amplios

##### **Comunicación No Verbal**

La comunicación no verbal se lleva a cabo a través de signos diversos, imágenes captadas por los sentidos (sensoriales), gestos o los movimientos corporales.

Con base en lo anterior podemos observar que el mensaje se transmite en mayor forma de una manera no verbal. El mensaje puede modificarse, complementarse o substituirse, adicionalmente a lo verbal.

La cultura es muy importante en la comunicación no verbal ya que varían de lugar en lugar, regulando el proceso de la comunicación, ampliando o reduciendo el significado del mensaje.

### **Por su Nivel**

- **Comunicación Intrapersonal**

Se lleva a cabo en el pensamiento y nos lleva a la reflexión, es decir, es la comunicación con uno mismo.

- **Comunicación Interpersonal**

Se genera entre dos personas que comparten cierta cercanía.

- **Comunicación Grupal**

Debe cumplir un objetivo de tipo social y cumplir un objetivo común, por lo general se lleva a cabo entre tres o más personas, la vemos reflejada en las convivencias sociales, familiares, de trabajo, etc.

- **Comunicación Pública**

Se lleva a cabo, como su nombre lo indica, ante un grupo muy numeroso de personas.

<http://expresionsocoshernandez.blogspot.com/2012/03/clasificacion-de-los-tipos-de.html>



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

### **6.2.2.1 Diseño**

El diseño<sup>1</sup> se define como el proceso previo de configuración mental, "pre-figuración", en la búsqueda de una solución en cualquier campo. Utilizado habitualmente en el contexto de la industria, ingeniería, arquitectura, comunicación y otras disciplinas creativas.

### **6.2.2.2 Imagen**

Según el Diccionario de Publicidad y Diseño Gráfico (año 1999), dentro de la clasificación, que incluye imágenes visuales y mentales e imágenes aplicadas a la comunicación empresarial, tenemos: (a) la imagen gráfica: o grupo de imágenes visuales materiales de dos dimensiones generadas por medios artificiales como los grafismos, ilustraciones, fotografías, tipografía informática, etc.; (b) la imagen visual: que reproduce las apariencias ópticas de los elementos de la realidad, aun de manera abstracta, no realista (íconos); (c) la imagen material: formas de lo real percibidas por los sentidos en el mundo exterior; son imágenes materiales que proceden del mundo físico de los objetos; (d) la imagen mental: imágenes que resultan de experiencias externas, adaptadas por el individuo; (e) la imagen de empresa: subclase de imagen mental que transmite los valores psicológicos otorgados a una compañía y los deriva hacia sus productos y su gestión; (f) la imagen de marca (g) la imagen corporativa: imagen mental de una empresa generada principalmente por su sistema de signos gráficos y su acción en el medio. Incluye las dos clases de imágenes anteriores (h) la imagen global. La imagen, a diferencia del texto, puede significar varias cosas a la vez, puede ser percibida en un solo instante y tiene un alto poder connotativo y estético.

### **6.2.2.3 Diagramación**

Según el Diccionario de Publicidad y Diseño Gráfico (año 1999), es la disposición o estructura que reciben los elementos de un diseño sobre una superficie plana. Para facilitar la diagramación ideal se utiliza una cuadrícula o maqueta de base.

### **6.2.2.4 Marketing**

Según el Diccionario de Publicidad y Diseño Gráfico (año 1999), la expresión inglesa marketing quiere significar cualquier acción iniciada en las empresas y dirigida a influir en los mercados de una manera favorable para ellas. Tiene por objeto el estudio de todas las variables que directa o indirectamente inciden sobre el mercado, y que son: el producto, el precio, la distribución y el punto de venta, la publicidad y las relaciones públicas. Toda esta materia debe cumplir dos condiciones: que se obtenga la satisfacción de los consumidores y una rentabilidad para la empresa.

### **6.2.2.5 Color**

El color, según Sir Isaac Newton, es una sensación que se produce en respuesta a una estimulación nerviosa del ojo, causada por una longitud de onda luminosa. El ojo humano interpreta colores diferentes dependiendo de las distancias longitudinales.

El color nos produce muchas sensaciones, sentimientos, diferentes estados de ánimo, nos transmite mensajes, nos expresa valores, situaciones y sin embargo... no existe más allá de nuestra percepción visual.

El color ha sido estudiado, por científicos, físicos, filósofos y artistas. Cada uno en su campo y en estrecho contacto con el fenómeno del color, llegaron a diversas conclusiones,

muy coincidentes en algunos aspectos o bien que resultaron muy satisfactorias y como punto de partida para posteriores estudios <http://www.fotonostra.com/grafico/elcolor.htm>

#### **6.2.2.6 Diseño gráfico**

Según Gabin Ambrose y Niguel Aono en su libro Bases del Diseño Gráfico (Junio 2011 Parramon Ediciones), el Diseño Gráfico consiste en representar visualmente mensajes específicos para un público determinado. Para ello es fundamental tener en cuenta el significado atribuido a los distintos elementos visuales (p. ej., el texto, las imágenes y las ilustraciones).

El diseño es un proceso lineal dividido en distintas fases (pensar, conceptualizar, realizar marcas, revisar, desarrollar, implementar y evaluar) y, a medida que se avanza por ellas, es necesario ir guardando todo el trabajo realizado. El diseñador gráfico debe disponer de un sistema de archivo, almacenamiento y obtención de la información organizado que se adapte a sus preferencias personales. El estudio de estos sistemas va más allá del ámbito de este libro.

#### **6.2.2.7 Banner**

Display que suele consistir en un cartel simple o doble, legible por uno o ambos lados, sostenido por una cuerda, alambre o pedestal. Encabezamiento de anuncio que abarca un gran espacio. Publicidad en forma de gráfica utilizada en una página de internet. Normalmente posee un link direccionado hacia un site promocional o que traiga más información sobre el producto mencionado en la publicidad.

### **6.2.2.8 Programa Photoshop**

Adobe Photoshop es un editor de gráficos rasterizados desarrollado por Adobe Systems. Usado principalmente para el retoque de fotografías y gráficos, su nombre en español significa literalmente "taller de fotos". Es líder mundial del mercado de las aplicaciones de edición de imágenes y domina este sector de tal manera que su nombre es ampliamente empleado como sinónimo para la edición de imágenes en general.

[https://es.wikipedia.org/wiki/Adobe\\_Photoshop](https://es.wikipedia.org/wiki/Adobe_Photoshop)

## **6.3 Ciencias auxiliares, teorías y tendencias:**

### **6.3.1 ciencias:**

#### **6.3.1.1 Semiología de la imagen**

La semiología fue definida y estudiada por Ferdinand Saussure en Ginebra, en 1908, como "la ciencia que estudia la vida de los signos en el seno de la vida social", haciéndola depender de la psicología general y siendo su rama más importante la lingüística.

#### **6.3.1.2 Sociología**

Es la ciencia social que estudia los fenómenos colectivos producidos por la actividad social de los seres humanos, dentro del contexto histórico-cultural en el que se encuentran inmersos.

<https://es.wikipedia.org/wiki/Sociolog%C3%ADa>

#### **6.3.1.3 Psicología del color**

Es un campo de estudio que está dirigido a analizar el efecto del color en la percepción y la conducta humana. Desde el punto de vista estrictamente médico, todavía es una ciencia

inmadura en la corriente principal de la psicología contemporánea, teniendo en cuenta que muchas técnicas adscritas a este campo pueden categorizarse dentro del ámbito de la medicina alternativa.

Sin embargo, en un sentido más amplio, el estudio de la percepción de los colores constituye una consideración habitual en disciplinas como el diseño, la arquitectura, la moda, la señalética, la publicidad y el arte.

[http://es.wikipedia.org/wiki/Psicolog%C3%ADa\\_del\\_color](http://es.wikipedia.org/wiki/Psicolog%C3%ADa_del_color)

#### **6.3.1.4 Psicología del consumidor**

Es la disciplina que estudia el comportamiento del consumidor y los aspectos que influyen en la decisión del consumidor.

<http://psicologosenlinea.net/911-psicologia-del-consumidor-definicion-de-psicologia-del-consumidor-segun-algunos-autores-y-factores-que-influyen-en-el.html>

#### **6.3.1.5 Semiótica**

En el libro “Bases del diseño gráfico” (Junio 2011 Parramon Ediciones), Charles Sanders Peirce (1839-1914), define la semiótica como la ciencia de los signos, pues afirmaba que los signos adoptan la forma de palabras, imágenes, sonidos, olores, sabores, acciones y objeto. No obstante carecen de significado hasta que se les atribuye uno.

Modelo “diádico” Significante y significado, según Saussure el signo está formado por dos componentes: el significante y el significado. El signo solo será posible cuando ambos se unan.

## **6.3.2 Artes:**

### **6.3.2.1 Artes tipográficas**

Definimos la tipografía como el arte o técnica de reproducir la comunicación mediante la palabra impresa, transmitir con cierta habilidad, elegancia y eficacia, las palabras.

La tipografía es el reflejo de una época. Por ello la evolución del diseño de las mismas responde a proyecciones tecnológicas y artísticas. El signo tipográfico se ha considerado como uno de los miembros más activos de los cambios culturales del hombre.

### **6.3.2.2 Fotografía**

Reproduce los haces de luz que refleja un objeto y distribuye estos haces entre lo que refleja la superficie iluminada y los que absorben las superficies oscuras, que en lenguaje técnico se conocen como medios tonos o escala de grises. A diferencia del grafismo, que puede representar elementos que no existen sino en la mente, la fotografía requiere siempre una imagen real, preexistente. La gran cualidad de la fotografía, comparada con las otras artes visuales, es la sensación de credibilidad que produce en el espectador.

## **6.3.3 Teorías:**

### **6.3.3.1 Teoría del color**

La teoría del color es un grupo de reglas básicas usadas en la mezcla de colores en el terreno de la pintura, el diseño gráfico, la fotografía y la televisión. Mediante el conocimiento y el uso de la mencionada teoría y aplicando el modelo de color correspondiente, se consiguen los efectos deseados mediante la combinación de colores ya sean colores-luz o colores-pigmento (sistemas aditivo y sustractivo)

### **6.3.3.2 Teoría de la gestalt**

El término Gestalt proviene del alemán y fue introducido por primera vez por Christian von Ehrenfels. No tiene una traducción única, aunque se entiende generalmente como 'forma'; sin embargo, también podría traducirse como 'figura', 'configuración', 'estructura' o 'creación'.<sup>1</sup>

La mente configura, a través de ciertas leyes, los elementos que llegan a ella a través de los canales sensoriales (percepción) o de la memoria (pensamiento, inteligencia y resolución de problemas). En nuestra experiencia del medio ambiente, esta configuración tiene un carácter primario por sobre los elementos que la conforman, y la suma de estos últimos por sí solos no podría llevarnos, por tanto, a la comprensión del funcionamiento mental. Este planteamiento se ilustra con el axioma: El todo es mayor que la suma de sus partes, con el cual se ha identificado con mayor frecuencia a esta escuela psicológica. Con ello pretende explicar que la organización básica de cuanto percibimos está en relación de una figura en la que nos concentramos, que a su vez es parte de un fondo más amplio, donde hay otras formas, o sea, todo lo percibido es mucho más que información llegada a los sentidos. Supone una corriente que contrarresta la visión Conductista que reduce al organismo a un simple emisor de respuestas.

### **6.3.4 Tendencias:**

#### **6.3.4.1 Vintage:**

A la hora de determinar el origen etimológico del término vintage que ahora nos ocupa tendríamos que dejar patente que emana del vocablo del francés antiguo vendage, que a su vez es fruto de la palabra latina vindemina.

El significado del concepto tiene una lógica. En la antigüedad, las bodegas usaban el término para nombrar a los vinos que producían con sus mejores cosechas y que eran añejados. La idea de vintage después se extendió a otros productos, sobre todo a aquellos relacionados con la moda o el diseño.

Hoy en día se habla de vintage como un estilo retro o clásico. Las creaciones vintage intentan recrear o imitar productos antiguos que siguen siendo valorados. Otros productos vintage son verdaderamente añejos (como vestidos de colecciones de años anteriores, zapatillas de segunda mano, etc.).

#### **6.3.4.2 Correo directo:**

El correo directo ha sido un medio de promoción y ventas que ha venido usándose desde hace tiempo. Consiste en el envío por servicio postal de un sobre conteniendo: publicidad, ofertas, presentaciones de la empresa o invitaciones. El concepto tradicional de correo ha sido usando cartas, sin embargo, ahora tenemos Internet y el correo electrónico.

#### **6.3.4.3 Redes sociales:**

Son sitios web que ofrecen servicios y funcionalidades de comunicación diversos para mantener en contacto a los usuarios de la red. Se basan en un software especial que integra numerosas funciones individuales: blogs, wikis, foros, chat, mensajería, etc. en una misma interfaz y que proporciona la conectividad entre los diversos usuarios de la red.

Son redes de relaciones personales, también llamadas comunidades, que proporcionan sociabilidad, apoyo, información y un sentido de pertenencia e identidad social.

Son grupos de personas con algunos intereses similares, que se comunican a través de proyectos.



Existe un cierto sentido de pertenencia a un grupo con una cultura común: se comparten unos valores, unas normas y un lenguaje en un clima de confianza.

Se utilizan las mismas infraestructuras telemáticas, generalmente basadas en los servicios de software social, que permite comunicaciones de uno a todos y de uno a uno.

Algunos de sus miembros realizan actividades para el mantenimiento del grupo.

Se realizan actividades que propician interacciones entre los integrantes que proporcionan ayuda emotiva y cognitiva

# Capítulo VII

Proceso de diseño y propuesta preliminar

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

La propuesta de diseño consiste en la elaboración de un boletín que se enviará a través del correo electrónico y una serie de imágenes que se publicarán en una fanpage de facebook para dar a conocer la marca, informar sobre los servicios con los que cuenta la Clínica Dental y ofrecer promociones.

Los conceptos relacionados con el producto o servicio se aplicaron en la elaboración del contenido de las imágenes que informarán sobre los tratamientos con los que cuenta la Clínica Artes Dentales.

Los conceptos fundamentales relacionados con la comunicación y el diseño, se aplicaron en la elaboración de los mensajes gráficos que darán a conocer la marca y las promociones.

Las Ciencias auxiliares, artes y tendencias, se aplicaron en la elección de las imágenes y la iconografía que contienen los mensajes, así como en la aplicación de la tendencia vintage a las piezas diseñadas.

## **7.2 Conceptualización**

### **7.2.1 Método:**

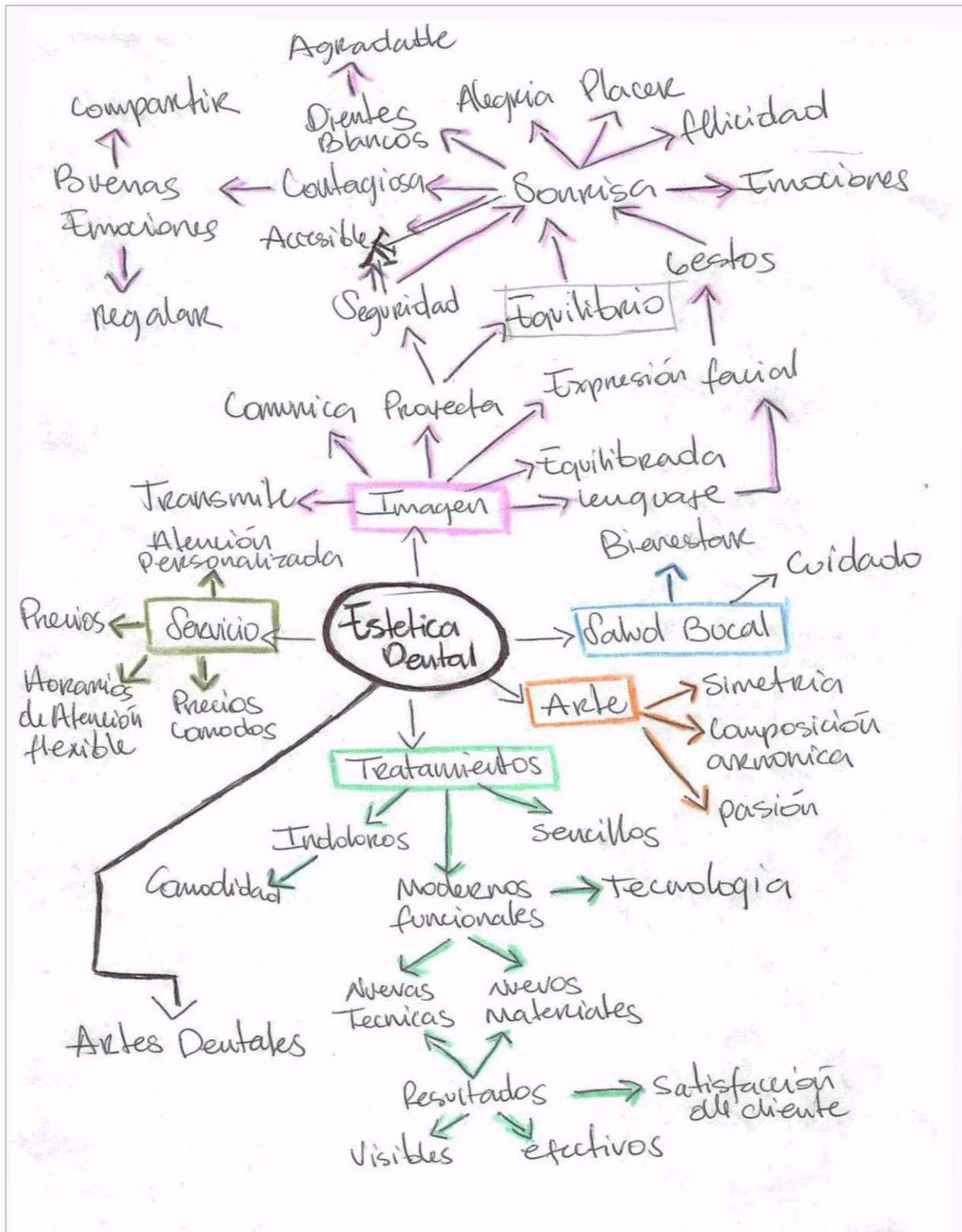
Para definir las ideas y estructurar el mensaje gráfico y textual que fundamenta esta propuesta se utilizó el método de Mapas Mentales, que consiste en una técnica gráfica que permite acceder al potencial del cerebro a través de procesos de pensamiento asociativo que proceden de un punto central, esta técnica fue popularizada por Tony Buzan.

#### **7.2.1.1 Aplicación del método**

Procedimiento del método Mapas Mentales:

1. Se tomó una hoja de papel y se colocó al centro el tema principal: Estética Dental.
2. Derivado del tema central irradian los subtemas principales que se relacionan con el mismo: Imagen, Salud Bucal, Arte, Tratamientos y Servicio.
3. De los Subtemas surgen palabras claves que se colocaron con líneas alrededor de cada uno tal como se muestra en la imagen siguiente.

**Esquema 4: Mapa mental**



Después de haber realizado el mapa mental, se generó a través de un procedimiento de lluvia de ideas un listado de frases que servirá para definir el concepto creativo para las piezas gráficas.

- Con Artes Dentales, Sin Artes Dentales, tú eliges
- Con Artes Dentales regala sonrisas
- Regala y contagia sonrisas
- Regala sonrisas al mundo
- Proyecta una buena imagen con tu sonrisa
- Artes Dentales + tecnología = muchas sonrisas
- Con una sonrisa proyectas todo lo bueno de ti
- Contagia al mundo lo mejor de ti
- Tú eliges que quieres proyectar
- Tu imagen comunica
- Libera todo el estrés sonriendo
- Una sonrisa dice más que mil palabras

### 7.2.2 Definición del concepto

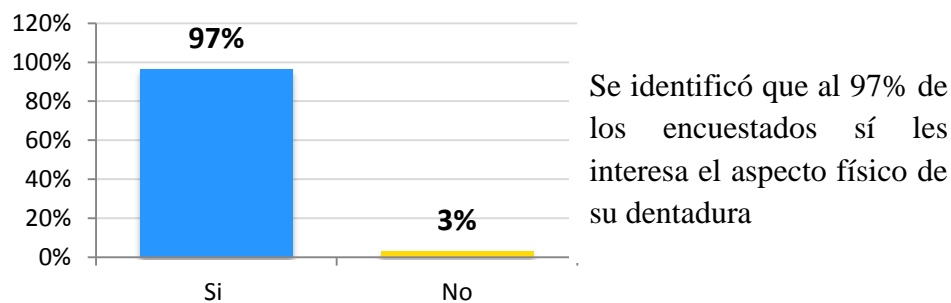
En la actualidad el marketing estratégico busca llegar a las emociones del cliente por lo que después de utilizar los métodos creativos “mapas mentales y lluvia de ideas” se definió el concepto “**Regalar y contagiar sonrisas**”, el que se utilizará de forma implícita en la creación del material publicitario digital, ya que varios estudios científicos han descubierto el poder de esta expresión, tanto el bienestar interno para la persona que la emite como para la persona que se contagia a través del mensaje positivo que conlleva una sonrisa.

### 7.2.3 Investigación previa a la propuesta gráfica

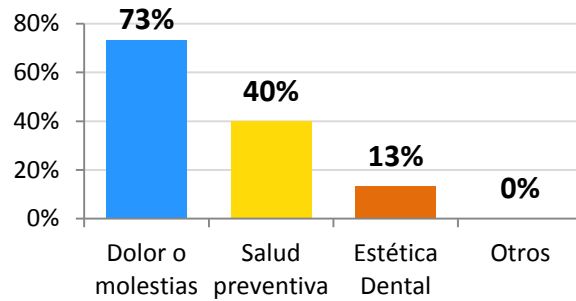
Previo a la elaboración del bocetaje se elaboró una encuesta dirigida al grupo objetivo, con el fin de validar la carencia del material publicitario solicitada por el cliente e identificar alguna otra, por lo que se obtuvieron los siguientes resultados:

#### Sobre la Clínica y los servicios odontológicos estéticos

##### ¿Le preocupa el aspecto físico de su dentadura?

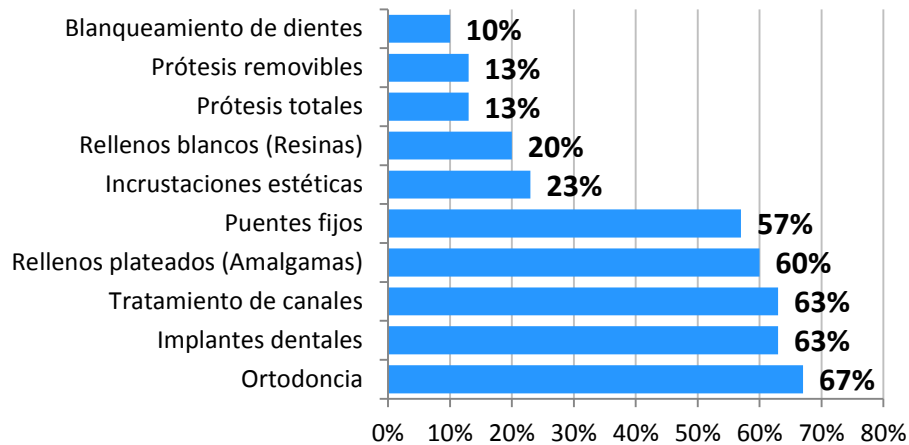


### ¿Por qué motivo ha visitado una clínica dental?



Solo un 13% de las personas visitan una clínica dental por Estética Dental.

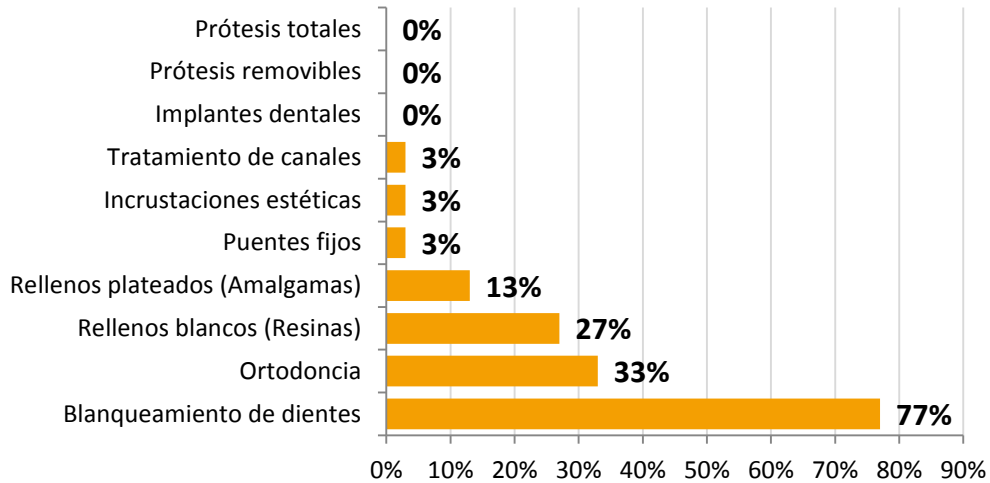
### ¿De qué servicios de estética dental conoce el procedimiento?



60 y 67% de los encuestados conocen de algunos tratamientos de estética dental (Ortodoncia, Tratamiento de canales, rellenos blancos y plateados y blanqueamiento de dientes, y el restante 37% desconoce totalmente sobre algún procedimiento.

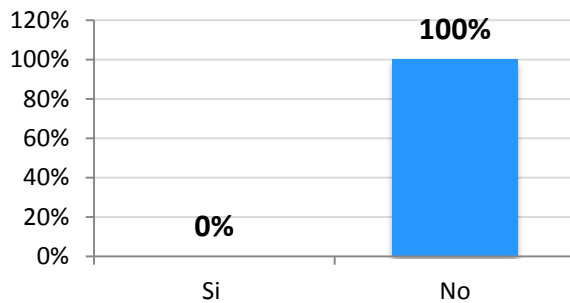


**¿Cuál de los siguientes tratamientos de estética dental le gustaría realizarse?**



Al 76% de los encuestados les gustaría realizarse un blanqueamiento de dientes.

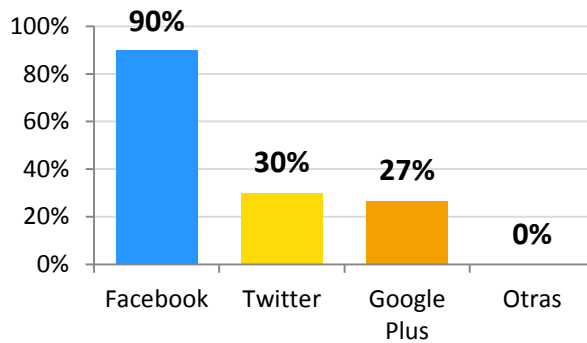
**¿Conoce o ha escuchado sobre la clínica Artes Dentales?**



El 100% de los encuestados desconoce la Clínica Artes Dentales.

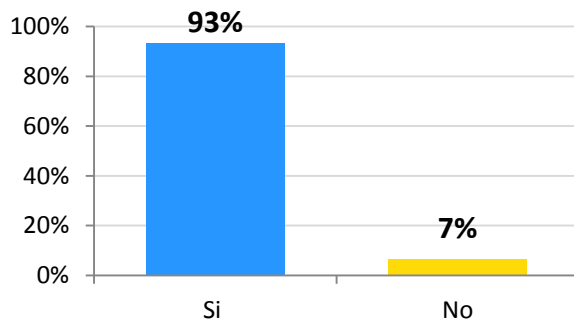
## Sobre el medio publicitario en el cual se comunicara al grupo objetivo

¿Cuál de las siguientes redes sociales utiliza con más frecuencia?



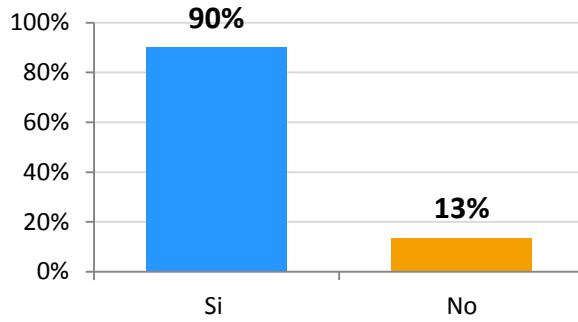
El 90% de los encuestados utiliza la red social Facebook.

¿Le gustaría encontrar información y promociones sobre tratamientos dentales en las redes sociales?



Al 93% de los encuestados les gustaría encontrar información y promociones sobre los tratamientos dentales en redes sociales.

**¿Le gustaría recibir información y promociones a través de su correo electrónico?**



Al 90% de los encuestados les gustaría recibir información y promociones a través del correo electrónico.

Según los resultados obtenidos, se identificó que efectivamente el grupo objetivo desconoce sobre los servicios estéticos dentales, por ende la razón principal por la que consultan una clínica dental es por dolencias y salud preventiva. Asimismo se puede observar que desconocen totalmente acerca de la Clínica Artes Dentales, también se detectó que la red social que más utiliza es Facebook y que sí les interesa recibir promociones a través de esta red y del correo electrónico.

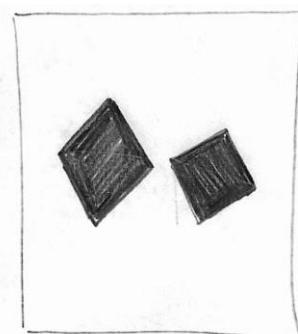
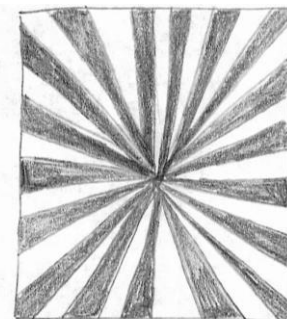
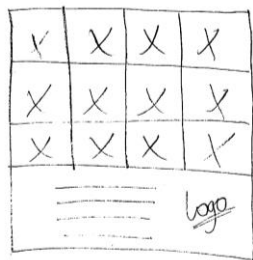
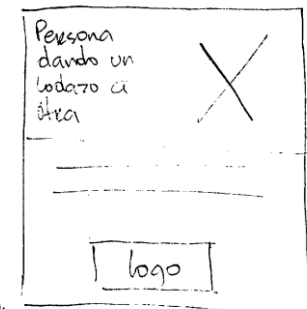
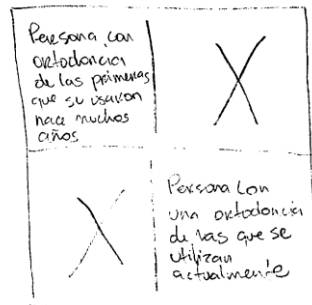
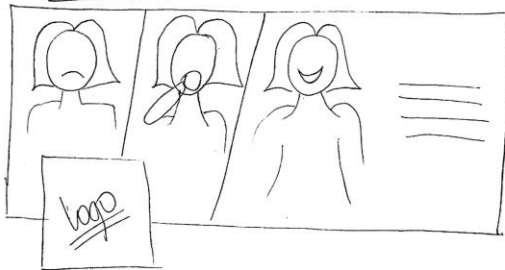
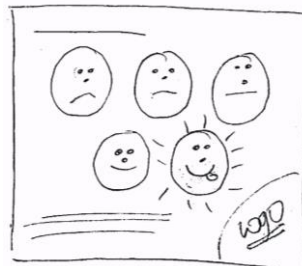
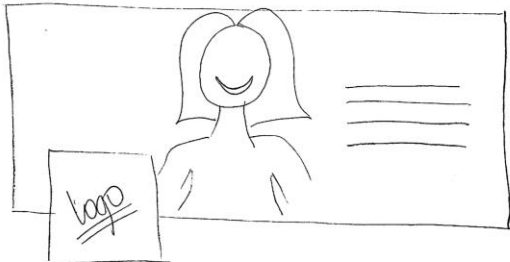
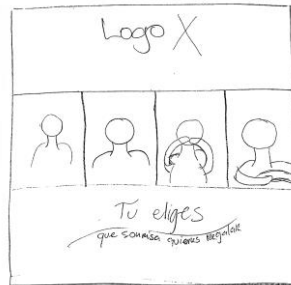
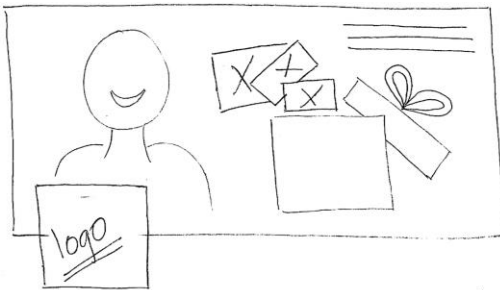
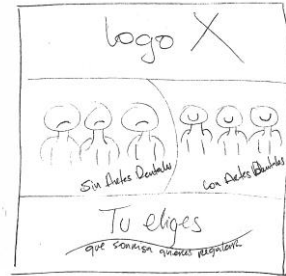
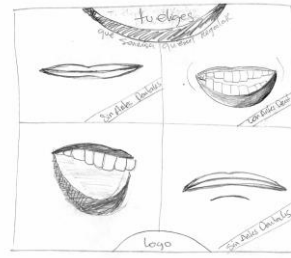
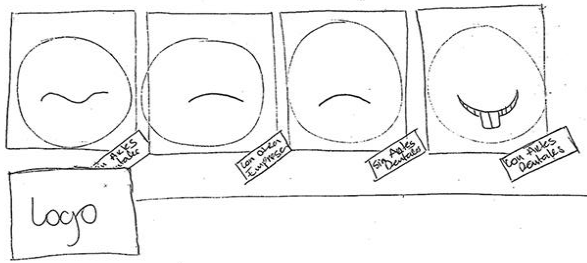
**7.3 Bocetaje**

**7.3.1 Tabla de requisitos**

<b>Elemento gráfico</b>	<b>Propósito</b>	<b>Técnica</b>	<b>Emoción</b>
Colores	Utilizar colores verde azulado, rosado y morado para los textos.	Colores que combinan con la tendencia Vintage, estos se aplicarán utilizando el programa Photoshop.	Equilibrio, estabilidad, alegría juvenil, dominio, profundidad y experiencia

Colores de fondo	Utilizar Tonalidades de marrón y amarillo claro para los fondos.	Colores que se utilizan en la tendencia Vintage, estos se aplicarán utilizando el programa Photoshop.	Transmiten una emoción de equilibrio y a la vez el receptor puede percibirlo como moderno por ser una tendencia que es utilizada en la actualidad.
Tipografías	La tendencia Vintage incluye la combinación de distintos tipos de letra para la elaboración del mensaje gráfico.	En el programa Photoshop se aplicarán tipografías Sans Serif y caligráficas.	Transmitir una composición retro pero a la vez moderna, ya que es una tendencia de moda en la actualidad.
Figuras	Colocar formas geográficas decorativas, las cuales forman parte de la tendencia Vintage.	En el programa Photoshop: se dibujarán en 2 tamaños la figura rombo y se colocarán linealmente de forma horizontal.	Emoción de alegría.
Imágenes	Fotografías con expresiones que transmitan emociones.	Photoshop: limpiar el fondo de las imágenes dejando el contorno de la persona.	Varias emociones negativas y una positiva que represente el positivismo y la alegría de regalar una sonrisa.
Caja de regalo	Elemento gráfico que se utilizará para representar el mensaje principal de regalar sonrisas.	En el programa Illustrator se dibujará la caja y una moña que estará en la tapadera de la misma.	Alegría de regalar.
Post It y caritas	Elaborar el mensaje gráfico a través de estos varios post It y caritas de dibujo	En el programa Illustrator se dibujará el Post It y en el programa Photoshop se agregarán detalles para crear un efecto 2D.	Distintas actitudes que las personas adquieren conforme pasan los días hasta llegar a la actitud positiva que transmita una emoción de alegría.

### 7.3.2 Bocetos a base de dibujo natural



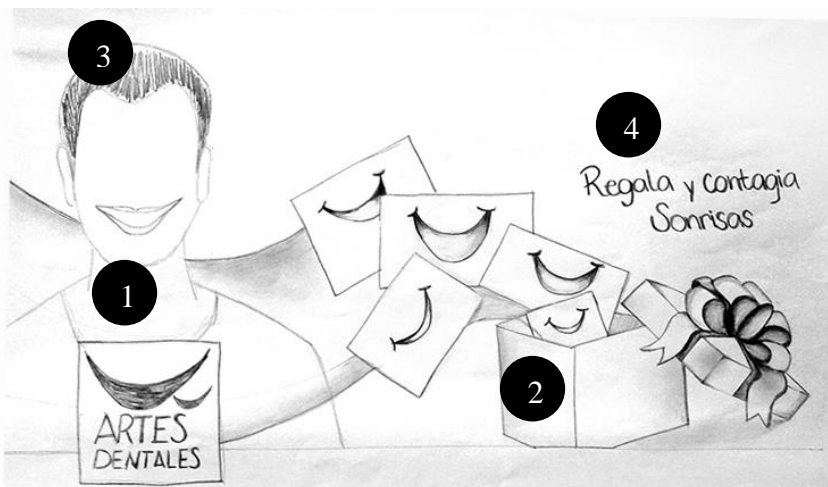
### 7.3.3 Proceso de bocetaje formal en base a la diagramación de dibujo técnico



Dimensiones: 400 x 600 píxeles

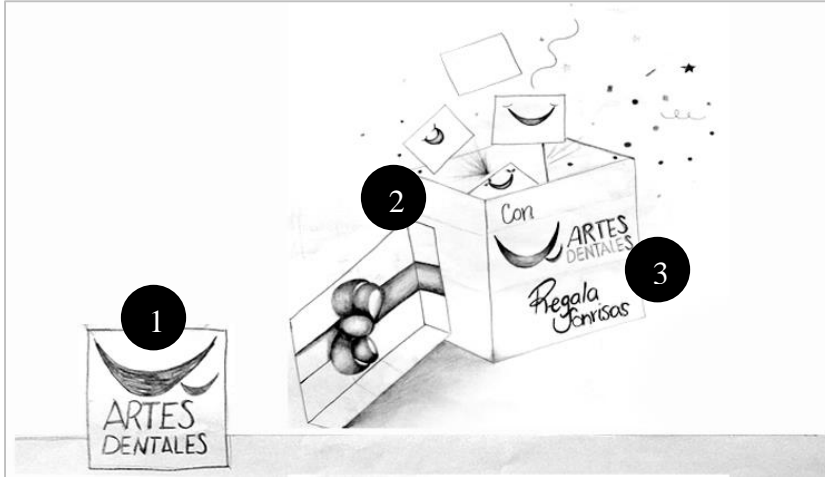
1. Con las tipografías Gill Sans y Bildrs of paradise se colocará el mensaje.
2. Caja de regalo de donde salen imágenes de sonrisas con confeti en forma de texto que dice sonrisas.
3. Logotipo
4. Acceso a facebook

### Propuestas para portada de fan page



Dimensiones: 1181 x 441 píxeles

1. Logotipo
2. Imagen caja de regalo y sobre esta salen imágenes de sonrisas
3. Imagen de persona sonríe naturalmente
4. Mensaje con tipografías Gill Sans



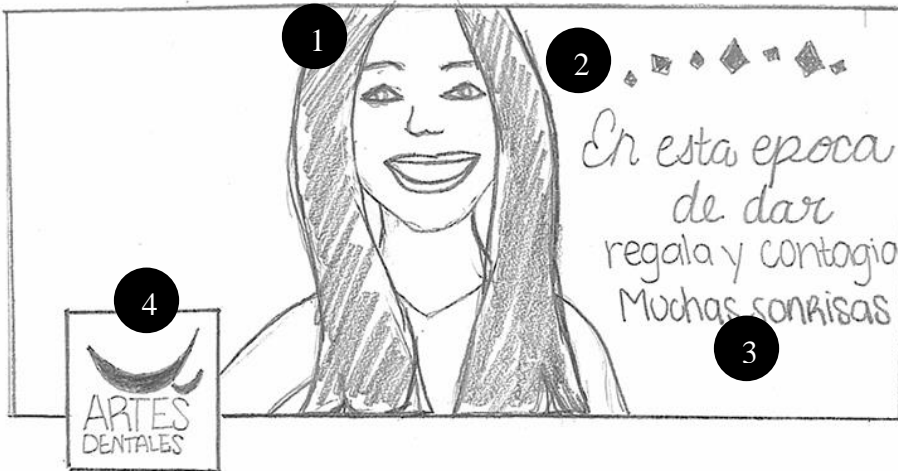
**Dimensiones: 1181 x 441 píxeles**

1. Logotipo.
2. Caja de regalo de la que salen imágenes de sonrisas y confeti.
3. Mensaje con tipografías Gill Sans y Bildrs of paradise



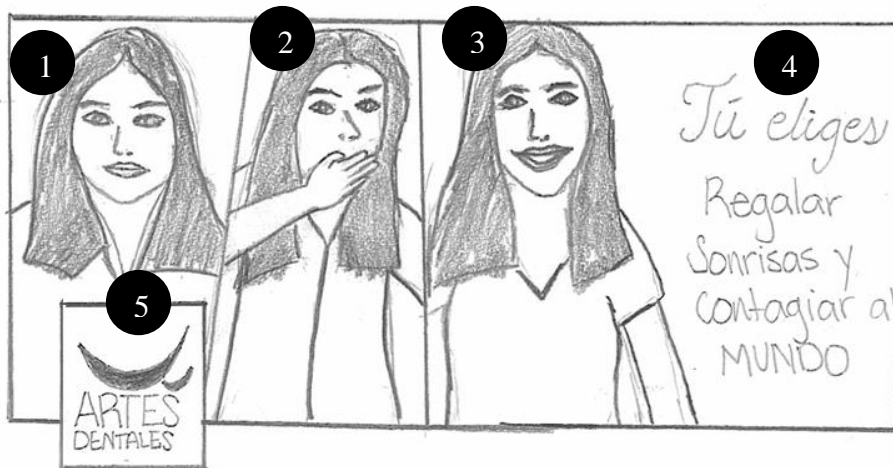
**Dimensiones: 1181 x 441 píxeles**

1. Logotipo
2. Persona que sonríe y sostiene una caja de regalo.
3. Mensaje con tipografías Gill Sans y Bildrs of paradise



**Dimensiones: 400 x 600 píxeles**

1. Imagen de persona sonriendo
2. Decoración que forma parte de la tendencia vintage
3. Mensaje con las tipografías Gill Sans y Bildrs of paradise

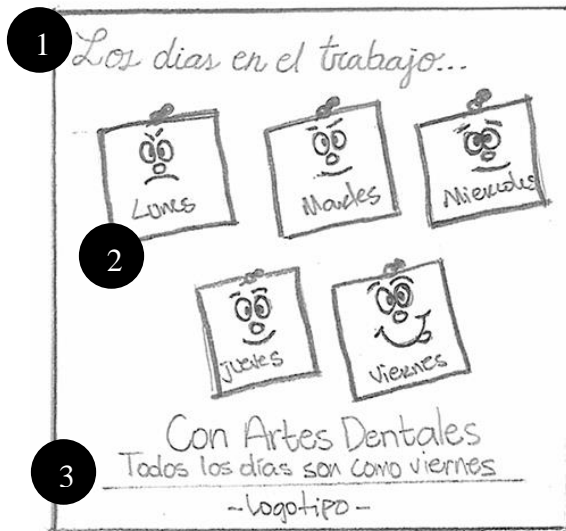


**Dimensiones: 400 x 600 píxeles**

1. Imagen de persona enojada
2. Imagen de persona sonríe y cubre su sonrisa
3. Imagen de persona sonriendo naturalmente
4. Mensaje con tipografías Gill Sans y Bildrs of paradise
5. logotipo



## Propuestas de contenido

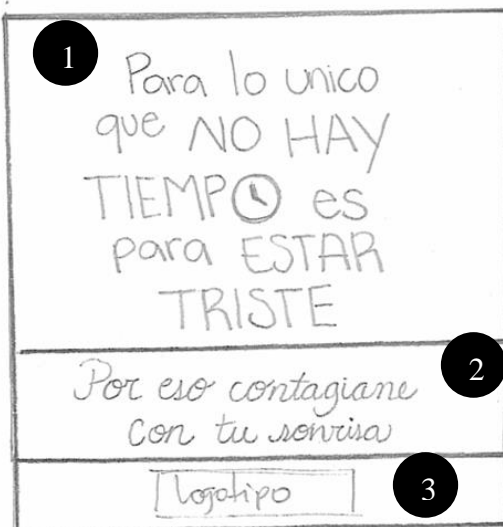
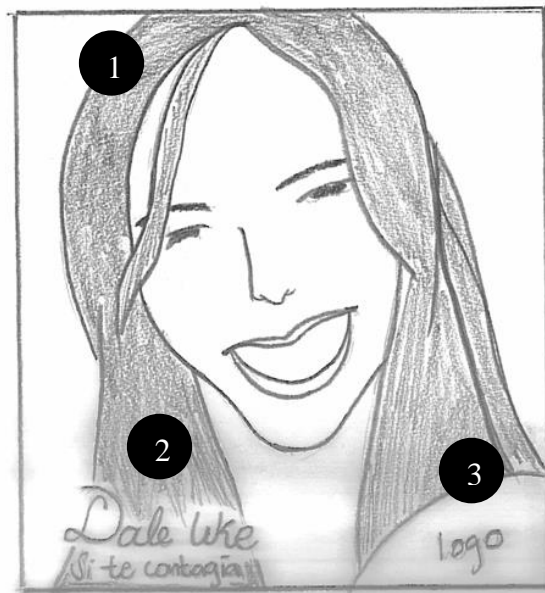


**Dimensiones:** 400 x 600 píxeles

1. Texto de introducción
2. Post it con caritas y los días de la semana.
3. Mensaje con tipografías Gill Sans y Bildrs of paradise
4. Logotipo

**Dimensiones:** 400 x 600 píxeles

1. Texto de introducción
2. Post it con caritas y los días de la semana.
3. Mensaje con tipografías Gill Sans y Bildrs of paradise
4. Logotipo



**Dimensiones:** 400 x 600 píxeles

1. Texto
2. Mensaje con tipografías Gill Sans y Bildrs of paradise
3. Logotipo



**Dimensiones:** 400 x 600 píxeles

1. Imágenes varias
2. Imagen de persona sonriendo naturalmente
3. Texto promocional con tipografías Gill Sans y Bildrs of paradise

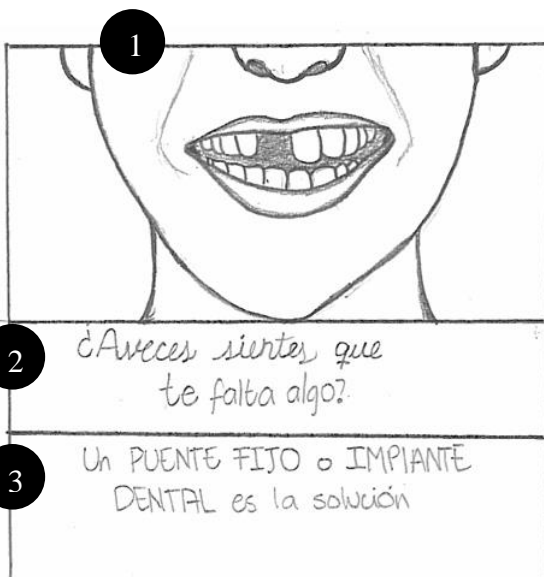
**Dimensiones:** 400 x 600 píxeles

1. Imagen persona con dientes amarillos
2. Texto complementario de la imagen
3. Nombre del servicio
4. Texto de promoción con tipografías Gill Sans y Bildrs of paradise
5. Logotipo



**Dimensiones:** 400 x 600 píxeles

1. Imagen persona sin un diente
2. Texto complementario de la imagen con tipografías Gill Sans y Bildrs of paradise
3. Nombre del servicio





**Dimensiones:** 400 x 600 píxeles

1. Imagen de dos personas jugando futbol y una golpeando a la otra.
2. Texto complementario de la imagen con tipografías Gill Sans y Bildrs of paradise.
3. Nombre del servicio.

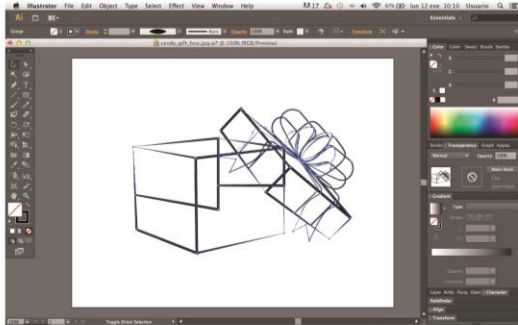
**Dimensiones:** 400 x 600 píxeles

1. Nombre del servicio.
2. Imagen de persona con ortodoncia de las que se utilizaban hace muchos años y lentes.
3. Texto complementario de la imagen con tipografías Gill Sans y Bildrs of paradise.
4. Imagen de persona que sonríe naturalmente.
5. Texto complementario de la imagen con tipografías Gill Sans y Bildrs of paradise.

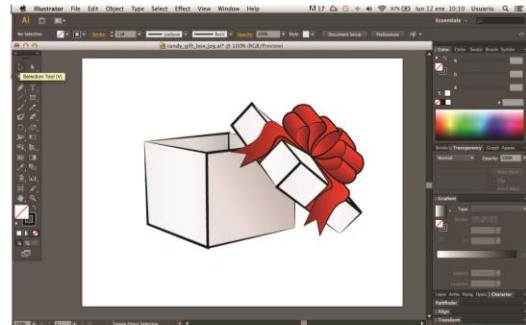


## 7.3.4 Proceso de digitalización de los bocetos

### 7.3.3.1 Pieza gráfica para el correo electrónico



Dibujo de caja de regalo en programa Illustrator.



Aplicación de colores a caja de regalo en programa Illustrator.



Montaje de la caja de regalo en el diseño de la pieza en programa Photoshop.



Digramación del texto y demas elemento en programa Photoshop.



**Dimensiones:** 400 x 600 píxeles

**Formato:** JPG

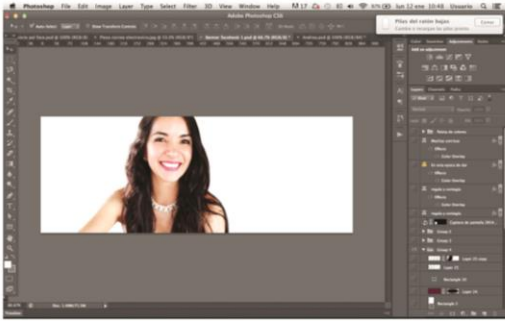
### 7.3.4.1 Piezas gráficas para la portada de la fan page de “Facebook”



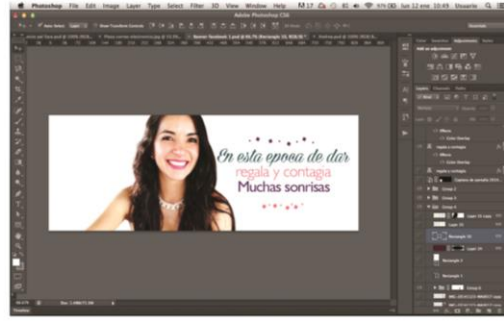
Fotografía.



Tratamiento de imagen (eliminación del fondo e iluminación) en programa Photoshop.



Montaje de la imagen en el diseño de la pieza gráfica en programa Photoshop.



Diagramación del texto y diseño de elementos en programa Photoshop.



**Dimensiones:** 1181 x 441 píxeles

**Formato:** JPG



Fotografías.



Tratamiento de imagen (eliminación del fondo e iluminación) en programa Photoshop.



Diagramación del texto y diseño de elementos en programa Photoshop.



**Dimensiones:** 1181 x 441 píxeles

**Formato:** JPG

### 7.3.4.2 Piezas para contenido



Diagramación de imágenes en Programa Photoshop.

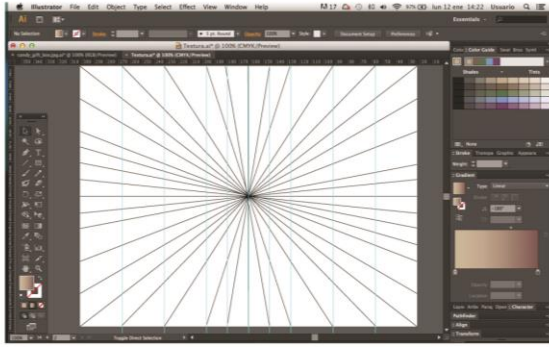


Identificación de cada imagen con letras y diagramación de textos en Programa Photoshop.



**Dimensión:** 500 x 500 píxeles

**Formato:** JPG



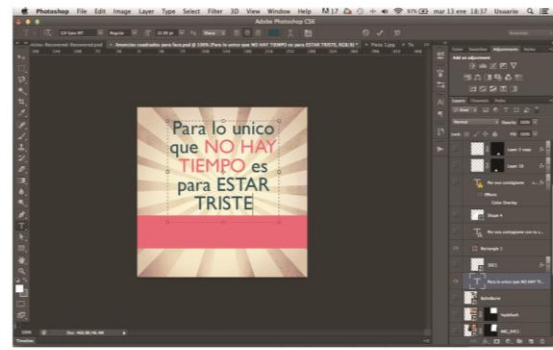
Dibujo de líneas para crear la textura en programa Illustrator.



Aplicación de color en líneas en programa Illustrator



Aplicación de color de fondo y efecto de textura en programa Photoshop.



Colocación de textura de fondo y diagramación de textos.



**Dimensión:** 500 x 500 píxeles

**Formato:** JPG





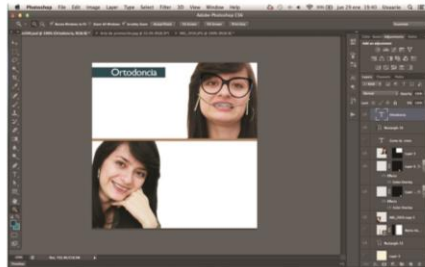
Fotografía.



Colocación de elementos (lentes y Brackets) en programa Photoshop



Fotografía.



Diagramación de imágenes en programa Photoshop.



Diagramación de textos y elementos en programa Photoshop.

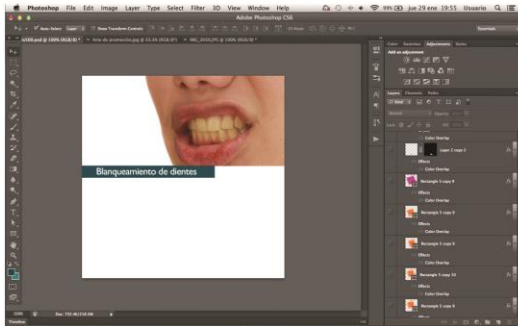


**Dimensión:** 500 x 500 píxeles

**Formato:** JPG



Fotografía.



Edición de imagen en programa Photoshop y aplicación de color amarillo en los dientes.

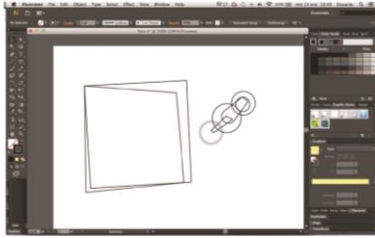


Diagramación de textos y elementos en programa Photoshop.

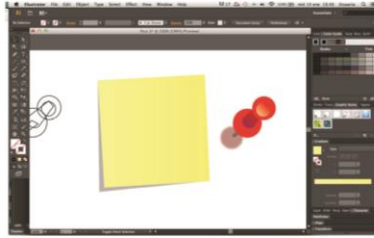


**Dimensión:** 500 x 500 píxeles

**Formato:** JPG



Dibujo lineal del post it en programa Illustrator



Aplicación del color y efectos en programa Illustrator.



Integración de elementos en programa Illustrator.



Diagramación de elementos en programa Photoshop.

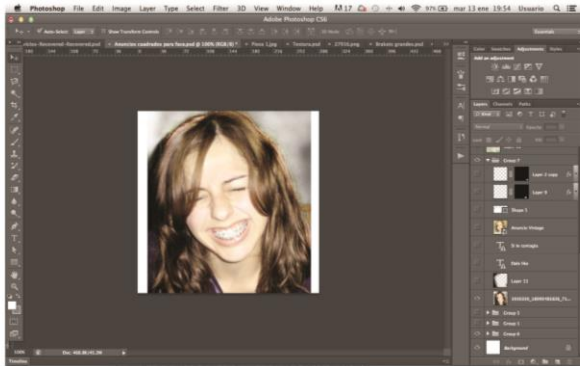


Diagramación de textos en programa Photoshop.

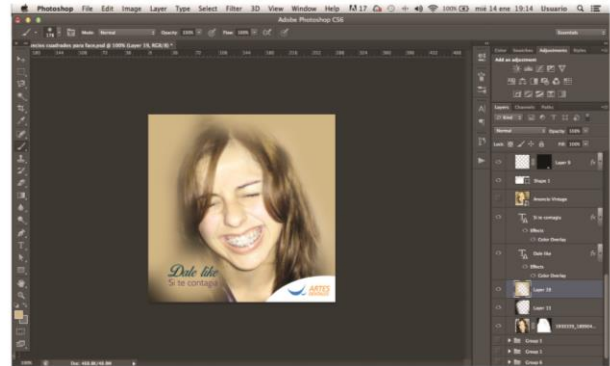


**Dimensión:** 500 x 500 píxeles

**Formato:** JPG



Colocación de fotografía en programa Photoshop.



Retoque de fotografía, diagramación de textos y elementos en programa Photoshop.



**Dimensión:** 500 x 500 píxeles

**Formato:** JPG



Fotografía.



Edición de imagen en programa Photoshop.



Aplicación de color en programa Photoshop.



Diagramación de textos y elementos en programa Photoshop.

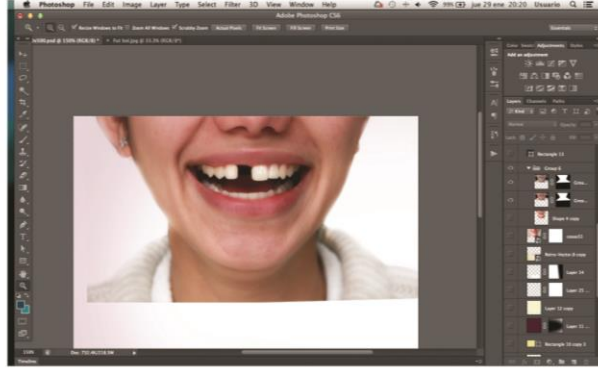


**Dimensión:** 500 x 500 píxeles

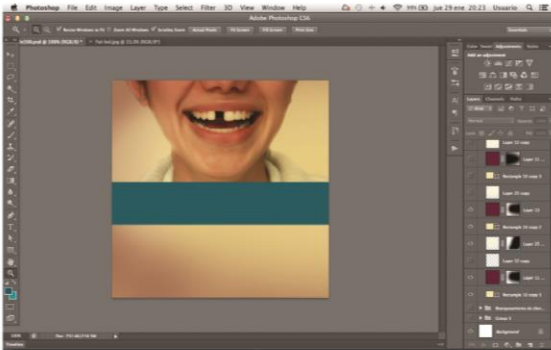
**Formato:** JPG



Fotografía.



Edición de imagen en programa Photoshop.



Aplicación de color en programa Photoshop.



Diagramación de textos y elementos en programa Photoshop.



**Dimensión:** 500 x 500 píxeles

**Formato:** JPG

## 7.4 Propuesta preliminar

Se elaboró una serie de piezas gráficas para colocar en la portada de la fan page y para el contenido de la misma, asimismo se elaboró una programación para la publicación periódica, que tiene una duración de 1 mes.

### 7.4.1 Pieza gráfica para el correo electrónico



**Dimensiones: 400 x 600 píxeles**

**Formato: JPG**

**Descripción:** El diseño de esta imagen tiene como objetivo invitar al cliente a ingresar a la fan page de “Facebook” en la que encontrará promociones e información sobre los servicios que brinda la Clínica Artes Dentales.

Al inicio se encuentra el mensaje textual del concepto de la campaña “Regala y contagia sonrisas, que se complementó con la frase “en esta época de dar”, por ser una época festiva en donde se acostumbra a regalar. Luego se colocó una caja de regalo de donde salen sonrisas con el objetivo de complementar gráficamente el concepto. En la parte de abajo se encuentra el logotipo y la opción **INGRESA**, con un link direccionado a la fan page.

#### **7.4.2 Piezas gráficas para la portada de la fan page de “Facebook”**



**Dimensiones:** 1181 x 441 píxeles

**Formato:** JPG

**Descripción:** Al ingresar a la fan page de Facebook, el cliente encontrará esta imagen que será el primer contacto visual con la marca Artes Dentales.



Con el propósito de conectar esta pieza gráfica con la del correo electrónico, se colocó nuevamente el texto “en esta época de dar” y la frase conceptual “regala y contagia muchas sonrisas” y se agregó la fotografía de una persona que representa el mensaje de sonreír.

El logotipo se encontrará ubicado en el área de la plantilla de la fan page que permite agregar una imagen para el perfil de la misma.



**Dimensiones:** 1181 x 441 píxeles

**Formato:** JPG

**Descripción:** Esta pieza se elaboró para publicarla en la portada de la fan page de Facebook, terminados los 15 días de la pieza anterior.

Tiene como objetivo compartir un mensaje positivo con los usuarios a través de una sonrisa, ya que las imágenes representan 3 actitudes diferentes de una misma persona, siendo la última la más positiva e invitando al usuario a elegirla y así regalar y contagiar sonrisas al mundo.

El logotipo se encontrará ubicado en el área de la plantilla de la fan page que permite agregar una imagen para el perfil de la misma.

### 7.4.3 Piezas para contenido



**Dimensión:** 500 x 500 píxeles

**Formato:** JPG

**Descripción:** Esta pieza gráfica tiene como objetivo promocionar la Clínica Artes Dentales, se busca que el usuario de la fan page tenga una interacción con la marca.

Se colocaron varias fotografías que representan diferentes estados de ánimo en los que puede estar una persona; se agregaron algunas de animales para darle un poco de humorismo y se incluyeron dos fotografías de personas que sonríen con una bonita

dentadura, la cual deberá identificar el cliente para obtener el beneficio que se encuentra descrito en el texto.



**Dimensión:** 500 x 500 pixeles

**Formato:** JPG

**Descripción:**

Esta pieza representa el mensaje positivo que se quiere transmitir con la marca, se colocó el texto “para lo único que no hay tiempo es para estar triste”, y se concluye con la frase “por eso contágame con tu sonrisa”.



**Dimensión:** 500 x 500 píxeles

**Formato:** JPG

**Descripción:** Esta pieza gráfica tiene como objetivo informar sobre uno de los principales tratamientos de odontología estética que brinda la Clínica Artes Dentales.

En la parte superior se agregó un poco de humorismo, exagerando visiblemente cómo una persona cree que será su apariencia con un tratamiento de ortodoncia (se tomó de referencia los tratamientos que se aplicaban cuando la medicina no era tan avanzada). En la parte inferior se representa que con este tratamiento, la persona puede continuar sonriendo y siempre se verá bien.



**Dimensión:** 500 x 500 píxeles

**Formato:** JPG

**Descripción:** Esta pieza gráfica tiene como objetivo promocionar el servicio de blanqueamiento de dientes, que forma parte de la Odontología estética.

Se colocó una imagen en donde se puede observar, que tener una dentadura de color amarillenta no es estético y con la pregunta que la complementa se brinda la oportunidad de optar por el servicio de blanqueamiento de dientes. Asimismo, se ofrece una promoción de dos tratamientos por el precio de uno.



**Dimensión:** 500 x 500 píxeles

**Formato:** JPG

**Descripción:** Esta pieza gráfica representa el mensaje positivo de la marca plasmado en una imagen de una persona que sonríe naturalmente, en el mismo se busca llegar al usuario de la fan page y lograr con el mensaje “Dale like si te contagia” que interactúen con la marca.



**Dimensión:** 500 x 500 píxeles

**Formato:** JPG

**Descripción:** Esta pieza gráfica se elaboró con el objetivo de transmitir el mensaje positivo de la marca, en la misma se aplicó un tema relacionado con los días de la semana en el trabajo y se le dio un enfoque humorístico representando los días con gestos desde molesto hasta muy alegre. Se colocó la frase “Con Artes Dentales, todos los días son como viernes”, ya que las personas pueden elegir qué actitud quieren transmitir todos los días.



**Dimensión:** 500 x 500 píxeles

**Formato:** JPG

**Descripción:** Esta composición gráfica tiene por objetivo brindar un ejemplo gráfico de cómo una pieza dental puede sufrir un daño y el servicio que la puede reparar.

Se colocó una imagen donde un jugador de fútbol sufre un accidente en el que una pieza dental sufre un daño, Se colocó una frase para complementar la idea que se desea transmitir “Resultados del partido, diente roto” y finalmente se brinda el nombre del servicio (Incrustación estética) que puede reparar el daño causado.





**Dimensión:** 500 x 500 píxeles

**Formato:** JPG

**Descripción:** Esta composición tiene por objetivo mostrar un ejemplo gráfico de cómo se ve estéticamente la dentadura de una persona sin una pieza y ofrecer el servicio que puede solucionar este problema.

Se colocó la imagen de la sonrisa de una persona sin un diente y se complementó con una frase irónica. La idea que se desea transmitir, en la parte de abajo se colocaron los servicios “puentes fijos e implantes dentales”, que son la solución a este problema estético dental.

# Capítulo VIII

## Validación técnica

## **8.1 Población y muestreo**

La validación de este proyecto se llevó a cabo en la ciudad de Guatemala con una muestra de población de 55 personas que comprende autoridades, expertos en la materia y grupo objetivo. Para la selección de esta muestra se utilizó el muestreo no probabilístico discrecional, en que el investigador cree que algunos sujetos son más adecuados para la investigación que otros.

### **8.1.1 Grupo Objetivo (48 personas)**

Perfil del grupo objetivo, hombres y mujeres de 25 años en adelante, residentes de la ciudad capital de nivel socioeconómico medio bajo C- y C, con ingresos mensuales de Q8,000.00 en adelante.

### **8.1.2 Expertos en la Materia (5 personas)**

#### **María René Rodas García**

Edad: 29 años

Profesión: Licenciada en Diseño Gráfico

Puesto: Profesional de Publicidad y Diseño Gráfico

Experiencia en el mercado: 8 años

#### **Eddy Josue Flores**

Edad: 29 años

Profesión: Licenciado en Comunicación y Diseño Gráfico

Puesto: Director de arte

Experiencia en el mercado: 12 años

**Claudia de Álvarez,**

Edad: 32 años

Profesión: Licenciada en Diseño Gráfico

Puesto: Dueña y diseñadora de Claus Designo Invito

Experiencia en el mercado: 7 años

**Marlon Borrayo**

Edad: 45 años

Profesión: Licenciado en Diseño Gráfico y Docente universitario con Maestría en e-learning

Puesto: Gerente General

Experiencia en el mercado: 21 años de experiencia en Diseño Gráfico y 19 como docente.

**Max Pacay**

Edad: 38 años

Profesión: Licenciado en Diseño Gráfico, Comunicación y Publicidad

Puesto: Diseñador Comunicación Social Minfin

Experiencia en el mercado: 12 años

### **8.1.3 Personal y cliente de la Clínica Artes Dentales (2 personas)**

#### **Luis Ángel Grijalva**

Gerente de la Clínica Artes Dentales

#### **María José Morales**

Administradora de la Clínica Artes Dentales

### **8.2 Método e instrumentos:**

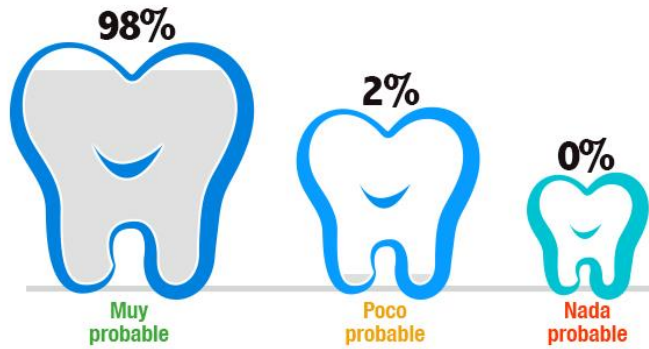
La metodología utilizada para la validación de las piezas de diseño con el cliente, el grupo objetivo y expertos en comunicación y diseño gráfico es la encuesta. En esta se busca obtener información a través de dos enfoques cuali y cuantitativo, y está dividida en tres partes: objetiva, semiológica y operativa.

Para obtener los resultados cuantitativos se utilizaron preguntas cerradas con el método de Escala Likert y en cuanto al enfoque cualitativo se incluyó al final de la encuesta un espacio para observaciones.

La encuesta se transmitió al grupo objetivo por medio de una herramienta digital de encuestas en línea; a los grupos de expertos en la materia y personal de la Clínica Artes Dentales y el cliente se hizo a través de una entrevista.

### **8.3 Resultados e interpretación de resultados:**

1. ¿Cree que es necesario elaborar material publicitario digital para promocionar los servicios odontológicos estéticos de la Clínica Artes Dentales?



El resultado de las gráficas muestra que el **98% de los encuestados considera que sí es necesario** elaborar material publicitario digital para promocionar los servicios de la Clínica Artes Dentales. Por lo que con esto se cumple el primer objetivo planteado en la presente investigación

2. ¿Considera que el correo electrónico es un medio adecuado para recibir publicidad sobre la fanpage de Clínica Artes Dentales?



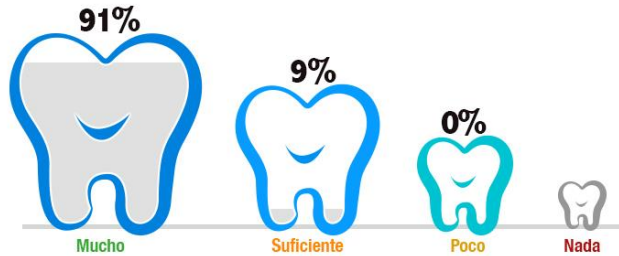
El **91% de los encuestados considera que el correo electrónico es un medio adecuado para recibir publicidad**, mientras que el restante 7% y 2% lo consideran poco y nada probable, respectivamente.

3. ¿Considera que las redes sociales son un buen medio para promocionar y dar a conocer los servicios de odontología estética que brinda la Clínica Artes Dentales?



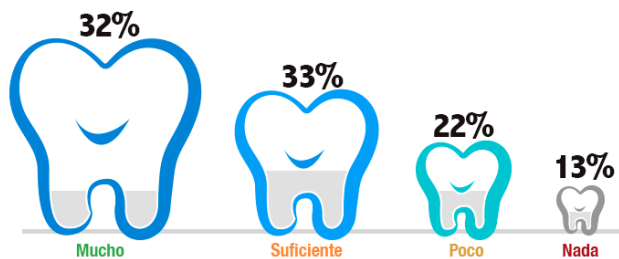
El **98%** de los encuestados considera que las **redes sociales son un buen medio para promocionar** y dar a conocer los servicios.

4. ¿Cree que la información que se publicara en la fanpage cumple el objetivo de informar y promocionar los servicios de odontología estética?



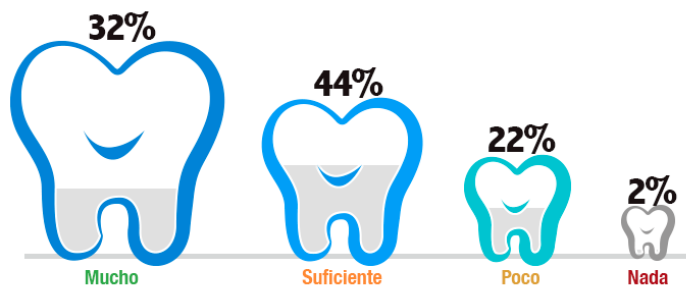
El 91% de los encuestados considera que la información que se publicará en la **fanpage**, cumple el objetivo de **informar y promocionar** los servicios y el restante 9% lo considera suficiente.

5. ¿El mensaje “regalar y contagiar sonrisas” lo asocia con una Clínica Dental?



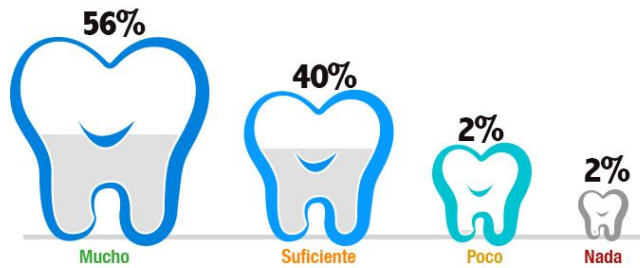
Solo 32% de los encuestados asoció el mensaje “regalar y contagiar sonrisas” con una clínica Dental, el 33% lo considera suficiente y el restante 22% y 13% lo asocia poco y nada, relativamente.

6. ¿Considera que se describen claramente los servicios de odontología estética propuestos en las piezas de contenido para la fanpage de Facebook?



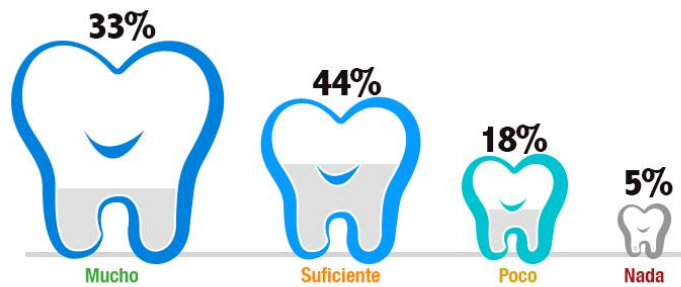
El 32% de los encuestados considera que se describen claramente los servicios, un 44% piensa que es suficiente y el 22%, poco y 2%, nada.

7. ¿La tipografía la encuentra clara y fácil de leer?



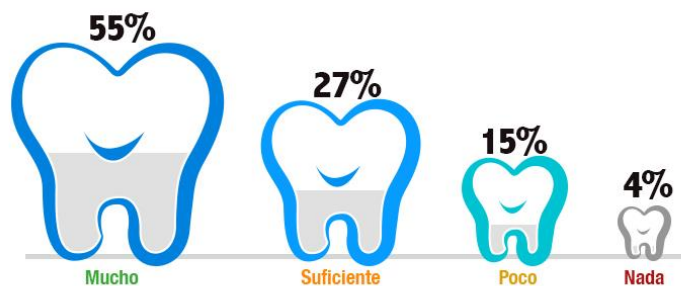
El **56%** y **40%** de los encuestados considera mucho y suficiente respectivamente, que **la tipografía la encuentra clara y fácil de leer** y el restante **2%** y **2%** poco y nada, respectivamente.

8. ¿El diseño de la imagen del correo electrónico le invita a ingresar a la fanpage de Facebook y conocer sobre los servicios?



El **33%** de los encuestados considera que la imagen del correo electrónico le invita mucho a ingresar a la fanpage, seguido de **44%** que lo considera suficiente y el restante **18%** y **5%** poco y nada, respectivamente.

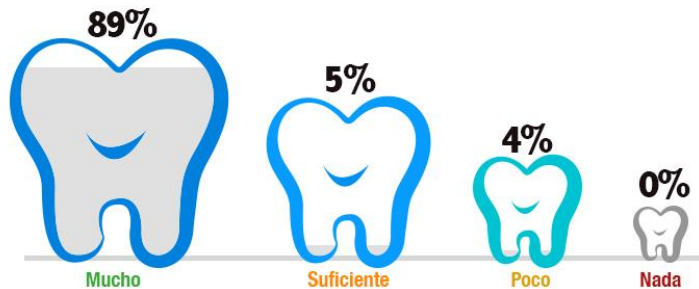
9. ¿Considera que hacer una publicación semanal con información y promociones de los servicios de la clínica Artes Dentales, mantendrá el interés del usuario?



El **55%** de los encuestados considera que una publicación semanal con información y promociones de los servicios de la clínica Artes Dentales, **mantendrá mucho el interés del usuario**, seguido del **27%** que considera que es suficiente y el restante **15%** y **4%** poco y nada, respectivamente.

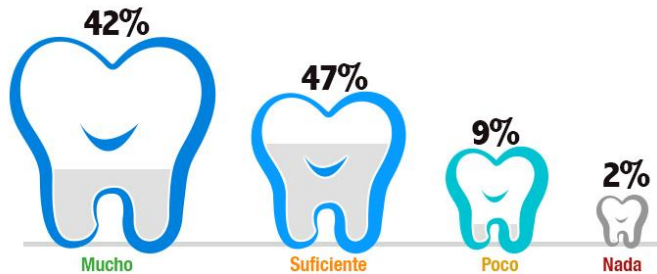


10. ¿Considera que el tamaño de los diseños cuadrados son adecuados para colocarlos en las publicaciones de la fanpage de Facebook?



El 89% de los encuestados considera que el tamaño de la imagen del correo electrónico es muy adecuada para que sea de fácil lectura y visibilidad en la pantalla, seguido 5% que lo considera suficiente y el restante 4%, poco.

11. ¿Considera que el tamaño de la imagen para el correo electrónico es adecuada para que sea de fácil lectura y visibilidad en la pantalla?



El 42% de los encuestados considera que la imagen del correo electrónico es muy adecuada para que sea de fácil lectura y visibilidad en la pantalla, seguido 47% que lo considera suficiente y el restante 9% y 2% poco y nada, respectivamente.

#### 8.4 Cambios en base a los resultados

Según los resultados obtenidos en la encuesta para validar con el grupo objetivo, el cliente y expertos en la materia, se procedió a realizar las siguientes modificaciones en el material propuesto.

### 8.4.1 Pieza para correo electrónico

Antes



Despues



#### Justificación

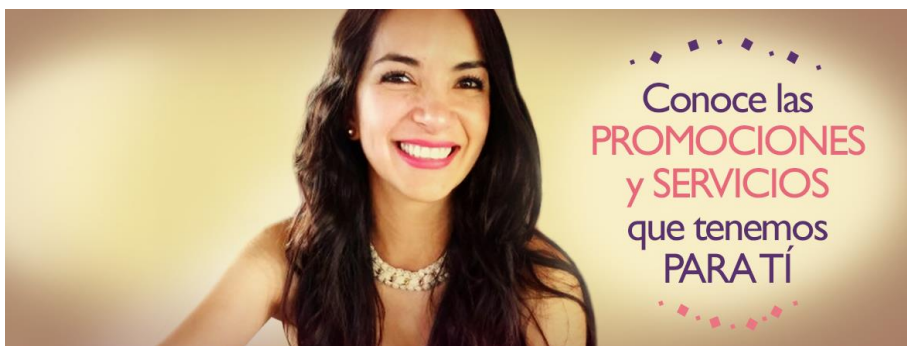
Según los resultados de la pregunta no. 8 de la encuesta de validación, 18% de los encuestados respondió que la imagen para el correo electrónico les invitaba poco a ingresar a la fanpage para conocer los servicios. Asimismo, 5% contestó que no le invitaba nada. En base a esto se hicieron las siguientes modificaciones, se agregó un texto que describe lo que contiene la fanpage de Facebook y al final la palabra “ingresa” y el logo de Facebook, esto se reforzó con la imagen de una persona que representa el concepto de la campaña “regalar y contagiar sonrisas”, quien señala ambas partes del mensaje.

## 8.4.2 Pieza para portada de facebook

Antes



Después



### Justificación

Uno de los expertos indicó que es necesario aclarar los dientes de las modelos que aparecen en las piezas, ya que por ser material para una clínica dental, estos no deben verse amarillos.

Se modificó el texto “En esta época de dar, regala y contagia muchas sonrisas” y se colocó la frase “Conoce las promociones y servicios que tenemos para ti”, misma que se encuentra en la pieza gráfica que se enviará por correo electrónico, para que cuando los usuarios que

ingresen a la fanpage de facebook puedan conectar lo que vieron en su correo electrónico, con lo que se encuentra en la fanpage.

Estos cambios se realizaron en base a la observación de un experto, quien indicó que la frase época de dar no aplica para la fecha en que se pondrá en funcionamiento el proyecto. Asimismo, en los resultados de la pregunta no. 5 se observa que el 22% de los encuestados asocia poco el mensaje explícito “regalar y contagia sonrisas” y 13% nada, por lo que el concepto de la campaña se utilizó de forma implícita representado en las imágenes de las personas que sonrío.

### 8.4.3 Piezas de contenido

**Antes**



**Despues**



### Justificación

Se cambiaron las palabras “incrustación estética” por “corona estética de porcelana”, debido a que el cliente solicitó se realizará la modificación con el nombre correcto del servicio, para solucionar el percance que se representa en esta pieza.

## Antes



Página de prueba  
29 de enero · 🌐

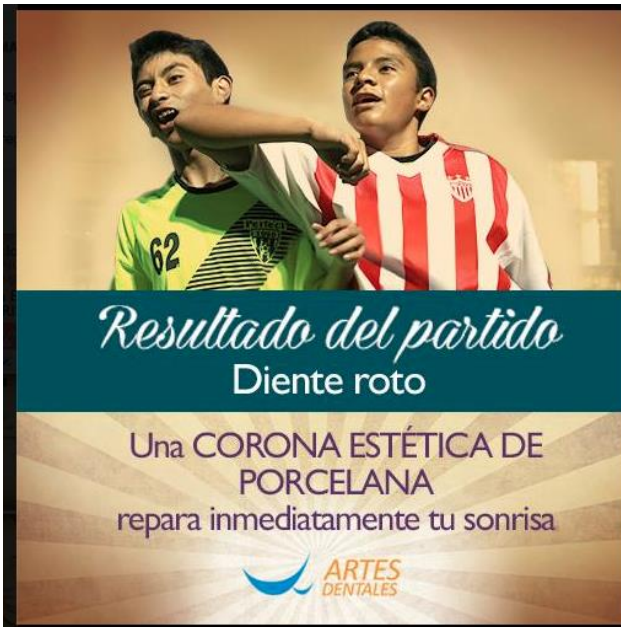
Agregar una descripción

Etiquetar foto · Agregar ubicación · Editar

Me gusta · Comentar · Compartir

Escribe un comentario...  
Presiona Enter para publicar.

## Después



Página de prueba  
2 min · Editado · 🌐

CORONA ESTÉTICA DE PORCELANA  
Se utiliza para cubrir completamente un diente destruido. Además, se puede utilizar para mejorar el aspecto, la forma o la alineación del diente. Una corona también se puede colocar sobre un implante para lograr la forma y la estructura funcional de un diente.

Fuente: <http://www.colgate.cl/>

Etiquetar foto · Agregar ubicación · Editar

Me gusta · Comentar · Compartir

Escribe un comentario...  
Presiona Enter para publicar.

## Antes



 **Página de prueba**  
29 de enero · Editado · 

Agregar una descripción



 Etiquetar foto  Agregar ubicación  Editar

Me gusta · Comentar · Compartir

 Escribe un comentario...    
Presiona Enter para publicar.




## Después






 **Página de prueba**  
29 de enero · Editado · 

**ORTODONCIA**  
Es una especialidad de la odontología que se encarga de la corrección de los dientes y huesos posicionados incorrectamente. Los dientes en mala posición y los que no muerden correctamente unos contra otro son difíciles de mantener limpios, corren riesgos de pérdida precoz debido a caries y enfermedades periodontales, y ocasionan una tensión extra sobre los músculos de la masticación que puede generar dolores de cabeza, síndrome de ATM y dolores varios en cuello, hombros y espalda. Además, los dientes girados o posicionados incorrectamente desmerecen nuestro aspecto.

Fuente: <http://www.colgate.com.mx/>

 Etiquetar foto  Agregar ubicación  Editar

Me gusta · Comentar · Compartir

 Escribe un comentario...    
Presiona Enter para publicar.

## Antes



**Página de prueba**  
29 de enero · Editado ·

Agregar una descripción

Etiquetar foto Agregar ubicación Editar

Me gusta · Comentar · Compartir

Escribe un comentario...

Presiona Enter para publicar.

## Después



**Página de prueba**  
29 de enero · Editado ·

**BLANQUEAMIENTO DE DIENTES**  
Es un procedimiento clínico que trata de conseguir el aclaramiento del color de uno o varios dientes aplicando un agente químico, y tratando de no alterar su estructura básica.

Fuente: Dr. Luis Angel Grijalva

Etiquetar foto Agregar ubicación Editar

Me gusta · Comentar · Compartir

Escribe un comentario...

Presiona Enter para publicar.

## Antes



## Después





## Justificación

Se agregó breve información en la opción de Facebook, que permite colocar una descripción de la imagen, en cada una de las piezas gráficas que representan un servicio de la Clínica Artes Dentales, ya que al interpretar los resultados de la pregunta 6, se pudo determinar que el 24% de los encuestados considera que no se describen claramente los servicios. Asimismo se tomó en cuenta la observación de un experto, quien indicó que era necesario agregar más información de los mismos.

### Antes



### Después



## Justificación

Se realizó la modificación de la expresión de la cara que representa el día viernes en la pieza gráfica, ya que uno de los expertos indicó que la sonrisa debía ser más expresiva y como si estuviera mostrando la dentadura.

**Justificación de resultados sobre la pregunta No. 9 de la encuesta de validación y observación de un experto:**

La observación del experto indica que es necesario hacer publicaciones con mas continuidad, por lo que se optó por resolver que las mismas se harán cada 2 días con el objetivo de mantener el interés del usuario y se volverán a publicar nuevamente cuando haya finalizado un ciclo, que durará aproximadamente 15 días.

# Capítulo IX

Propuesta gráfica final

## 9.1 Pieza para correo electrónico



**Dimensiones: 790 x 800**

**Formato: JPG**

Esta pieza gráfica se elaboró con el fin de invitar a los clientes actuales a conocer la fanpage de Facebook donde pueden encontrar los diferentes servicios y promociones de la Clínica Artes Dentales.

## 9.2 Piezas para portada de facebook



**Dimensiones:** 1181 x 441 pixeles

**Formato:** JPG

**Descripción:** Al ingresar a la fan page de Facebook, el cliente encontrará esta imagen que será el primer contacto visual con la marca Artes Dentales



**Dimensiones:** 1181 x 441 pixeles

**Formato:** JPG

**Descripción:**

El objetivo de esta pieza es compartir un mensaje positivo con los usuarios a través de una sonrisa, ya que las imágenes representan 3 actitudes de una misma persona, siendo la última la más positiva e invitando al usuario a elegirla, y así regalar y contagiar sonrisas al mundo.

### 9.3 Piezas de contenido



**Dimensión:** 500 x 500 píxeles  
**Formato:** JPG

**Descripción:** Esta pieza gráfica tiene como objetivo promocionar la Clínica Artes Dentales, se busca que el usuario de la fan page tenga interacción con la marca.

Se colocaron varias fotografías que representan diferentes estados de ánimo en los que puede estar una persona; se agregaron algunas de animales para darle un poco de humorismo y se incluyeron dos fotografías de personas que sonríen con una bonita dentadura, que deberá identificar el cliente para obtener el beneficio que se encuentra descrito en el texto.



**Dimensión:** 500 x 500 píxeles  
**Formato:** JPG

**Descripción:**

Esta pieza representa el mensaje positivo que se quiere transmitir con la marca, se colocó el texto “Para lo único que no hay tiempo es para estar triste” y se concluye con la frase “por eso contágame con tu sonrisa”.



**Dimensión:** 500 x 500 píxeles  
**Formato:** JPG

**Descripción:** Esta pieza gráfica tiene como objetivo informar sobre uno de los principales tratamientos de odontología estética que brinda la Clínica Artes Dentales.



En la parte superior se agregó un poco de humorismo, exagerando visiblemente cómo una persona cree que será su apariencia con un tratamiento de ortodoncia (se tomó de referencia los tratamientos que se aplicaban cuando la medicina no era tan avanzada). En la parte inferior se representa que con este tratamiento la persona puede continuar sonriendo y siempre se verá bien.

¿Quieres una blanca sonrisa?

Blanqueamiento de dientes

en ESTE MES

2x1

ARTES DENTALES

**Dimensión: 500 x 500 píxeles**  
**Formato: JPG**

**Descripción:** Esta pieza gráfica tiene como objetivo promocionar el servicio de blanqueamiento de dientes, que forma parte de la Odontología estética.

Se colocó una imagen en donde se puede observar, que tener una dentadura de color amarillenta no es estético. Con la pregunta que la complementa se brinda la oportunidad de optar por el servicio de blanqueamiento de dientes, asimismo se ofrece una promoción de dos tratamientos por el precio de uno.



**Dimensión:** 500 x 500 píxeles  
**Formato:** JPG

**Descripción:** Esta pieza gráfica representa el mensaje positivo de la marca plasmado en una imagen de una persona que sonríe naturalmente. En el mismo se busca llegar al usuario de la fan page y lograr con el mensaje “Dale like si te contagia” que interactúen con la marca.



**Dimensión:** 500 x 500 píxeles  
**Formato:** JPG

**Descripción:** Esta pieza gráfica se elaboró con el objetivo de transmitir el mensaje positivo de la marca, en la misma se aplicó un tema relacionado con los días de la semana en el

trabajo y se le dio un enfoque humorístico representando los días con gestos desde molesto hasta muy alegre. Se colocó la frase “Con Artes Dentales, todos los días son como viernes”, ya que las personas pueden elegir que actitud quieren transmitir todos los días.



**Dimensión:** 500 x 500 píxeles  
**Formato:** JPG

**Descripción:** Esta composición gráfica tiene por objetivo brindar un ejemplo gráfico de cómo una pieza dental puede sufrir un daño y el servicio que la puede reparar.

Se colocó una imagen donde un jugador de fútbol sufre un accidente en que una pieza dental sufre un daño. Se colocó una frase para complementar la idea que se desea transmitir “Resultados del partido, diente roto” y finalmente se brinda el nombre del servicio (Corona estética de porcelana) que puede reparar el daño causado.



¡A veces sientes que  
te falta algo?

Un PUENTE FIJO o IMPLANTE  
DENTAL es la solución

 ARTES  
DENTALES

**Dimensión: 500 x 500 píxeles**  
**Formato: JPG**

**Descripción:** Esta composición tiene por objetivo mostrar un ejemplo gráfico de cómo se ve estéticamente la dentadura de una persona sin una pieza y ofrecer el servicio que puede solucionar este problema.

Se colocó la imagen de la sonrisa de una persona sin un diente y se complementó con una frase irónica la idea que se desea transmitir. En la parte de abajo se colocaron los servicios “puentes fijos e implantes dentales”, que son la solución a este problema estético dental.

#### 9.4 Propuestas colocadas en facebook

The image shows a screenshot of a Facebook page for a business named 'Pagina de prueba' (Artes Dentales). The page header includes the Facebook logo, the name 'Pagina de prueba', and navigation links for 'Artes', 'Inicio', and 'Buscar amigos'. The main content area features a large banner with three images of a woman's face: one with a neutral expression, one with her hand covering her mouth, and one with a wide smile. The text on the banner reads 'Tú eliges Regalar sonrisas y contagiar al MUNDO'. Below the banner is the business name 'Pagina de prueba' and the category 'Salud/belleza'. The page layout includes a left sidebar with 'INFORMACIÓN' and 'FOTOS' sections, and a right sidebar with 'Crear página' and 'Reciente 2015'. The main content area shows a post from 'Pagina de prueba' dated '4 de marzo' with the text 'CORONA ESTÉTICA DE PORCELANA' and a description of the service.

Página de prueba

Artes Inicio Buscar amigos

A 5 personas les gusta esto

Invitar a amigos a que indiquen que les gusta la ...

INFORMACIÓN

Preguntar por el sitio web de Página de prueba

FOTOS

Publicaciones de la página

**Página de prueba**  
29 de enero · Editado ·

**PUENTE FIJO**  
El dentista cementa los puentes a los dientes naturales o a los implantes que rodean el espacio vacío. Estos dientes, llamados pilares, sirven para anclar el puente. Luego, une un diente de reemplazo (en el espacio faltante), este diente se llama pónico, y se une a las coronas que cubren los dientes pilares.

**IMPLANTE OSTEOINTEGRADO CON TORNILLO**  
Es la operación de colocar un elemento artificial en el hueso maxilar con la finalidad de restituir los dientes perdidos... Ver más

Chat

Página de prueba

Artes Inicio Buscar amigos

Preguntar por el sitio web de Página de prueba

FOTOS

Publicaciones de la página

**Página de prueba** agregó una nueva foto.  
29 de enero ·

Me gusta · Comentar · Compartir

**Página de prueba** agregó una nueva foto.  
29 de enero ·

Sé el primero en publicar en esta página.  
Escribir publicación

Chat

Página de prueba

Artes Inicio Buscar amigos

Crear página

Reciente  
2015

Chat

**INFORMACIÓN**

Preguntar por el sitio web de Página de prueba

**FOTOS**

**PUBLICACIONES DE LA PÁGINA**

**ORTODONCIA**

Es una especialidad de la odontología que se encarga de la corrección de los dientes y huesos posicionados incorrectamente. Los dientes en mala posición y los que no muerden correctamente unos contra otro son difíciles de mantener limpios, corren riesgos de pérdida precoz debido a caries y enfermedades periodontales, y ocasionan una tensión extra sobre los músculos de la masticación que puede generar dolores de cabeza, síndrome de ATM y dolores varios en cuello, hombros y espalda. Además, los dientes girados o posicionados incorrectamente desmerecen nuestro aspecto.

Fuente: <http://www.colgate.com.mx>



# Capítulo X

Producción, reproducción y  
distribución

## 10.1 Plan de costos de elaboración

ENERO						
Actividad	Semana 1	Semana 2	Semana 3	Semana 4	Semana 5	Horas
Información (Marco teórico y tendencias)	4	6				10
Investigación sobre redes sociales			4			4
Recopilación de información del cliente				4		4
Conceptualización					2	2
FEBRERO						
Bocetaje y propuesta gráficas	5	5	5	6		21
<b>TOTAL DE HORAS</b>						<b>41</b>

Costo por hora	Costo Total
150.00	6,150.00

## 10.2 Plan de costos de producción

MARZO						
Validación y propuesta final	3	7	10	6		26

Costo por hora	Costo Total
150.00	3,900.00

No aplican costos para la creación de la fanpage, ya que es gratuita en la plataforma de la aplicación de Facebook. El envío del mailing se hará únicamente con los clientes actuales tomando la base de datos con la que cuenta la Clínica Artes Dentales.

## 10.3 Plan de costos de distribución

Compra de servicios en facebook para promocionar la fanpage

"Me gusta" por día	Costo por día	Costo Total por mes
Aprox. 24-98	Q39.00	Q1,092.00

## 10.4 Cuadro con resumen general de costos:

Descripción	Costo
Costos de elaboración	Q6,150.00
Costos de producción	Q3,900.00
Costos de distribución	Q1,092.00
<b>Total</b>	<b>11,142.00</b>

# Capítulo XI

## Conclusiones y recomendaciones

## 11.1 Conclusiones

1. Se concluyó que es necesario crear material publicitario digital para promocionar los servicios odontológicos estéticos de la Clínica Artes Dentales, a los clientes actuales y potenciales.
2. Se elaboró una investigación sobre conceptos básicos relacionados con el diseño multimedia para contenidos de redes sociales, que sirvieron de referencia para la elaboración de los materiales.
3. Se recopiló información acerca de los servicios odontológicos estéticos de la clínica Artes Dentales para incluirlos en el contenido de los materiales publicitarios.
4. Se realizó la investigación con el grupo objetivo de clientes potenciales previa a la elaboración de la propuesta de diseño, que evidenció la necesidad de informar sobre los servicios odontológicos estéticos; que la red social que más utilizan es facebook y que a los clientes sí les gustaría recibir información en la misma.
5. Se creó una fan page en la red social facebook, elaborando contenido con piezas gráficas que promocionan e informan sobre los servicios estéticos dentales.
6. Se diseñó una pieza gráfica que se comunicará a través del correo electrónico (mailing) para invitar a los clientes actuales a conocer sobre los servicios y promociones que se encuentran en la fanpage de facebook.
7. Se eligieron las fotografías que sirvieron para ilustrar el material publicitario digital.

## 11.2 Recomendaciones

1. Continuar elaborando materiales publicitarios para cubrir las necesidades de los clientes actuales y potenciales.
2. En futuros proyectos para promocionar y/o dar a conocer nuevos servicios de la Clínica Artes dentales siempre se recomienda que se realice una investigación referente a conceptos relacionados con las piezas gráficas que se quieren elaborar.
3. Es necesario siempre brindar información detallada a los clientes sobre los servicios que brinda la clínica Artes Dentales.
4. Prestar atención a los insights revelados en base a los contenidos publicados para entender el comportamiento del grupo objetivo en las redes sociales y de esta forma crear empatía con los usuarios.
5. Darle seguimiento a la fanpage, cumplir con las publicaciones periódicamente y responder a los comentarios o dudas de los usuarios, por lo que es necesario contar con una persona que administre el contenido de la página y monitoree la actividad de la misma.
6. Hacer investigaciones sobre actualizaciones y nuevas herramientas que pueden presentar las redes sociales.
7. Se recomienda para futuras publicaciones que se comunique más gráficamente y con elementos e imágenes propias para mantener un adecuado perfil de la marca.

# Capítulo XII

Conocimiento general

## Esquema 5: conocimiento general



# Capítulo XIII

## Referencias



## 13.1 Bibliografía

- Ambrose G., Billson N. A. (2011), Bases del diseño gráfico, enfoque y lenguaje, Parramon Ediciones.
- Banner (s.f.) Diccionario de publicidad y diseño gráfico, 1999, Bogotá, panamericana editorial Ltda. 3R Editores.
- Comunicación (s.f.) Diccionario de publicidad y diseño gráfico, 1999, Bogotá, panamericana editorial Ltda. 3R Editores.
- Diagramación (s.f.) Diccionario de publicidad y diseño gráfico, 1999, Bogotá, panamericana editorial Ltda. 3R Editores.
- Fotografía (s.f.) Diccionario de publicidad y diseño gráfico, 1999, Bogotá, panamericana editorial Ltda. 3R Editores.
- Graber T.M. (1991) Ortodoncia, teoría y práctica, Tercera edición, Nueva editorial interamericana, S.A. DE C.V
- González S. M., Santos R. G., Fernanz S. M., García R. R., Quirós J. S. (2006), Diseño gráfico de contenidos para internet. Madrid: Person Educación, S.A.
- Imagen (s.f.) Diccionario de publicidad y diseño gráfico, 1999, Bogotá, panamericana editorial Ltda. 3R Editores.
- Marketing (s.f.) Diccionario de publicidad y diseño gráfico, 1999, Bogotá, panamericana editorial Ltda. 3R Editores.
- Phillips, R.W. (1988) La ciencia de los materiales dentales, México, D.F.
- Walton R. E. y Torabinejad M. (1991), Principios y Práctica Clínica, Nueva editorial interamericana, S.A. DE C.V.

## 13.2 Biblioweb

- Correo directo (agosto 2005) En Gestipolis. Recuperado el 8 de enero de 2015, de:  
<http://www.gestipolis.com/canales5/emp/pymecommx/14.htm>
- Color (s.f.) En Fotonostra. Recuperado el 6 de enero de 2015 de:  
<http://www.fotonostra.com/grafico/elcolor.htm>
- Funciones de la comunicación. (s.f.) En Wikipedia. Recuperado el 16 de abril de 2015 de: <http://es.wikipedia.org/wiki/Comunicaci3n>.
- Dise1o. (s.f.) En Wikipedia. Recuperado el 6 de enero de 2015 de:  
<http://es.wikipedia.org/wiki/Dise1o>
- Est3tica. (S.F.) En Wikipedia. Recuperado el 5 de enero de 2015 de:  
<http://es.wikipedia.org/wiki/Est3tica>
- Odontolog1a est3tica. (s.f.) En wikipedia. Recuperado el 5 de enero de 2015 de:  
[http://es.wikipedia.org/wiki/Odontolog%3%ADa\\_est3tica](http://es.wikipedia.org/wiki/Odontolog%3%ADa_est3tica)
- Portal de odontolog1a en internet (1ltima modificaci3n: Diciembre 26, 2008).  
Recuperado de <http://www.susodontologos.com/estomatologia.htm>
- Programa Photoshop. (s.f.) En Wikipedia. Recuperado el 6 de enero de 2015 de:  
[http://es.wikipedia.org/wiki/Adobe\\_Photoshop](http://es.wikipedia.org/wiki/Adobe_Photoshop)
- Psicolog1a del color (s.f.) En Wikipedia. Recuperado el 7 de enero de 2015 de:  
[http://es.wikipedia.org/wiki/Psicolog%3%ADa\\_del\\_color](http://es.wikipedia.org/wiki/Psicolog%3%ADa_del_color)
- Psicolog1a del consumidor (s.f) En Psic3logos en l1nea. Recuperado el 8 de enero de 2015, de: <https://psicologosenlinea.net/911-psicologia-del-consumidor-definicion->

de-psicologia-del-consumidor-segun-algunos-autores-y-factores-que-influyen-en-el.html

- Real Academia Española. (s.f.) Diccionario de la lengua española. Recuperado de <http://lema.rae.es/drae/srv/search?key=paciente>
- Real Academia Española. (s.f.) Diccionario de la lengua española. Recuperado de <http://lema.rae.es/drae/srv/search?key=cl%C3%ADnica>
- Redes sociales (s.f.) En Scribd. Recuperado el 9 de enero de 2015, de: <http://es.scribd.com/doc/24658747/Redes-sociales-definicion>
- Semiología de la imagen (s.f.) En Fotonostra. Recuperado el 7 de enero de 2015 de: <http://www.fotonostra.com/grafico/semiologia.htm>
- Sociología (s.f.) En Wikipedia. Recuperado el 7 de enero de 2015 de: <http://es.wikipedia.org/wiki/Sociolog%C3%ADa>
- Socorro Solis, marzo 2012. Clasificación de los tipos de comunicación, viernes 30 de marzo de 2015, recuperado de: <http://expresionsocoshernandez.blogspot.com/2012/03/clasificacion-de-los-tipos-de.html>
- Teoría del color (s.f.) TodaCultura.com. Recuperado el 8 de enero de 2015, de: <http://www.todacultura.com/acuarelas/teoriacolor.htm>
- Teoría de la gestalt (s.f.) En Wikipedia. Recuperado el 8 de enero de 2015 de: [http://es.wikipedia.org/wiki/Psicolog%C3%ADa\\_de\\_la\\_Gestalt](http://es.wikipedia.org/wiki/Psicolog%C3%ADa_de_la_Gestalt)
- Tipografía (s.f.) En Fotonostra. Recuperado el 8 de enero de 2015 de: <http://www.fotonostra.com/grafico/tipografia.htm>

- Wordreference – online language dictionaries (Año). Recuperado de <http://www.wordreference.com/definicion/servicio>

### **13.3 Fotográficas:**

- [http://all-free-download.com/free-photos/young\\_woman\\_pointing\\_187489.html](http://all-free-download.com/free-photos/young_woman_pointing_187489.html)
- [http://all-free-download.com/free-photos/kermit\\_frog\\_fun\\_218385.html](http://all-free-download.com/free-photos/kermit_frog_fun_218385.html)
- [http://all-free-download.com/free-photos/child\\_eating\\_watermelon\\_206836.html](http://all-free-download.com/free-photos/child_eating_watermelon_206836.html)
- [http://all-free-download.com/free-photos/your\\_are\\_late\\_197548.html](http://all-free-download.com/free-photos/your_are_late_197548.html)
- [http://all-free-download.com/free-photos/man\\_singer\\_musician\\_214792.html](http://all-free-download.com/free-photos/man_singer_musician_214792.html)
- [http://all-free-download.com/free-photos/sad\\_man\\_portrait\\_211046.html](http://all-free-download.com/free-photos/sad_man_portrait_211046.html)
- [http://all-free-download.com/free-photos/smiling\\_baby\\_girl\\_193311.html](http://all-free-download.com/free-photos/smiling_baby_girl_193311.html)
- [http://all-free-download.com/free-photos/scary\\_young\\_man\\_203030.html](http://all-free-download.com/free-photos/scary_young_man_203030.html)
- [http://all-free-download.com/free-photos/cat\\_hangover\\_portrait\\_226008.html](http://all-free-download.com/free-photos/cat_hangover_portrait_226008.html)
- [http://all-free-download.com/free-photos/turtle\\_eyes\\_look\\_221157\\_download.html](http://all-free-download.com/free-photos/turtle_eyes_look_221157_download.html)
- [http://all-free-download.com/free-photos/funny\\_face\\_185503.html](http://all-free-download.com/free-photos/funny_face_185503.html)

# Capítulo XIV

Anexos

## 14.1 Encuesta de investigación previa a la propuesta gráfica

Guatemala 2 de febrero de 2015

Por favor responder las siguientes preguntas marcando la respuesta que considera correcta.

### PARTE I

1. Por qué motivo ha visitado una clínica dental

- Dolor o molestias
- Salud preventiva
- Estética Dental
- Otros \_\_\_\_\_

2. ¿Le preocupa el aspecto físico de su dentadura?

Sí  No

3. ¿De qué servicios de estética dental conoce el procedimiento?

Puede marcar más de una opción

- Puentes fijos
- Implantes dentales
- Prótesis removibles
- Prótesis totales
- Rellenos plateados (Amalgamas)
- Rellenos blancos (Resinas)
- Incrustaciones estéticas
- Ortodoncia
- Tratamiento de canales
- Blanqueamiento de dientes

4. ¿Cuál de los siguientes tratamientos de estética dental se ha realizado?

Puede marcar más de una opción

- Puentes fijos
- Implantes dentales
- Prótesis removibles
- Prótesis totales
- Amalgamas
- Rellenos blancos (resinas)
- Incrustaciones estéticas

- Ortodoncia
- Tratamiento de canales
- Blanqueamiento de dientes

5. ¿Cuál de los siguientes tratamientos de estética dental le gustaria realizarce?

Puede marcar más de una opción

- Puentes fijos
- Implantes dentales
- Prótesis removibles
- Prótesis totales
- Amalgamas
- Rellenos blancos (resinas)
- Incrustaciones estéticas
- Ortodoncia
- Tratamiento de canales
- Blanqueamiento de dientes

¿Conoce o ha escuchado sobre la clínica Artes Dentales?

Sí  No

## PARTE II

6. ¿Cuál de las siguientes redes sociales utiliza con más frecuencia?

- Facebook
- Twitter
- Google plus
- Otras \_\_\_\_\_

7. Le gustaría encontrar información sobre tratamientos dentales en las redes sociales

Sí  No

8. ¿Le gustaría encontrar promociones de tratamientos dentales en las redes sociales?

Sí  No

9. ¿Le gustaría recibir información y promociones a traves de su correo electrónico?

Sí  No

**Gracias por su atención y su tiempo.**

## 14.2 Encuesta de validación



Universidad Galileo  
Facultad de Ciencias de la Comunicación  
Proyecto de Tesis

Guatemala, 30 de enero de 2015

Encuesta de validación de proyecto

### **DISEÑO DE MATERIAL PUBLICITARIO DIGITAL PARA PROMOCIONAR LOS SERVICIOS ODONTOLÓGICOS ESTÉTICOS, DE LA CLÍNICA ARTES DENTALES, A CLIENTES ACTUALES Y POTENCIALES.**

#### **Antecedentes:**

La clínica Artes Dentales, establecida en el año 2009 en la ciudad de Guatemala, ofrece sus servicios de odontología, tanto para dolencias, salud preventiva y servicios estéticos, sin embargo muchos de estos se desconocen por no contar con un medio que informe sobre los mismos, por lo que para resolver este problema de comunicación, se propone diseñar piezas gráficas que comuniquen dichos servicios promocionándolos a través del correo electrónico y la red social "Facebook".

#### **Instrucciones:**

Con base a la información anterior, se solicita observar las piezas gráficas y de acuerdo a su percepción y criterio contestar las siguientes preguntas.

Género	M	<input type="checkbox"/>	Experto:	<input type="checkbox"/>	Nombre:	<input type="text"/>
:						
	F	<input type="checkbox"/>	Cliente:	<input type="checkbox"/>	Profesión:	<input type="text"/>
			Grupo	<input type="checkbox"/>	Puesto:	<input type="text"/>
			Objetivo:			
Edad:		<input type="text"/>			Años de experiencia	<input type="text"/>
					en el mercado:	



**Parte objetiva:**

1. ¿Cree que es necesario elaborar material publicitario digital para promocionar los servicios odontológicos estéticos de la Clínica Artes Dentales?

Muy probable  Poco probable  Nada probable

2. ¿Considera que el correo electrónico es un medio adecuado para recibir publicidad sobre la fanpage de Clínica Artes Dentales?

Muy probable  Poco probable  Nada probable

3. ¿Considera que las redes sociales son un buen medio para promocionar y dar a conocer los servicios de odontología estética que brinda la Clínica Artes Dentales?

Muy probable  Poco probable  Nada probable

4. ¿Cree que la información que se publicara en la fanpage cumple el objetivo de informar y promocionar los servicios de odontología estética?

Muy probable  Poco probable  Nada probable

**Parte semiológica:**

5. ¿El mensaje “regalar y contagiar sonrisas” lo asocia con una Clínica Dental?

Mucho  Suficiente  Poco  Nada

6. ¿Considera que se describen claramente los servicios de odontología estética propuestos en las piezas de contenido para la fanpage de Facebook?

Mucho  Suficiente  Poco  Nada

7. ¿La tipografía la encuentra clara y fácil de leer?

Mucho  Suficiente  Poco  Nada

## Operativa

8. ¿El diseño de la imagen del correo electrónico le invita a ingresar a la fanpage de Facebook y conocer sobre los servicios?

Mucho       Suficiente       Poco       Nada

9. ¿Considera que hacer una publicación semanal con información y promociones de los servicios de la clínica Artes Dentales, mantendrá el interés del usuario?

Mucho  Suficiente  Poco  Nada

10. ¿Considera que el tamaño de los diseños cuadrados son adecuados para colocarlos en las publicaciones de la fanpage de Facebook?

Mucho  Suficiente  Poco  Nada

11. ¿Considera que el tamaño de la imagen para el correo electrónico es adecuada para que sea de fácil lectura y visibilidad en la pantalla?

Mucho  Suficiente  Poco  Nada

Observaciones:

Gracias por su colaboración y tiempo.

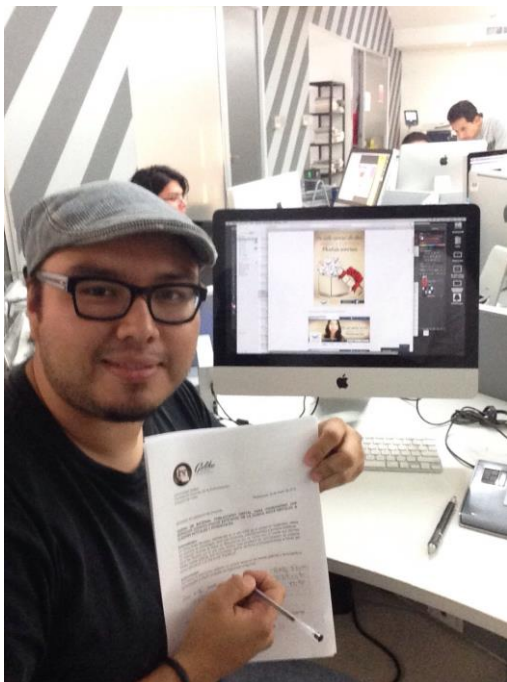
### 14.3 Fotos de validación de proyecto



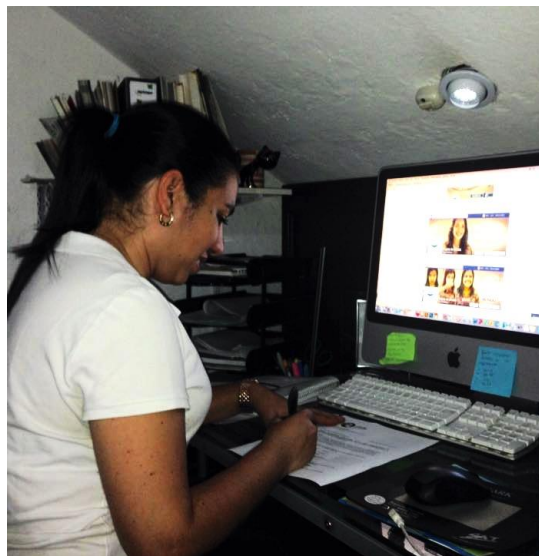
Experto validando el proyecto.



Grupo Objetivo validadndo el proyecto.

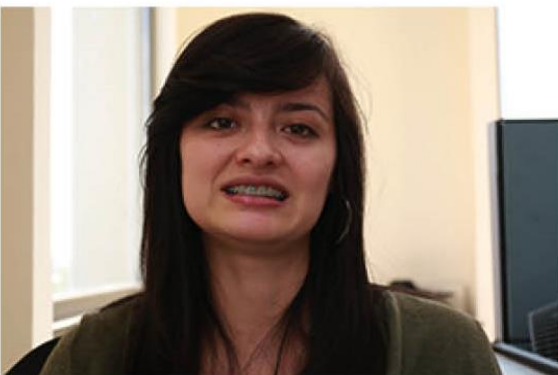


Experto validando el proyecto.



Experto validando el proyecto.

**Imágenes Tomadas**



## Imágenes descargadas de sitios gratuitos



[http://all-free-download.com/free-photos/child\\_eating\\_watermelon\\_206836.html](http://all-free-download.com/free-photos/child_eating_watermelon_206836.html)



[http://all-free-download.com/free-photos/your\\_are\\_late\\_197548.html](http://all-free-download.com/free-photos/your_are_late_197548.html)



[http://all-free-download.com/free-photos/man\\_singer\\_musician\\_214792.html](http://all-free-download.com/free-photos/man_singer_musician_214792.html)



[http://all-free-download.com/free-photos/sad\\_man\\_portrait\\_211046.html](http://all-free-download.com/free-photos/sad_man_portrait_211046.html)



[http://all-free-download.com/free-photos/smiling\\_baby\\_girl\\_193311.html](http://all-free-download.com/free-photos/smiling_baby_girl_193311.html)



[http://all-free-download.com/free-photos/scary\\_young\\_man\\_203030.html](http://all-free-download.com/free-photos/scary_young_man_203030.html)



[http://all-free-download.com/free-photos/cat\\_hangover\\_portrait\\_226008.html](http://all-free-download.com/free-photos/cat_hangover_portrait_226008.html)



[http://all-free-download.com/free-photos/turtle\\_eyes\\_look\\_221157\\_download.html](http://all-free-download.com/free-photos/turtle_eyes_look_221157_download.html)



[http://all-free-download.com/free-photos/funny\\_face\\_185503.html](http://all-free-download.com/free-photos/funny_face_185503.html)



[http://all-free-download.com/free-photos/young\\_woman\\_pointing\\_187489.html](http://all-free-download.com/free-photos/young_woman_pointing_187489.html)