



Diseño de un folleto informativo digital para dar a conocer las estrategias del control de la ansiedad que brinda la Clínica Psicológica Crece a clientes reales y potenciales del mercado guatemalteco. Guatemala, Guatemala 2025

Gabriela Sofía Alvarado Durante

Carné: 20004858

Facultad de Ciencias de la Comunicación, Universidad Galileo

Para optar al título de:

**LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN Y DISEÑO**

Nueva Guatemala de la Asunción, enero de 2025

## Proyecto de graduación

Diseño folleto digital informativo para dar a conocer las estrategias del control de la ansiedad que brinda la clínica psicológica Crece a clientes reales y potenciales del mercado guatemalteco.

Gabriela Sofía Alvarado Durante

Universidad Galileo

Facultad de Ciencias de la Comunicación

Guatemala, 17 de abril de 2024

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

Estimado Licenciado Kachler:

Solicito la aprobación del tema de proyecto de Graduación titulado: **DISEÑO DE FOLLETO INFORMATIVO DIGITAL PARA DAR A CONOCER LAS ESTRATEGIAS DEL CONTROL DE LA ANSIEDAD, QUE BRINDA LA CLÍNICA PSICOLÓGICA CRECE A CLIENTES REALES Y POTENCIALES.** Así mismo solicito que la Licda. Aura Lissette Pérez sea quién me asesore en la elaboración del mismo.

Atentamente,



Gabriela Sofia Alvarado Durante  
20004858



Licda. Aura Lissette Pérez  
Asesora



**Galileo**  
UNIVERSIDAD  
La Revolución en la Educación

**FACOM** Facultad de Ciencias  
de la Comunicación

Guatemala, 16 de mayo de 2024

**Señorita:**  
**Gabriela Sofia Alvarado Durante**  
**Presente**

Estimada Señorita Alvarado:

De acuerdo al proceso de titulación profesional de esta Facultad, se aprueba el proyecto titulado: **DISEÑO DE FOLLETO INFORMATIVO DIGITAL PARA DAR A CONOCER LAS ESTRATEGIAS DEL CONTROL DE LA ANSIEDAD, QUE BRINDA LA CLÍNICA PSICOLÓGICA CRECE A CLIENTES REALES Y POTENCIALES.** Así mismo, se aprueba a la Licda. Aura Lissette Pérez, como asesora de su proyecto.

Sin otro particular, me suscribo de usted.

Atentamente,

**Lic. Leizer Kachler**  
**Decano**

**Facultad de Ciencias de la Comunicación**



**FACOM** Facultad de Ciencias  
de la Comunicación

Guatemala, 08 de diciembre de 2024

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

Estimado Licenciado Kachler:

Por medio de la presente, informo a usted que el proyecto de graduación titulado: **DISEÑO DE FOLLETO INFORMATIVO DIGITAL PARA DAR A CONOCER LAS ESTRATEGIAS DEL CONTROL DE LA ANSIEDAD, QUE BRINDA LA CLÍNICA PSICOLÓGICA CRECE A CLIENTES REALES Y POTENCIALES.** Presentado por la estudiante: *Gabriela Sofía Alvarado Durante*, con número de carné: *20004858*, está concluido a mi entera satisfacción, por lo que se extiende la presente aprobación para continuar así el proceso de titulación profesional.

Sin otro particular, me suscribo de usted.

Atentamente,

  
Licda. Aura Lissette Pérez  
Asesora



**Galileo**  
UNIVERSIDAD  
La Revolución en la Educación

**FACOM** Facultad de Ciencias  
de la Comunicación

Guatemala, 30 de enero de 2025

Señorita  
Gabriela Sofia Alvarado Durante  
Presente

Estimada Señorita Alvarado:

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

---

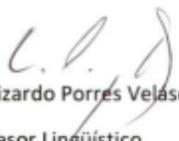
Ciudad de Guatemala, 11 de marzo de 2025.

Licenciado  
Leizer Kachler  
Decano FACOM  
Universidad Galileo  
Presente.

Señor Decano:

Le informo que la tesis: **DISEÑO DE UN FOLLETO INFORMATIVO DIGITAL PARA DAR A CONOCER LAS ESTRATEGIAS DEL CONTROL DE LA ANSIEDAD QUE BRINDA LA CLÍNICA PSICOLÓGICA CRECE A CLIENTES REALES Y POTENCIALES**, de la estudiante Gabriela Sofía Alvarado Durante, ha sido objeto de revisión gramatical y estilística, por lo que puede continuar con el trámite de graduación.

Atentamente.

  
Lic. Edgar Lizardo Porrés Velásquez  
Asesor Lingüístico  
Universidad Galileo

---



**FACOM** Facultad de Ciencias  
de la Comunicación

Guatemala, 13 de marzo de 2025

**Señorita:**  
**Gabriela Sofia Alvarado Durante**  
**Presente**

Estimada Señorita Alvarado:

De acuerdo al dictamen rendido por la terna examinadora del proyecto de graduación titulado: **DISEÑO DEFOLLETO INFORMATIVO DIGITAL PARA DAR A CONOCER LAS ESTRATEGIAS DEL CONTROL DE LA ANSIEDAD, QUE BRINDA LA CLÍNICA PSICOLÓGICA CRECE A CLIENTES REALES Y POTENCIALES.** Presentado por la estudiante: Gabriela Sofia Alvarado Durante, el Decano de la Facultad de Ciencias de la Comunicación autoriza la publicación del Proyecto de Graduación previo a optar al título de Licenciada en Comunicación y Diseño.

Sin otro particular, me suscribo de usted.

Atentamente,

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

---

## **Autoridades**

Rector. Dr. Eduardo Suger Cofiño

Vicerrectora, Dra. Mayra de Ramírez

Vicerrector Administrativo, Lic. Jean Paul Suger Castillo

Secretario General, Dr. Jorge Retolaza

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

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

## **Dedicatoria**

A Dios, por darme la vida y permitirme llegar a cumplir mis metas.

A mi familia, que siempre me apoyó en todo momento a pesar de las adversidades.

A mis amigos que la universidad me dio, que siempre estuvieron ahí y que juntos recibimos el conocimiento que nos formó.

A mis catedráticos, que abrieron mi mente y dejaron la semilla del conocimiento que hoy germina y que me ayudará a desenvolverme en mi vida profesional.

A la Universidad, que me acogió en sus brazos y me dejó las herramientas necesarias para enfrentarme a un mundo cambiante y me formó para convertirme en profesional.

A mi papá, por darme los recursos económicos para estudiar en la universidad.

Por último, quiero agradecer a mi mamá, a mi hermano y a mi mejor amigo, quienes siempre estuvieron a mi lado. En los momentos en que sentía que me rendía, ellos me animaban a seguir adelante.

## Resumen

A través del acercamiento con la empresa Crece se identificó que la clínica psicológica Crece, no cuenta con el diseño de un folleto digital que dé a conocer a clientes reales y potenciales del mercado guatemalteco, las estrategias para el control de la ansiedad.

Por lo que se planteó el siguiente objetivo, Diseñar un folleto informativo digital para dar a conocer las estrategias del control de la ansiedad que brinda la clínica psicológica Crece a clientes reales y potenciales del mercado guatemalteco.

El enfoque de la investigación es mixto, porque se utilizó el método cuantitativo y el método cualitativo. El primero para cuantificar los resultados de la muestra, y el segundo evalúa el nivel de percepción y utilidad del proyecto.

La herramienta de investigación se aplicó a un promedio de 26 personas entre grupo objetivo, cliente, y expertos en comunicación y diseño.

El principal hallazgo, entre otros, es que se diseñó un folleto informativo digital para dar a conocer las estrategias del control de la ansiedad que brinda la clínica psicológica Crece, a clientes reales y potenciales del mercado guatemalteco.

Se recomendó enviar el folleto a través de correo electrónico, redes sociales y considerar otras plataformas de distribución como webinars, talleres en línea, y asociaciones con otros profesionales de la salud mental. Esto puede aumentar la visibilidad del folleto y atraer a un público más amplio.

Para efectos legales únicamente la autora, Gabriela Sofia Alvarado Durante, es responsable del contenido de este proyecto, ya que es una investigación científica y puede ser motivo de consulta y utilidad por estudiantes y profesionales.

La autora también se compromete a hacer el seguimiento respectivo de todo el proceso administrativo y cumplir con todos los requisitos de titulación y graduación para obtener así, el título de licenciada en Comunicación y Diseño.

## Índice

Capítulo I .....	10
Introducción .....	10
Capítulo II: Problemática.....	13
Contexto.....	13
Requerimiento de Comunicación y Diseño .....	13
Justificación .....	14
Magnitud.....	14
<i>Vulnerabilidad</i> .....	16
<i>Trascendencia</i> .....	16
<i>Factibilidad</i> .....	16
Capítulo III: Objetivos del diseño.....	18
Objetivo general.....	18
Objetivos específicos .....	18
Capítulo IV: Marco de Referencia.....	19
Información general del cliente .....	19
Capítulo V: Definición del grupo objetivo .....	22
Perfil geográfico.....	22
Perfil demográfico .....	22
Perfil psicográfico.....	23
Perfil conductual.....	24
Capítulo VI: Marco teórico.....	25

Conceptos fundamentales relacionados con el producto o servicio.....	25
Conceptos fundamentales relacionados con la comunicación y el diseño.....	30
<b>Ciencias auxiliares, tecnología, artes, teorías y tendencias .....</b>	<b>34</b>
Capítulo VII: Proceso de diseño y propuesta preliminar .....	41
Aplicación de la información obtenida en el marco teórico .....	41
<i>Conceptualización</i> .....	43
Bocetaje.....	46
<i>Proceso de digitalización de los bocetos.</i> .....	56
Propuesta preliminar .....	62
Capítulo VIII: Validación técnica.....	82
Población y muestreo .....	83
Método e instrumentos.....	84
Resultados e interpretación de resultados .....	84
Cambios en base a los resultados.....	89
Capítulo IX: Propuesta Gráfica Final .....	92
Capítulo X Producción, Reproducción y distribución .....	111
Plan de costos de elaboración .....	111
Plan de costos de producción.....	112
Plan de costos de reproducción.....	112
Plan de costos de distribución.....	112
Margen de utilidad .....	112
Costo total .....	112

Cuadro con resumen general de costos .....	113
IVA .....	113
Capítulo XI: Conclusiones Y Recomendaciones.....	114
Conclusiones.....	114
Recomendaciones .....	115
Capítulo XII Conocimiento general.....	116
Capítulo XIII: Referencias.....	117
Bibliografía .....	117
Biblioweb.....	118
Capítulo XI: Anexos .....	123
Anexo 1 .....	123
Anexo 2.....	124
Anexo 3: Tabla de Niveles Socioeconómicos .....	132
Anexo 4: Investigación de tendencias.....	133
Anexo 5: Encuesta .....	139
Anexo 6: Validación de Expertos y cliente.....	142
Anexo 7: Cotizaciones .....	145

## Capítulo I

### Introducción

La clínica de psicología Crece ha ofrecido a sus clientes reales y potenciales sus servicios desde el 2016. Sin embargo, en la actualidad no cuenta con el diseño de un folleto digital que dé a conocer a clientes reales y potenciales del mercado guatemalteco, las estrategias para el control de la ansiedad.

Por esta razón se propuso resolver el problema comunicativo a través de la elaboración del siguiente proyecto: Diseñar un folleto informativo digital para dar a conocer las estrategias del control de la ansiedad que brinda la clínica psicológica Crece a clientes reales y potenciales del mercado guatemalteco.

El folleto será respaldado por una investigación de conceptos, teorías, artes, tecnología y tendencia. Se ha optado por la tendencia minimalista como enfoque principal, ya que prioriza la simplicidad y la utilización de elementos esenciales para comunicar la información de manera clara y efectiva. De esta forma, se evita la saturación visual y se garantiza que el diseño mantenga un equilibrio adecuado entre estética y funcionalidad.

Para crear el concepto creativo se usará el método de Flor de Loto y, a través de un método de investigación lógico inductivo, se creará un marco teórico que respalde la investigación.

A través de herramientas de investigación, comunicación, diseño y validación se desarrollará el proceso de este proyecto. Los métodos de validación serán encuestas al grupo objetivo, clientes y un grupo de expertos. De esta última herramienta se obtendrán cambios

importantes para mejorar el resultado, y dejar un producto de comunicación y diseño funcional para el grupo objetivo.

Para la creación del concepto creativo, se utilizará el método de la flor de loto y se desarrollará un marco teórico respaldado por diversas disciplinas, como Sociología, Sociología, Antropología, Estadística, Psicología, y teorías relacionadas con la Comunicación y el diseño.

El objetivo general del proyecto será diseñar un folleto informativo digital para dar a conocer las estrategias del control de la ansiedad que brinda la clínica psicológica Crece a clientes reales y potenciales del mercado guatemalteco.

El proyecto se dividirá en diversas fases, que incluyen el análisis, la conceptualización, el bocetaje, la producción y la distribución. Estas etapas culminarán en la creación del folleto digital.

El trabajo de investigación abarca un enfoque tanto cuantitativo como cualitativo para obtener una comprensión completa del proyecto. El método cuantitativo se emplea para evaluar los resultados de una encuesta que involucra a clientes, expertos en diseño gráfico y comunicación y el grupo objetivo, centrándose en temas relacionados con el proyecto.

Por otro lado, el enfoque cualitativo analizará la percepción y relevancia de los elementos utilizados en el diseño del folleto digital por parte del grupo objetivo. A partir de esta evaluación, se identificarán ajustes significativos que permitirán mejorar el producto final, asegurando la funcionalidad en la comunicación y el diseño para su uso en la clínica Crece.

En la etapa de validación a través de encuestas, participarán 5 expertos en diseño gráfico y comunicación, así como el cliente, la psicóloga Xiomara Dardón y 20 personas pertenecientes al grupo objetivo. Todos los miembros del grupo objetivo se encuentran en el rango de edades de 20 a 30 años y presentan una necesidad de conocer las estrategias para el control de ansiedad. La

validación del proyecto a través de la encuesta es un paso crucial en el proceso de diseño del folleto digital para identificar las estrategias del control de ansiedad.

El objetivo fundamental de este proyecto es dar a conocer las estrategias del control de la ansiedad que brinda la clínica psicológica Crece a clientes reales y potenciales del mercado guatemalteco.

Esto se logrará a través de la creación de un folleto digital. Para respaldar este proceso, se recopilará información precisa sobre la clínica y se investigará una amplia gama de conceptos, teorías y tendencias en diseño.

Para finalizar, se concluirá con el diseño de un folleto informativo digital, cuyo objetivo será dar a conocer las estrategias de control de la ansiedad que ofrece la clínica psicológica Crece a sus clientes actuales y potenciales en el mercado guatemalteco. Asimismo, se resaltará la importancia de elaborar un brief en el proceso de creación de cualquier diseño, ya sea con fines publicitarios o comunicativos, lo que garantizará resultados óptimos en los materiales de diseño que la clínica desarrolle en el futuro.

## **Capítulo II: Problemática**

La clínica de psicología, Crece, no cuenta con el diseño de un material informativo para dar a conocer las estrategias para el control de ansiedad, que son fundamentales para mejorar su bienestar emocional y mental, a clientes reales y potenciales,

De acuerdo con la necesidad mencionada anteriormente, se propone el diseño de un folleto digital para brindar a los clientes reales y potenciales de la Clínica de Psicología Crece, información detallada y accesible sobre estrategias efectivas para el control de la ansiedad.

### **Contexto**

La clínica de psicología Crece fue fundada en el año 2016 por Xiomara Dardón, y en la actualidad se dedica a la administración y atención de pacientes que asisten a sus instalaciones.

Tras un análisis exhaustivo de los requisitos y desafíos enfrentados por la clínica, se ha determinado que Crece necesita un folleto digital informativo que aborde específicamente las estrategias para el control de la ansiedad, dado que la clínica se enfocará en pacientes que sufren de este trastorno.

Es importante desarrollar un folleto digital informativo que no solo sea atractivo, sino que también proporcione a los clientes reales y potenciales de la clínica herramientas prácticas y efectivas para aprender a controlar su ansiedad utilizando las estrategias adecuadas.

### **Requerimiento de Comunicación y Diseño**

La clínica psicológica Crece, no cuenta con el diseño de un folleto digital que dé a conocer a clientes reales y potenciales del mercado guatemalteco, las estrategias para el control de la ansiedad.

**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 (se despejan todas y cada una de las variables).

**Magnitud**

La magnitud de este proyecto de graduación es de 15 clientes reales y 25 clientes potenciales de la Clínica Psicología Crece, graficándose de la forma siguiente:

En la República de Guatemala, donde residen 17,109,746 millones de personas y está dividida en 22 departamentos, se destaca Guatemala, con una población actual de 5.103.685 habitantes. Dentro de este departamento, existen 473 clínicas de psicología, entre las cuales se encuentra la clínica Crece, que brinda atención a aproximadamente 15 clientes reales y 25 clientes potenciales.



Figura 1. Realizada por Gabriela Alvarado. Gráfica de magnitud.

*Ver más ejemplos en Anexo 1.*

### ***Vulnerabilidad***

Debido a que la clínica de psicología Crece no cuenta con el diseño de un folleto digital para informar acerca de las estrategias de control de ansiedad, se perderá la oportunidad de alcanzar a un público más amplio y diverso, así como de proporcionar a los clientes reales y potenciales recursos útiles y accesibles para mejorar su bienestar emocional y mental.

### ***Trascendencia***

Al realizar el diseño de un folleto digital, se disminuirá el desconocimiento que existe acerca de las estrategias de control de ansiedad que ofrece la Clínica Psicológica Crece, a los clientes reales y potenciales, generando un interés significativo en la salud mental.

### ***Factibilidad***

El diseño de un folleto digital informativo que dé a conocer a clientes reales y potenciales las estrategias para el control de la ansiedad es factible, ya que la empresa cuenta con todos los recursos necesarios para llevar a cabo el proyecto.

**Recursos Humanos.** La clínica psicológica Crece cuenta con el capital humano adecuado que tiene la capacidad, el conocimiento, la experiencia y las habilidades para el manejo de las funciones que se desempeñan dentro de la organización.

**Recursos Organizacionales.** La clínica psicológica Crece autoriza al personal para que esté en disposición de brindar toda la información necesaria y requerida para llevar a cabo este proyecto.

**Recursos Económicos.** La clínica psicológica Crece no cuenta con los recursos necesarios para la realización del proyecto.

Por su parte, el Profesional de la Comunicación y Diseño Gabriela Sofia Alvarado Durante donará la elaboración del folleto digital por un monto de **Q 3682.92**

**Recursos Tecnológicos.** La clínica psicológica Crece cuenta con todo el equipo y las herramientas necesarias para elaborar, producir y distribuir el resultado del proyecto de graduación. Por su parte, el comunicador-diseñador cuenta con las competencias profesionales y el siguiente equipo para llevar a cabo el proyecto:

- Computadora ASUS Rog Zephyrus, FHD de 14 pulgadas de 144 Hz, AMD Ryzen 7 5800HS, NVIDIA GeForce RTX 3060
- Programas de diseño de Adobe, Illustrator, InDesing y Photoshop

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

#### **Objetivo general**

Diseñar un folleto informativo digital para dar a conocer las estrategias del control de la ansiedad que brinda la clínica psicológica Crece a clientes reales y potenciales del mercado guatemalteco.

#### **Objetivos específicos**

- Recopilar la información necesaria, por medio del brief proporcionado por el cliente, acerca de los servicios que la clínica psicológica Crece ofrece para obtener un conocimiento detallado sobre su alcance, metodologías empleadas y modalidades de tratamiento
- Investigar conceptos, teorías y tendencias de diseño para elaborar un folleto informativo digital que transmita de manera precisa, atractiva y coherente los mensajes esenciales relacionados con el control de la ansiedad.
- Elaborar una serie de ilustraciones vectoriales con el objetivo de facilitar la comprensión y la aplicación práctica de las estrategias en la vida cotidiana de los clientes reales y potenciales de la clínica psicológica Crece.

## **Capítulo IV: Marco de Referencia**

### **Información general del cliente**

Fecha de constitución: 24 de marzo 2016

Fecha de inicio: 1 de abril 2016

Fecha de asistencia de los primeros pacientes: 9 de mayo 2016

Contacto: Xiomara Dardón

Teléfono: 41905604

E mail: Crecepsicologia@gmail.com

### **Presentación**

Crece Psicología es una empresa de base católica, por lo que en marzo del 2016 se realizó la bendición de la empresa en la que asistió un grupo pequeño de amigos y conocidos.

La empresa empieza de cero, se renta un local en la zona 1, en el Edificio El Centro (7ª. Avenida 8-56, zona 1, ciudad de Guatemala) en el 8º. Nivel.

En los inicios de la empresa su futuro era incierto debido a que el trabajo realizado que generaba ingresos para la empresa provenía solamente de aquellos pacientes que decidían programar una cita, estos primeros pacientes empezaron en mayo del año en que la empresa se fundó.

El funcionamiento de la empresa en sus primeros seis meses contó con un financiamiento inicial, que fue un ingreso mensual externo a la empresa, del que un porcentaje se utilizaba para el pago de los costos base de la empresa.

La empresa se mudó tres veces. En zona 1 estuvo ubicada desde marzo 2016 hasta el 31 de julio del 2017 cuando se trasladó al Centro Médico I (6ª. Avenida 3-22, zona 10), este traslado se realizó para captar otro tipo de pacientes, por la solidez y profesionalismo que el Centro Médico ofrece hoy en día. En esta localidad la empresa tuvo un crecimiento tanto de pacientes como de ingresos.

El tercer y último traslado se realizó el 13 de septiembre del 2019 cuando se mudó al Edificio Distrito Miraflores zona 11 (19 avenida 2-78, zona 11, ciudad de Guatemala). Este traslado se realiza porque se escucha la queja de varios pacientes de la dificultad que tienen de llegar a Centro Médico por lo difícil del tráfico. Al inicio muchos pacientes que llegaban de las cercanías de zona 10 no estuvieron muy satisfechos, pero al observar la rapidez con que llegaban a Distrito Miraflores se adaptaron muy bien.

Actualmente, la clínica opera en un espacio de coworking, ya que después de la pandemia se vio obligada a cerrar su local físico y continuar atendiendo a los pacientes de forma virtual. Muchos pacientes prefieren las consultas virtuales, ya que les permite evitar el tráfico y el costo de estacionamiento. Para aquellos que desean atención presencial, se ha establecido un día específico en el que se renta una oficina exclusivamente para esas consultas. En la actualidad, la psicóloga es la única profesional que atiende en la clínica, aunque en el futuro se espera poder contar con más psicólogos y personal de apoyo.

### ***Compromiso***

Crece Psicología es una empresa del sector salud comprometida con la atención de la salud emocional y mental de forma integral, ética, humana, con sólidos principios y valores. Dirigida a las personas que buscan ayuda para solucionar situaciones difíciles de la vida

cotidiana, ya sea individual, de pareja, familiar o laboral. Conscientes que nuestra labor genera un impacto positivo para la sociedad.

### ***Promesa***

Ser la clínica de psicología número uno en Guatemala especializada en la atención de ansiedad con la mejor capacitación y herramientas actualizadas para otorgar un servicio de calidad internacional.

### **FODA.**

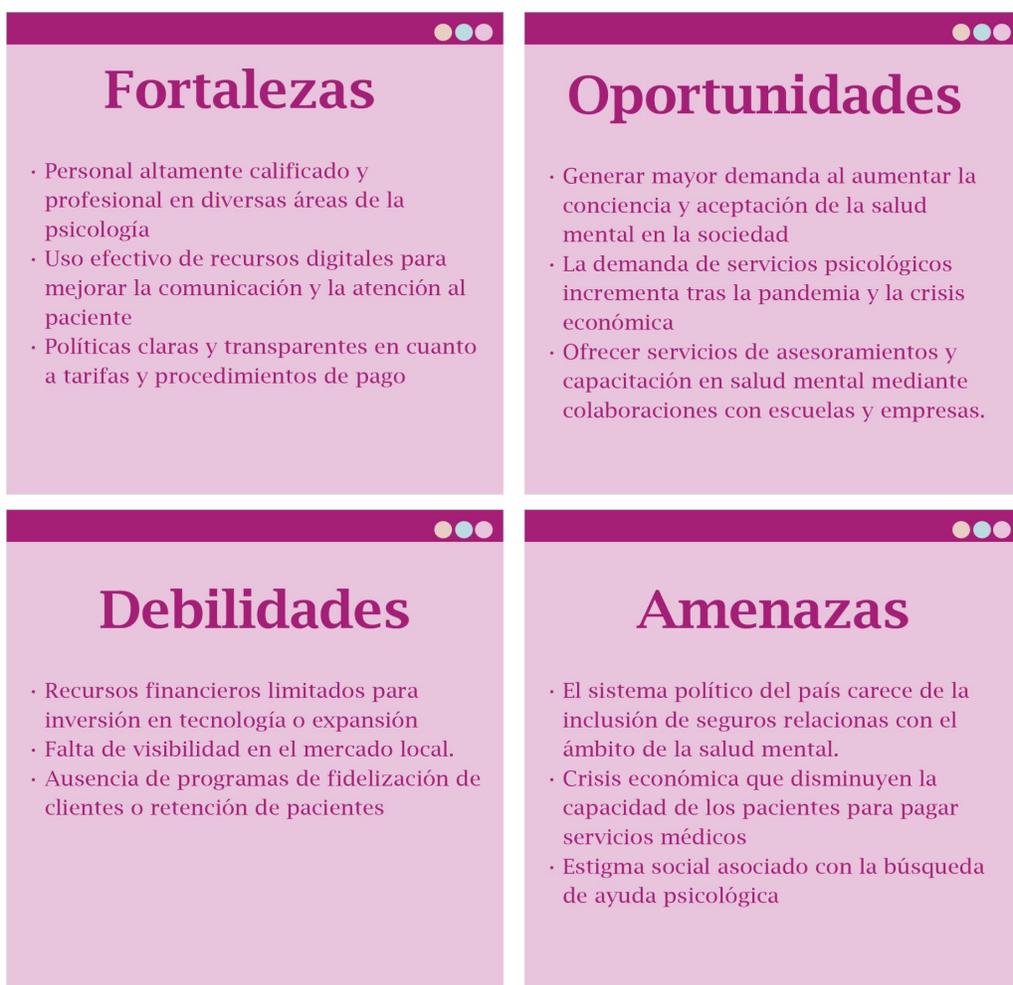


Figura 2. Realizada por Gabriela Alvarado. FODA.

*Ver brief completo en Anexo 2.*

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

El proyecto está dirigido a mujeres y hombres de 20 a 30 años, pertenecientes a los niveles socioeconómicos C1 y C2. Este grupo objetivo se caracteriza por tener una alta motivación hacia el crecimiento personal y profesional, una conciencia notable sobre la importancia de la salud mental, y una disposición para buscar ayuda profesional al enfrentar desafíos emocionales. Además, adoptan una actitud proactiva en el cuidado de su bienestar emocional.

### **Perfil geográfico**

El grupo objetivo reside en áreas cercanas a la Zona 11 o dentro de esta misma, trabaja en zonas adyacentes a la Zona 11, y transita por áreas de alto tránsito peatonal y vehicular. Se divierte y se entretiene en centros comerciales populares como Miraflores y Majadas Once, y disfruta de actividades como ir al cine y utilizar plataformas de streaming como Netflix. El proyecto estará ubicado específicamente en el Distrito Zona 11 de la Ciudad de Guatemala, donde predomina el idioma español y se experimenta un clima cálido y húmedo.

### **Perfil demográfico**

El grupo objetivo está compuesto por mujeres y hombres de 20 a 30 años de edad. Con un NSE C1 y C2, y contempla las expresadas en la tabla de NSE Multivex 2018.

Hombres y mujeres de entre 20 y 30 años, residentes en la Ciudad de Guatemala, especialmente en la Zona 11 y sus alrededores. Las personas pertenecen a un nivel socioeconómico medio-alto y están interesados en mejorar su estilo y calidad de vida. Suelen tener una educación universitaria o superior y ocupaciones profesionales en sectores diversos como la educación, los negocios, la tecnología y los servicios.

Valoran la salud mental y buscan activamente recursos y apoyo para manejar el estrés y la ansiedad, equilibrando sus responsabilidades laborales y personales. Además, están abiertos a la tecnología y utilizan plataformas digitales tanto para entretenimiento como para obtener servicios, lo que hace que la oferta de consultas virtuales de la clínica sea atractiva para ellos.

*Ver tabla completa de NSE en Anexo 3.*

### Perfil psicográfico

Características	Nivel C1	Nivel C2
Infresos	Q25,600.00	Q17,500.00
Educación Padres	Superior. Licenciatura	Superior. Licenciatura
Educación Hijos	Hijos menores colegios privados, mayores en U privadas y postgrado extranjeros con beca	Hijos menores colegios privados, mayores en U privadas o estatal
Desempeño	Ejecutivo medio, comerciante, vendedor	Ejecutivo, comerciante, vendedor, dependiente.
Vivienda	Casa/Departamento rentada o financiado, 2-3 recamaras, 1-2 baños, sala, garaje para dos vehículos.	Casa/Departamento, rentada o financiado, 1-2 recamaras, 1-2 baños, sala
Otras Propiedades	Sitios/Terrenos interior por herencias	
Personal De Servicio	Por Día	Por Día eventual
Servicios Financieros	1-2 Ctas Q monetarios y ahorro, Plazo fijo, TC intl, Seguro colectivo salud	1 Cta Q monetarios y ahorro, 1 TC local
Posesiones	Autos compactos de 3-5 años, asegurados por financiera	Auto compacto de 4-5 años, sin seguro
Bienes de Comodidad	1 Teléfono, 1-2 celulares, cable, internet, equipo de audio, más de 2 TV, Maquina de lavar ropa, computadora/ miembro electrodomésticos básicos.	1 Teléfono fijo, mínimo 1-2 cel, cable, radio, 2 TV, electrodomésticos básicos.
Diversión	Cine, CC, Parques temáticos locales.	Cine, CC, Parques temáticos locales.

Fuente: Niveles Socioeconómicos 2018/Multivex

El grupo objetivo cree en Dios y la familia. Se reúne en organizaciones como iglesias, centros comerciales y clubes de lectura. Valora tanto el trabajo como la diversión, por lo que frecuenta lugares como cines, boliches, el IRTRA y disfruta ver películas en streaming. Rechaza actividades ilícitas y prefiere participar en actividades familiares, laborales o escolares, como pasear con amigos y salir a caminar con su perro.

### **Perfil conductual**

El grupo objetivo tiende a investigar a fondo las clínicas de psicología, buscando recomendaciones y reseñas en línea antes de tomar una decisión. Prefieren servicios que ofrecen atención personalizada y cuentan con profesionales calificados, valorando la empatía y la ética en la atención psicológica.

Son leales a los proveedores de servicios que cumplen con sus expectativas y ofrecen resultados efectivos, pero no dudan en cambiar de proveedor si encuentran mejores opciones o si la calidad del servicio disminuye. Participan activamente en foros y redes sociales, compartiendo sus experiencias y buscando opiniones de otros usuarios sobre diferentes clínicas y tratamientos psicológicos.

El grupo objetivo también aprecia la flexibilidad en las modalidades de atención, favoreciendo aquellas clínicas que ofrecen tanto consultas presenciales como virtuales. Son sensibles a la conveniencia y accesibilidad de los servicios, prefiriendo ubicaciones céntricas y bien conectadas, así como horarios flexibles que se adapten a sus rutinas ocupadas.

Además, buscan activamente materiales digitales que les ayuden a mejorar su estilo de vida, como artículos, videos y cursos en línea sobre bienestar emocional, técnicas de manejo del estrés y la ansiedad, y consejos prácticos para mantener un equilibrio saludable entre la vida personal y profesional.

## **Capítulo VI: Marco teórico**

La creación del folleto para la clínica de psicología Crece requiere una sólida base teórica y conceptual. Es esencial adquirir conocimientos generales sobre la psicología, así como comprender las diversas estrategias para el manejo de la ansiedad que se implementan en la clínica. Además, este folleto es una herramienta clave para que las personas puedan identificar su tipo de ansiedad y recibir el apoyo adecuado.

A continuación, se presentan conceptos fundamentados en el marco teórico del proyecto, los cuales son esenciales para alcanzar los objetivos planteados.

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

#### ***Empresa***

Una empresa es una organización compuesta por personas que gestionan diversos recursos con el fin de obtener un beneficio económico. Este objetivo se alcanza mediante la creación de productos o servicios que satisfacen las necesidades de las personas. (Galán, 2024)

#### ***Psicoterapia***

La psicoterapia es un enfoque para tratar problemas de salud mental conversando con un psicólogo, un psiquiatra u otro proveedor de atención para la salud mental. También se conoce como terapia de conversación, consejería, terapia psicosocial o, simplemente, terapia. (Mayo Clinic, 2023)

#### ***Ansiedad***

Emoción caracterizada por sentimientos de tensión, pensamientos de preocupación y cambios físicos como el incremento de la presión sanguínea. Las personas con desórdenes de ansiedad generalmente tienen pensamientos o preocupaciones intrusivas recurrentes y pueden evitar determinadas situaciones que les causan preocupación. (Amaya, 2024)

### ***Emociones***

Reacciones mentales y físicas que ocurren en la conducta, las sensaciones corporales y la conciencia de las personas, como respuesta a un estímulo importante. Estas reacciones pueden ser tanto mentales como físicas y están integradas en los comportamientos básicos de los individuos. Las emociones forman parte de la vida emocional de las personas y son comunes a todos los seres humanos y muchos animales superiores. (Etecé, 2021)

### ***Comportamiento***

El comportamiento es la manera en que las personas u organismos responden a los estímulos y se relacionan con su entorno. Abarca una amplia gama de acciones y reacciones, tanto voluntarias como involuntarias, que pueden ser observadas y estudiadas. Estas respuestas pueden estar influenciadas por factores internos, como emociones y pensamientos, y por factores externos, como el entorno físico y social. (Porto & Merino, 2022)

### ***Fobia***

Una fobia es un tipo de trastorno de ansiedad caracterizado por un temor fuerte e irracional hacia algo que representa poco o ningún peligro real. Las personas con fobias intentan evitar lo que les provoca miedo y, si no pueden evitarlo, pueden experimentar pánico, miedo, taquicardia, falta de aire, temblores y un fuerte deseo de huir. (National Library of Medicine, 2021)

### ***Trauma psicológico***

Un trauma psicológico es un evento que ha sido percibido como un problema significativo para el paciente desde una perspectiva psicológica. Estos eventos pueden ser repentinos o inesperados, superando la capacidad del individuo para manejar la situación y

perturbando sus marcos de referencia básicos para comprender y enfrentar las situaciones que lo rodean.

Los traumas pueden clasificarse según la acción que los desencadenó, como traumas relacionados con la infancia, la violencia, el duelo, desastres naturales o accidentes. (Top Doctors, 2024)

### ***Trastorno de pánico***

El trastorno de pánico es un tipo de ansiedad que causa ataques de pánico repentinos y recurrentes, con síntomas físicos intensos y sensación de pérdida de control, incluso sin peligro real. Puede llevar a evadir lugares y situaciones donde ocurrieron los ataques, afectando la calidad de vida. Aunque no pone en peligro la vida, sin tratamiento puede conducir a problemas como depresión y abuso de sustancias. (National Library of Medicine, 2024)

### ***Atención Plena***

La atención plena, también conocida como mindfulness, se refiere a un estado mental en el cual se concentra la atención en el momento presente sin juicios ni concesiones. Se trata de percibir los pensamientos, emociones y sensaciones del momento actual sin juzgarlos, permitiendo que fluyan libremente y evitando rumiaciones internas. (Peiró, 2022)

### ***Salud mental***

La salud mental se refiere a nuestro bienestar emocional, psicológico y social, y afecta nuestra forma de pensar, sentir y actuar ante la vida. También influye en cómo manejamos el estrés, nos relacionamos con los demás y tomamos decisiones. Es un aspecto vital en todas las etapas de la vida, desde la infancia y la adolescencia hasta la adultez y la vejez. (National Library of Medicine, 2024)

### ***Relajación Muscular Progresiva***

La relajación muscular progresiva es una técnica que ayuda a relajar los músculos del cuerpo, reduciendo así la tensión o el estrés muscular. Consiste en tensar y relajar un grupo de músculos repetidamente hasta lograr que permanezcan en un estado de relajación. (Relajación Muscular Progresiva, 2022)

### ***Reestructuración Cognitiva***

La reestructuración cognitiva es una técnica utilizada para abordar emociones intensas que generan malestar significativo y afectan la vida diaria de una persona. Esta técnica es efectiva especialmente para enfrentar emociones que surgen de distorsiones cognitivas o errores de pensamiento, como ansiedad, preocupación elevada, ira intensa, culpa paralizante, tristeza y apatía. (AdminThink, 2018)

### ***Desensibilización Sistemática***

La desensibilización sistemática es una técnica psicoterapéutica para tratar la ansiedad. Los pacientes aprenden a enfrentar situaciones ansiógenas, avanzando de lo más fácil a lo más difícil. Basada en el condicionamiento clásico de Joseph Wolpe, reduce la ansiedad al reemplazarla con una respuesta incompatible, como la relajación, lo que disminuye gradualmente la reacción intensa a los estímulos ansiógenos. (Andero, 2017)

### ***Visualización***

La visualización es el proceso de imaginar y experimentar mentalmente cualquier situación que podría ocurrir en la vida real. Esta técnica se utiliza tradicionalmente en el tratamiento de fobias. En estos casos, la visualización permite realizar una exposición a la situación temida sin necesidad de enfrentarse directamente al estímulo fóbico. (Psicología y Coaching, 2018)

***Psicoeducación***

La psicoeducación es una aproximación terapéutica que proporciona al paciente y a sus familiares información específica sobre su enfermedad, tratamiento y pronóstico, basándose en evidencia científica actual y relevante. Es entender el mecanismo de la enfermedad para colaborar efectivamente en los cuidados generales y específicos. (*Psiquiatría*, 2023)

***Diagnóstico***

El diagnóstico es un procedimiento sistemático para identificar problemas basado en observaciones y datos concretos. Incluye una evaluación para facilitar la toma de decisiones y requiere conocimientos teóricos, razonamiento lógico y capacidad de observación objetiva. (Etecé, 2021)

***Evaluación psicológica***

La evaluación psicológica es una disciplina que analiza el comportamiento, la personalidad, las habilidades cognitivas y otras características de individuos, parejas, familias o grupos. Utiliza métodos científicos como tests psicológicos, cuestionarios y observación directa para recopilar e interpretar información. (Universidad Europea, 2022)

***Prevención psicológica***

La prevención psicológica es el conjunto de estrategias y acciones destinadas a reducir la incidencia, duración y discapacidad residual de los trastornos mentales para poder evitar la aparición de problemas de salud mental y promover el bienestar mental en la población. (*Psiquiatría*, 2023)

## Conceptos fundamentales relacionados con la comunicación y el diseño

### *Conceptos fundamentales relacionados con la comunicación*

**Comunicación.** La comunicación es la transmisión de información entre individuos, presente tanto en seres vivos como en sistemas tecnológicos. Todos los seres vivos se comunican mediante señales químicas, sonidos o gestos, pero la comunicación humana se distingue por su uso del lenguaje para transmitir significados complejos. Es esencial para el desarrollo de la vida a todos los niveles, desde el celular hasta las comunidades biológicas. (Farías, 2024)

**Informar.** Transmisión de información de manera clara y precisa, utilizando diversos medios como la palabra hablada, escrita o medios audiovisuales. El objetivo principal de informar es proporcionar a los destinatarios la información necesaria para entender o tomar decisiones sobre un asunto en particular. (Ucha, 2012)

**Procesos de comunicación.** Transmisión efectiva de un mensaje desde un emisor hasta un receptor a través de un canal de comunicación, completando un circuito de intercambio de información. Este proceso puede ocurrir entre distintos seres vivos y puede tomar diversas formas, como el uso del lenguaje en humanos, señales químicas en microorganismos o sonidos no verbales en aves. La comunicación puede ser unidireccional o bidireccional, dependiendo de cómo circule la información. (Etecé, 2024)

**Emisor.** El emisor es quien envía una información para comunicar un mensaje, ya sea una persona o un dispositivo. Es crucial en el proceso de comunicación y puede utilizar medios orales o escritos. (Peiró, 2022)

**Receptor.** El receptor es quien recibe y comprende la información transmitida por el emisor durante la comunicación. Puede ser una persona, un dispositivo o una entidad no humana. Su función es esencial en el proceso comunicativo, ya que interpreta el mensaje transmitido.

**Código.** Conjunto de signos y reglas que se usan para crear y entender mensajes. Estos signos pueden ser palabras, gestos, imágenes, sonidos u otros símbolos. Cuando una persona envía un mensaje, utiliza este código para que la información sea comprensible para quien la recibe. (Peiró, 2022)

**Mensaje.** El mensaje es el objeto de la comunicación que incluye la información enviada por el emisor a través de un medio o canal a uno o más receptores. Comprende tanto el contenido de la información como su presentación. (Porto & Gardey, 2021)

**Canal.** Medio físico a través del cual se transmite información entre un emisor y uno o varios receptores. Es esencial para que el proceso de comunicación ocurra de manera efectiva, permitiendo la transmisión de información mediante elementos tangibles. (Farías, 2024)

**Retroalimentación.** Respuesta que el receptor proporciona al emisor tras recibir un mensaje. Sin embargo, su aplicación no se limita solo a la comunicación, sino que también se emplea en otros contextos como el comportamiento y el ámbito empresarial. (Peiró, 2022)

**Comunicación informativa.** La comunicación informativa es el proceso de transmitir información objetiva y veraz de un emisor a un receptor, con el propósito de informar y proporcionar conocimientos específicos sin buscar influir en las opiniones o emociones del receptor. Se centra en la claridad, precisión y relevancia del contenido comunicado. (ANI, 2021)

**Teoría de la comunicación persuasiva.** La teoría de la comunicación persuasiva se enfoca en cómo los mensajes pueden ser diseñados y transmitidos para influir en las actitudes, creencias y comportamientos de las personas. (Universidad Europea, 2022)

**Teoría de la comunicación interpersonal.** La teoría de la comunicación interpersonal se centra en el intercambio de mensajes entre individuos, enfatizando la importancia de las relaciones y la interacción cara a cara. Esta teoría analiza cómo las personas usan el lenguaje, los

gestos, las expresiones faciales y el tono de voz para transmitir significados y emociones.

(UDIMA, 2023)

**Teoría de la comunicación informativa.** La teoría de la comunicación informativa se enfoca en la transmisión de información de un emisor a un receptor a través de un canal, con el objetivo de proporcionar datos y conocimientos claros y precisos. (Peiró, 2022)

#### **Proceso de comunicación.**



Elaborado por: Gabriela Alvarado Durante

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

**Diseño gráfico.** Es una disciplina que se encarga de crear y combinar elementos visuales, como imágenes, tipografías y colores, para comunicar mensajes de manera efectiva. Este proceso implica la planificación, conceptualización y creación de diseños que pueden ser utilizados en

una variedad de medios, como folletos, carteles, páginas web, logotipos y otros materiales visuales. (De Enciclopedia Significados, 2019)

**Diseño publicitario.** Disciplina que crea elementos visuales y gráficos destinados a promocionar productos, servicios o ideas. Su objetivo es captar la atención del público y comunicar de manera efectiva un mensaje persuasivo a través de anuncios en diversos medios, como impresos, digitales y audiovisuales. (Lautrec, 2024)

**Color.** Percepción visual derivada de la interpretación que el cerebro hace de las diferentes longitudes de onda de la luz. Los colores son fundamentales en el diseño y el arte, ya que influyen en las emociones y percepciones de las personas, y se utilizan estratégicamente para transmitir mensajes y crear ambientes. (Aidar, 2023)

**Composición.** La composición en diseño gráfico se refiere al proceso de organizar elementos visuales dentro de un espacio determinado con el fin de transmitir un mensaje claro y efectivo. (Admin, 2021)

**Creatividad.** Capacidad de generar nuevas ideas, conceptos o asociaciones entre ideas conocidas. Este proceso mental, arraigado en la imaginación, abarca diversos procesos mentales entrelazados que aún no están completamente comprendidos por la fisiología. La creatividad se caracteriza por su originalidad, adaptabilidad y potencial para producir soluciones útiles y valiosas. (Enciclopedia Significados, 2017)

**Retícula.** Estructura geométrica de líneas horizontales y verticales que sirve para organizar elementos visuales en una composición. Actúa como un esqueleto que guía la disposición de texto, imágenes y otros elementos, asegurando coherencia y equilibrio visual en el diseño final. Es una herramienta esencial para lograr composiciones legibles y atractivas en diferentes medios visuales. (MarcosNew, 2022)

**Bocetos.** Diseño preliminar o esbozo que se realiza antes de la versión final de un proyecto. Este puede ser incompleto y menos detallado que la obra final, y se utiliza para explorar ideas, practicar y establecer un camino a seguir en el proceso creativo. Los bocetos son pruebas tentativas que no requieren la misma dedicación que la obra final, pero que son fundamentales para el desarrollo y la realización del proyecto definitivo. (Etecé, 2020)

**Jerarquía visual.** Organiza y prioriza la información visual en función de su importancia relativa. Se logra mediante el uso de elementos visuales como tamaño, color, contraste, posición y estilo para guiar la atención del espectador hacia los elementos más importantes y destacados de una composición. (Llasera, 2024)

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

### ***Ciencias***

**Semiología.** La semiología es la disciplina que estudia los signos y sistemas de signos dentro de la comunicación humana y otros sistemas simbólicos. Esta ciencia analiza cómo se crean, transmiten y reciben los signos, y cómo estos influyen en la comprensión y la interpretación de la realidad.

Entre sus características destacan su enfoque en la lingüística, la antropología y la sociología, así como su interés en diversos medios de comunicación, desde el lenguaje verbal y escrito hasta imágenes, gestos y sonidos. La semiología también explora la relación entre los signos y sus significados, y cómo estos construyen y reflejan las culturas y las sociedades. (Etecé, 2020)

**Sociología.** Estudia las estructuras, dinámicas y relaciones de las sociedades humanas. Se centra en analizar y comprender los fenómenos sociales, las interacciones entre individuos y grupos, así como los conflictos y cambios sociales. Utilizando diversas teorías y metodologías,

la sociología aborda múltiples aspectos de la vida social, como la cultura, la política, la economía, la religión y la vida urbana. (Raiss, 2010)

**Antropología.** Es la ciencia que estudia al ser humano en su totalidad, abordando tanto sus aspectos biológicos como culturales a lo largo del tiempo y el espacio. Se caracteriza por su enfoque holístico e integrador, que abarca la evolución humana, la diversidad cultural, las estructuras sociales, las creencias y prácticas, y la relación del ser humano con su entorno. Utiliza métodos cualitativos y cuantitativos, combinando trabajo de campo etnográfico con análisis comparativos. (Etecé, 2022)

**Psicología.** La psicología es una ciencia social y disciplina académica que se enfoca en el análisis y comprensión de la conducta humana y los procesos mentales experimentados por individuos y grupos sociales. Se interesa por una amplia gama de fenómenos, incluyendo la percepción, motivación, atención, inteligencia, aprendizaje, pensamiento, personalidad, relaciones interpersonales, y el funcionamiento bioquímico del cerebro. (Etecé, 2024)

**Psicología Clínica.** La psicología clínica es una rama de la psicología que se especializa en la evaluación, diagnóstico, tratamiento y prevención de trastornos mentales y problemas emocionales. Los psicólogos clínicos utilizan una variedad de enfoques terapéuticos para ayudar a las personas a enfrentar y superar sus dificultades emocionales. Su objetivo principal es mejorar el bienestar emocional y psicológico de los pacientes. (Regader, 2016)

**Psicología del color.** La psicología del color es un área de estudio que investiga cómo los colores influyen en las percepciones, emociones y comportamientos de las personas. (García-Allen, 2023)

**Lingüística.** Esta disciplina analiza tanto la forma en que se construyen las palabras y las frases, como el significado que estas expresiones tienen en diferentes contextos sociales y

culturales. La lingüística se divide en diversas subdisciplinas, como la fonética, la fonología, la morfología, la sintaxis, la semántica y la pragmática, que se ocupan de estudiar aspectos específicos del lenguaje. (Coelho, 2023)

**Deontología.** Estudio de los deberes y obligaciones éticas, así como de los principios morales que guían la conducta profesional en determinados campos, como la medicina, el derecho, la psicología, entre otros. Su objetivo es establecer normas y principios que orienten la actuación ética de los profesionales en el ejercicio de sus respectivas actividades. (De Enciclopedia Significados, 2018)

**Estadística.** La estadística es una rama de las matemáticas que se encarga de recolectar, analizar, interpretar y presentar datos con el fin de extraer conclusiones y tomar decisiones basadas en la información obtenida.

Sus características principales incluyen la capacidad de trabajar con grandes cantidades de datos, el uso de métodos y técnicas para describir y resumir la información y para hacer inferencias sobre una población a partir de muestras. Además, la estadística emplea herramientas como la probabilidad para medir la incertidumbre y utiliza modelos matemáticos para prever comportamientos y tendencias. (Equipo editorial, Etecé, 2021)

### ***Tecnología***

**Cibernética.** Compara el funcionamiento de las máquinas y los seres vivos, especialmente en lo que respecta a la comunicación y los mecanismos de regulación. También se utiliza como adjetivo para referirse a lo relacionado con la realidad virtual y lo controlado por computadoras. Este campo de estudio se centra en comprender y simular las funciones de comunicación y control presentes en los sistemas, tanto naturales como artificiales. (Porto & Gardey, 2022)

**Illustrator.** Es un programa de diseño gráfico basado en vectores, ampliamente utilizado para la creación de ilustraciones, logotipos, iconos, tipografías, y gráficos complejos. A diferencia de los gráficos rasterizados, los diseños en Illustrator pueden escalar sin perder calidad, lo que lo hace ideal para proyectos que requieren alta resolución, como carteles, folletos, diseños web y materiales publicitarios. (Optimaweb, 2021)

**Issuu.** Es una plataforma digital que permite a los usuarios subir, compartir y visualizar contenido en formato PDF, como revistas, catálogos, folletos, libros y otros documentos. Está diseñada para convertir archivos PDF en publicaciones interactivas y fáciles de leer en línea, con una experiencia de usuario similar a la de una revista física. (1.- ISSU Concepto, Características, Ventajas, Como Subir un Documento Y Como Crear una Revista Digital., s. f.)

### ***Artes***

**Fotografía.** Capturar imágenes mediante la acción de la luz sobre un material sensible, como una película fotográfica o un sensor electrónico en una cámara digital. Consiste en la proyección de la luz que atraviesa un objetivo hacia una superficie fotosensible, donde se registra una imagen que reproduce con fidelidad visual una escena o un objeto. (Bembibre, 2016)

**Arte visual.** Formas tradicionales como la pintura, escultura, dibujo y grabado, así como manifestaciones más contemporáneas surgidas de las revoluciones industrial y tecnológica, como la fotografía, el arte urbano, el videoarte y el arte digital. Inicialmente utilizado para referirse a expresiones que requerían atención visual. (Sojo, 2024)

**Artes gráficas.** Creación de diversos elementos visuales mediante técnicas de dibujo, grabado y métodos vinculados con la imprenta. Este campo abarca procesos artísticos destinados

a concebir y desarrollar diseños, utilizando medios para transferir imágenes a un sustrato, lo que resulta en una expresión artística. (Serarols, 2024)

**Arte digital.** El arte digital es una forma de expresión artística que se desarrolla en el ámbito virtual, utilizando herramientas informáticas y manifestándose en medios digitales. A diferencia del arte tradicional, no se materializa físicamente y puede incluir elementos sensoriales como sonidos y animaciones. (Del Diseño, 2021)

**Tipografía.** Diseñar y componer letras, números y otros caracteres para crear textos impresos o digitales. Involucra la selección y combinación de diferentes tipos de letras, así como el manejo del espaciado, la alineación y otras características visuales para lograr una presentación estética y legible del texto. (Santos, 2023)

**Ilustración.** Arte de crear imágenes o dibujos que acompañan, explican o adornan un texto, una narrativa o cualquier otro tipo de contenido visual. Estas imágenes, conocidas como ilustraciones, pueden ser realizadas en diversos medios, como el dibujo a mano, la pintura, la digitalización o una combinación de técnicas. (Arteneo, 2021)

### ***Teorías***

**Teoría del color.** Explora los principios científicos, psicológicos y culturales detrás de la interacción de los colores, su formación, percepción y aplicación en diversas áreas como el arte, el diseño y la comunicación visual. Esta disciplina abarca conceptos como la síntesis aditiva y sustractiva de colores, la rueda cromática. (Villalobos, 2023)

**Teoría de la Gestalt.** Enfoque psicológico que examina cómo las personas perciben y organizan la información visual en patrones significativos y coherentes. Explora principios como la ley de la buena forma, la ley de la similitud, la ley de la proximidad y la ley de la continuidad

estas explican cómo el cerebro humano tiende a agrupar elementos visuales para formar totalidades significativas. (Salvato, 2023)

**Teoría del recorrido visual.** Enfoque en psicología y diseño que analiza cómo los ojos de una persona se mueven a través de un estímulo visual, como una imagen o una página web. Se basa en la idea de que hay patrones predecibles en la forma en que las personas escanean y procesan la información visual. (Bustios, 2021)

### *Tendencias*

**Ilustraciones con texturas realistas.** Se centra en la incorporación de texturas realistas en las ilustraciones, lo que añade una nueva dimensión visual a las imágenes. Esta práctica implica el uso de imágenes de texturas de la vida real, como madera, tela o piedra, integrándose en los diseños para crear una sensación táctil y realista que cautiva al espectador. Al agregar texturas, se mejora el atractivo visual de las ilustraciones, se crea contraste y se añade un toque de realismo, lo que hace que los diseños sean más identificables y memorables.

**Minimalista y abstracto.** Por la constante afluencia de información y estímulos, los diseños minimalistas y abstractos se están volviendo una tendencia popular en el diseño gráfico. Esta tendencia se centra en la simplicidad y el uso de elementos mínimos para transmitir un mensaje o idea de manera efectiva. El minimalismo y la abstracción permiten simplificar ideas complejas, haciéndolas más comprensibles para la audiencia, y generar un fuerte impacto visual con pocos elementos.

**Ilustraciones a mano.** Hace que los diseños sean más auténticos y humanos. Estas ilustraciones actúan como una firma personal, ayudando a los usuarios a sentirse más conectados emocionalmente con lo que ven. A diferencia de las imágenes de stock, las ilustraciones a mano apelan a las emociones y crean una experiencia visual más genuina. Además, el uso del espacio

en blanco realza estas ilustraciones al crear un contraste que las hace más visibles y atractivas.

### *Tablero de tendencias*



Imagen 3. Realizada por Gabriela Alvarado Durante. Tablero de tendencias que desglosa las tendencias de Ilustraciones con texturas realistas, minimalista y abstracto e ilustraciones a mano.

*Elaborado a partir de la investigación en Anexo IV.*

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

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

Con el fin de realizar el proyecto de graduación y alcanzar los objetivos propuestos en el capítulo III de manera correcta, se emplearán los conocimientos y conceptos adquiridos en ciencias, teorías, artes y tendencias. Estos elementos serán aplicados de manera estratégica para el desarrollo del folleto informativo digital para la clínica psicológica Crece, asegurando así una propuesta fundamentada y acorde a los estándares actuales.

A continuación, se describe la aplicación desarrollada:

#### ***Comunicación***

La comunicación consiste en la transmisión de información entre un emisor y un receptor a través de un medio o canal específico. Además, la retroalimentación del receptor completa el ciclo comunicativo. La creación de un folleto informativo digital representa una forma visual y textual de comunicar estrategias para el control de la ansiedad. Mediante el uso de elementos visuales, como colores, formas y tipografía, junto con contenido textual, se puede transmitir de manera efectiva las estrategias de control de la ansiedad que ofrece la clínica de psicología Crece.

#### ***Diseño gráfico***

El diseño es una disciplina que integra arte, creatividad y tecnología para comunicar mensajes visuales de manera efectiva. En el desarrollo del proyecto de graduación, el diseño gráfico es fundamental para la creación de un folleto informativo sobre estrategias para el control de la ansiedad. Este enfoque asegura que el folleto sea visualmente atractivo para el lector, facilitando así la comprensión y el impacto del contenido presentado.

### ***Semiología***

La semiología, ciencia que estudia los signos, lenguas y códigos, desempeña un papel fundamental en el proyecto al fortalecer los aspectos de diseño y comunicación, simplificando la comprensión del mensaje. En la creación del folleto informativo para la Clínica de Psicología Crece, la semiología es esencial. La cuidadosa selección de colores, formas, signos visuales, símbolos, elementos gráficos y tipografías permite evocar asociaciones emocionales y transmitir mensajes subconscientes a los espectadores. Además, la semiología posibilita una comunicación visual clara y coherente.

### ***Psicología del color***

Estudio de los colores en relación con el comportamiento humano es necesario para fortalecer la percepción del público. En el folleto informativo, se emplea para transmitir el mensaje adecuado mediante la paleta de colores que cuenta la Clínica psicológica. Esta elección busca generar un atractivo visual y captar la atención del usuario al interactuar con el material.

### ***Ilustración***

La ilustración es una representación visual que acompaña y complementa un texto. Su uso en el folleto informativo enriquece el contenido, proporcionando un aspecto visual que facilita la comprensión y hace que la comunicación sea más accesible para el lector.

### ***Tipografía***

La tipografía es el arte y técnica de diseñar, organizar y utilizar tipos de letras en un medio visual, con el objetivo de hacer el contenido legible y estéticamente agradable. En este proyecto de graduación se involucra la selección de fuentes, el tamaño de la letra, el espaciado entre caracteres y líneas, así como la disposición del texto, para mejorar la presentación y la comunicación efectiva del mensaje.

### ***Minimalismo***

El minimalismo se caracteriza por la simplicidad y la eliminación de elementos innecesarios. En el folleto informativo se emplea únicamente los recursos indispensables, con el objetivo de facilitar la comprensión del contenido por parte del lector.

### ***Ilustraciones***

Las ilustraciones son representaciones visuales creadas para acompañar y complementar textos, se utilizan en el folleto para enriquecer la comunicación y facilitar la comprensión del contenido por parte del lector.

### ***Conceptualización***

La conceptualización servirá de referencia para la elaboración de todos los elementos que irán colocados en el proyecto, Diseño folleto informativo digital para dar a conocer las estrategias del control de la ansiedad que brinda la clínica psicológica Crece a clientes reales y potenciales del mercado guatemalteco.

### ***Método***

La Flor de Loto. El método creativo “la Flor de Loto” fue creada por Yasuo Matsumura, y usada principalmente para establecer de una forma gráfica las asociaciones mentales que se hacen para llegar a ideas creativas, mediante la conexión de múltiples conceptos, compilando información y realizando su análisis desde un tema central hacia afuera.

El método La Flor de Loto, funciona de la siguiente forma: Se basa en un diagrama visual que explora un concepto central mediante una estructura de seis pétalos que rodean un núcleo. Este enfoque facilita la organización y la visualización de problemas complejos al desglosarlos en aspectos manejables y relacionados. Sus ventajas incluyen estimular la creatividad,

simplificar la resolución de problemas y fomentar la colaboración mediante un formato visual accesible.

Se debe llevar el siguiente esquema:

- El primer paso consiste en identificar y definir claramente el concepto central o el problema que se desea explorar. Este tema se coloca en el núcleo del diagrama de la Flor de Loto.
- Se dibuja un diagrama visual con un núcleo central rodeado por seis pétalos. Cada pétalo representa un aspecto relacionado con el tema central.
- En cada uno de los seis pétalos, se identifican y escriben aspectos o subtemas que se derivan del tema central.
- Se exploran ideas y soluciones adicionales para cada subtema en los pétalos. Cada aspecto puede ser desglosado aún más, repitiendo el proceso de los pasos anteriores si es necesario.
- Finalmente, se revisa el diagrama completo para sintetizar las ideas generadas. Se analizan las conexiones entre los aspectos y se utilizan las ideas desarrolladas para el desarrollo del proyecto.

Con estos pasos, se debe completar la solución del problema planteado.

### ***Definición del concepto***

Para el proyecto Diseño folleto informativo digital para dar a conocer las estrategias del control de la ansiedad que brinda la clínica psicológica Crece a clientes reales y potenciales del mercado guatemalteco. Se aplicó la técnica de creatividad titulada la flor de loto. Se desarrollaron los siguientes pasos:

- Se creó una Flor de Loto con su centro y pétalos para establecer el tema principal y palabras relacionadas con él.
- En el centro, se colocó el tema central del proyecto de graduación de una manera simplificada para evitar saturación.
- En los pétalos, se escribieron palabras asociadas al tema, seleccionando términos que las personas relacionan fácilmente con dicho tema.
- Una vez completada la flor, se analizaron las palabras reunidas.
- Finalmente, se llegó al concepto que servirá como base para el diseño.



Imagen 4: Método de conceptualización utilizado. Realizada por Gabriela Alvarado

De la aplicación de la técnica creativa se llegó a la conclusión que el concepto de diseño se basará en la frase **“Una guía paso a paso para controlar la ansiedad”**.

De igual forma la frase se incluirá en el material presentado como parte de la portada del folleto.

## Bocetaje

Con base en la frase “Cómo manejar la ansiedad: una guía paso a paso” se procede a realizar el proceso de bocetaje, pasando por las siguientes variantes: Tabla de requisitos, bocetaje de diagramación o bocetaje inicial, bocetaje formal y digitalización de la propuesta.

### *Tabla de requisitos*

<b>Elemento gráfico</b>	<b>Propósito</b>	<b>Técnica</b>	<b>Emoción</b>
Color	Identificar a la Clínica de Psicología Crece y lograr un equilibrio visual mediante el uso del contraste.	Adobe Color y Adobe Illustrator proporcionan herramientas avanzadas para analizar y seleccionar colores apropiados para el proyecto.	Confianza, empatía y calma
Tipografía	Mostrar jerarquías de forma visual. Facilitar e incentivar la lectura de los textos mediante un diseño claro y atractivo, utilizando tipografía legible y	Utilizar mayúsculas con kerning ajustado en los títulos y aplicar negrita para resaltar los puntos clave.	Confianza y seriedad

	adecuada.		
Vectores	Acompañar las técnicas de relajación con vectores, facilitando así su comprensión.	Adobe Illustrator es un programa especializado en el desarrollo vectorial.	Claridad y conexión
Diagramación	Estructura jerárquica clara y legible.	Las herramientas de Adobe Illustrator facilitan el desarrollo de una composición jerárquica clara y ordenada.	Claridad y calma
Elementos gráficos	Aplicar los lineamientos y recursos gráficos, como el imagotipo de la Clínica de Psicología, para garantizar coherencia y reconocimiento en el diseño.	Se emplea Adobe Illustrator para implementar los lineamientos y recursos gráficos en el folleto.	Simpatía y seguridad

**Bocetaje****Propuesta 1 Portada.**

## Propuesta 1 Hoja de contenido.

**Cuestionario de auto diagnóstico:**

Decoración

Texto

Título

Cuestionario de auto diagnóstico: El cuestionario está elaborado para que puedas identificar qué clase de ansiedad es la que estás experimentando.

Instrucciones: Responde a cada inciso de forma espontánea y honesta de manera general no pensando en situaciones específicas.

Diseño de hoja

Pregunta

Texto

Experimentas ansiedad de la nada? (Por favor contesta si, solamente si no tienes fobias, si tiene fobia no responder este inciso)

Si

No

Diseño de página

Decoración

**Propuesta 1 Portada interior.**

**Propuesta 1 Contraportada.**

**Propuesta 2 Portada.**

## Propuesta 2 Primera página.

# Título Cuestionario Auto diagnóstico

El cuestionario está elaborado para que puedas identificar qué clase de ansiedad es la que estás experimentando.

Instrucciones: Responde a cada inciso de forma espontánea y honesta de manera general no pensando en situaciones específicas.

1 Experimentas ansiedad de la nada? (Por favor contesta si, solamente si no tienes fobias, si tiene fobia no responder este inciso)

Si NO

2 ¿Has experimentado por lo menos un episodio de ansiedad, del último mes a la fecha?

Si NO

3 Has tenido un episodio de ansiedad (un episodio de ansiedad es cuando tú sientes en un periodo de tiempo una ansiedad fuerte) durante el último mes a la fecha y te sentiste preocupado de tener otro episodio de ansiedad? O te preocupaste que el episodio de ansiedad pudiera afectar tu salud física o mental? (con uno que tenga poner si)

Si NO

4 En tu peor experiencia de ansiedad, has tenido más de 3 de los siguientes síntomas:

- Falta de aliento o sensación de falta de aire
- Mareos o sensación de inestabilidad
- Palpitaciones o taquicardia
- Temblores
- Sudoración
- Asfixia
- Náuseas o malestar
- Hacer algo fuera de control

↑ Texto

↙ Diseño de página

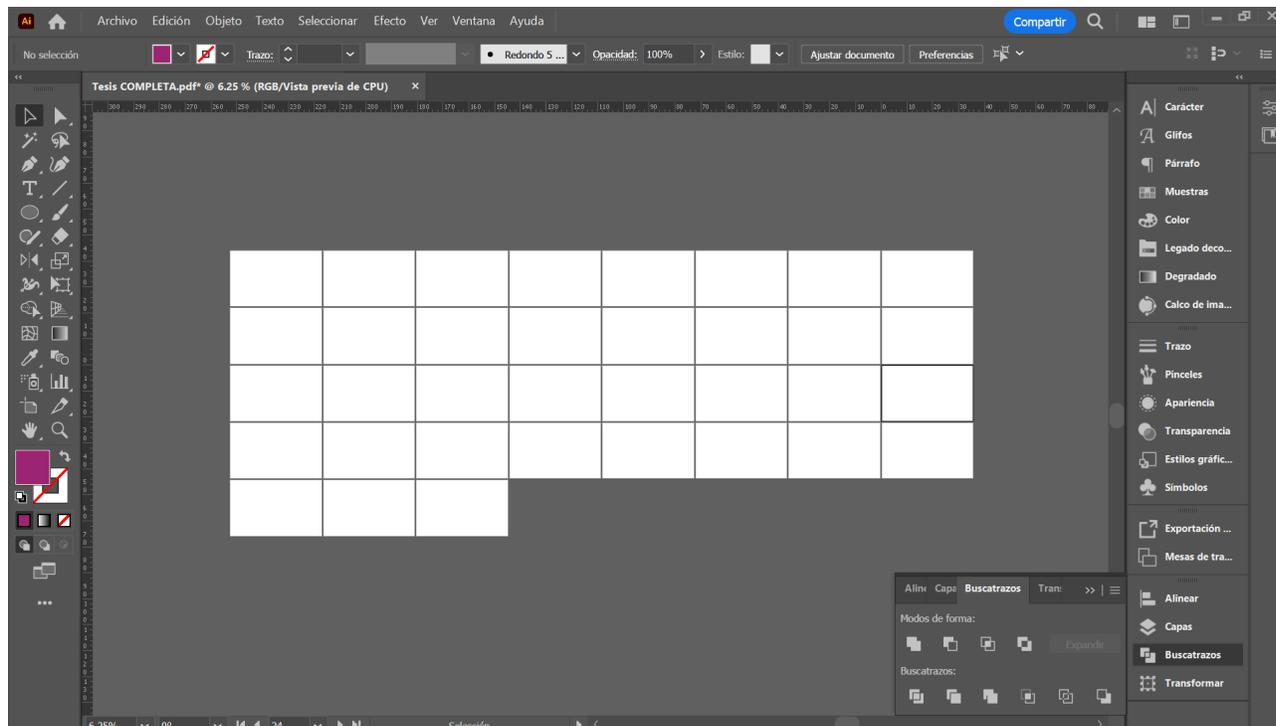
**Propuesta 2 Página de título.**



**Propuesta 2 Contraportada.**

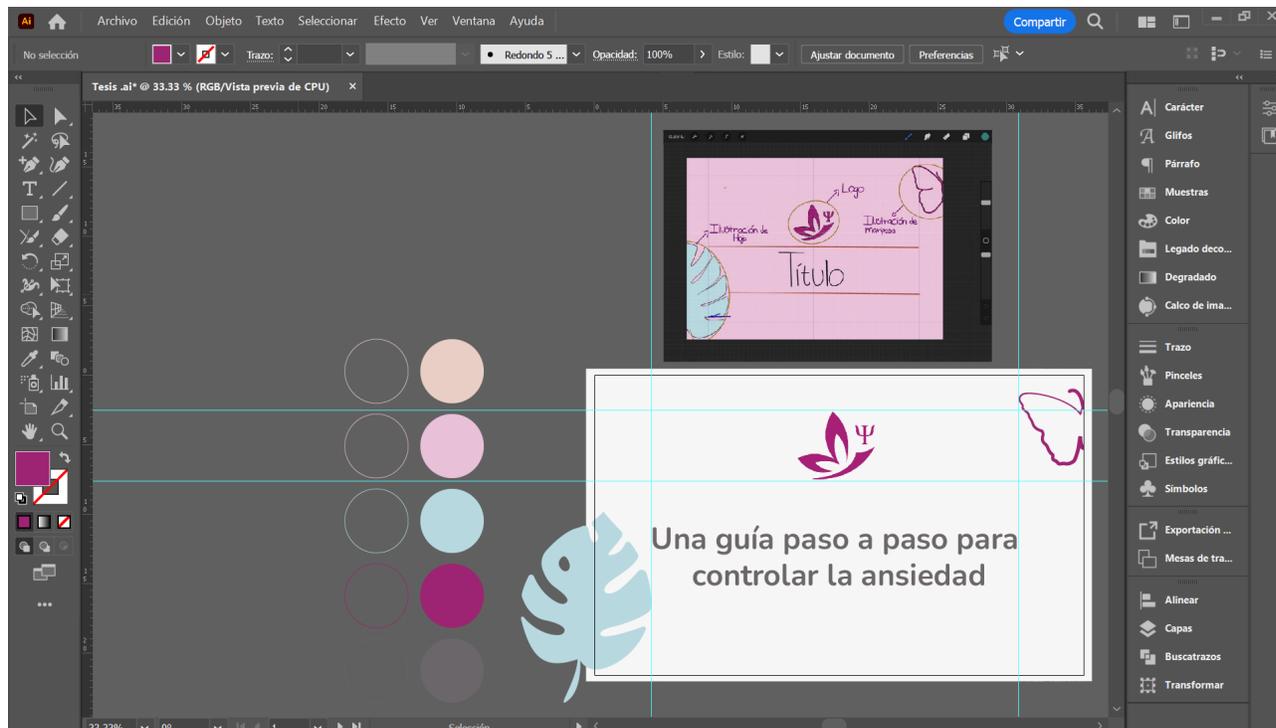
## *Proceso de digitalización de los bocetos.*

### Mesas de trabajo



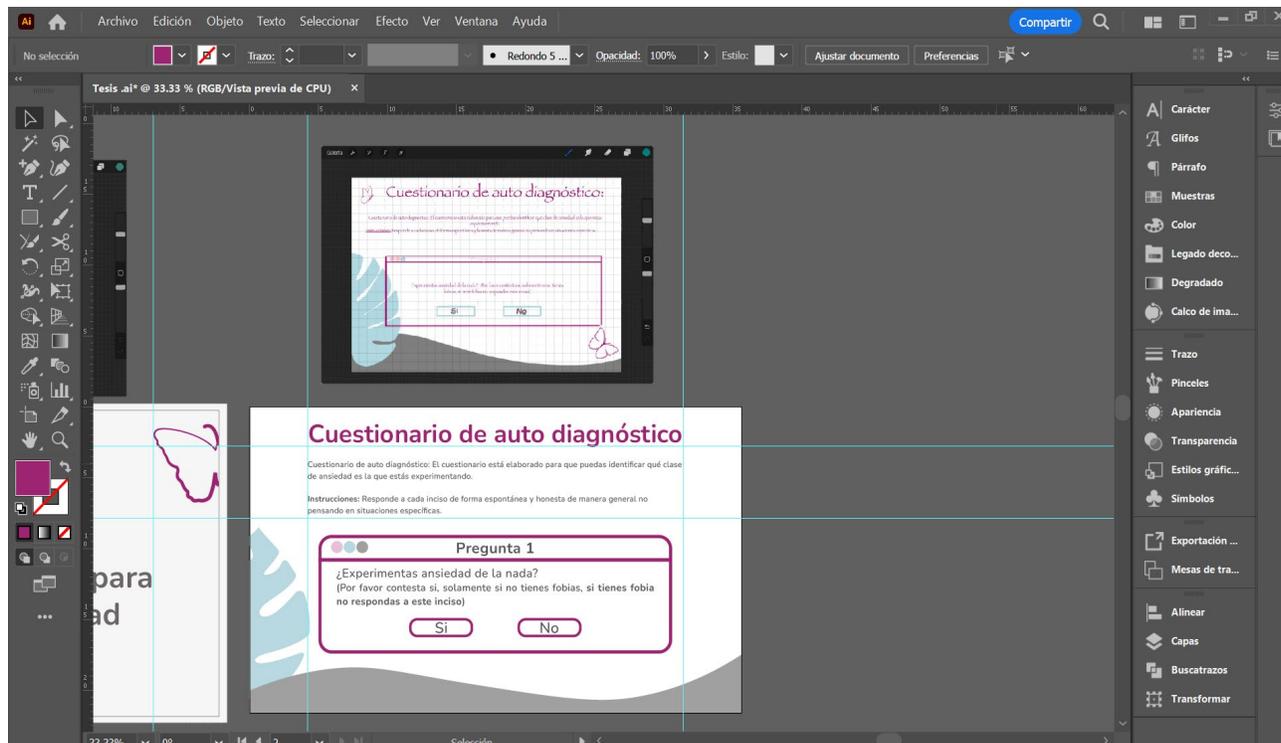
Se inició el proceso abriendo Adobe Illustrator y creando mesas de trabajo con las dimensiones de 21.6 x 35.6 cm, que corresponden al tamaño legal en formato horizontal. Además, se establecieron márgenes de 0.8 cm entre cada mesa de trabajo.

## Portada

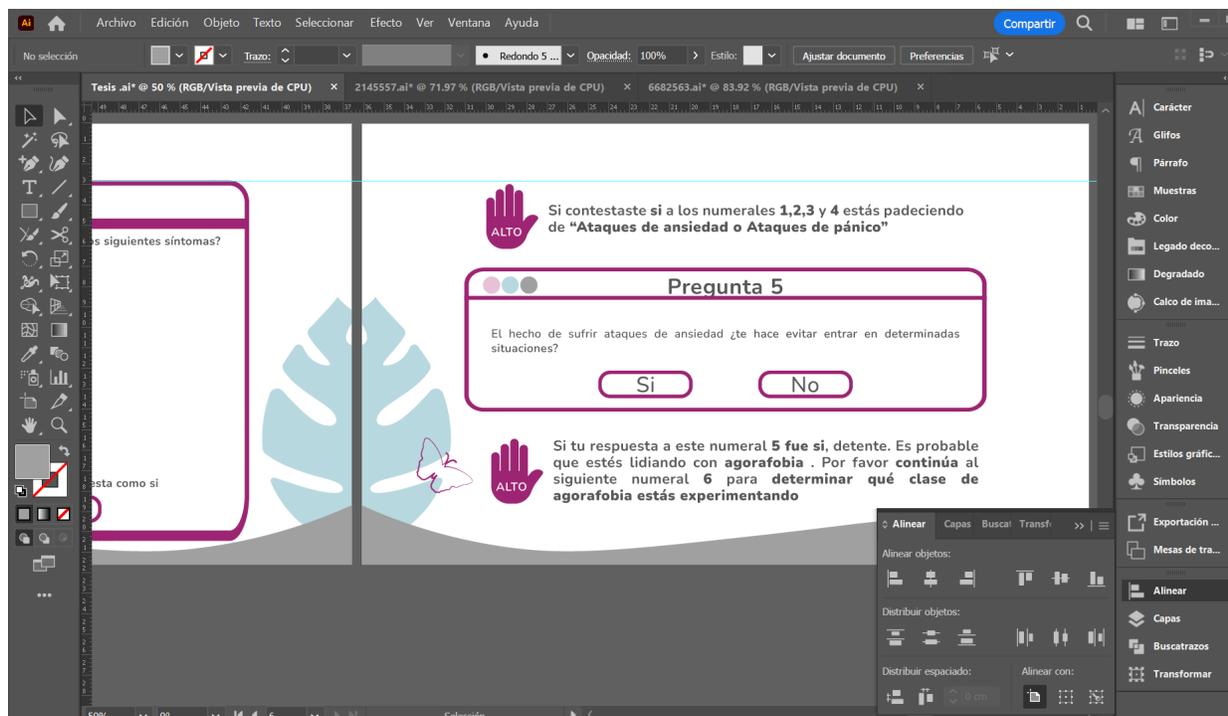


Se diseñó la portada del folleto, que presenta el logo de la clínica para facilitar la identificación de su origen, así como el título del folleto, que proporciona una idea clara del contenido. El diseño se elaboró con un enfoque amigable para captar el interés de los lectores, considerando que el tema es delicado y es fundamental que los usuarios lo perciban de manera accesible y acogedora.

## Cuestionario de autodiagnóstico

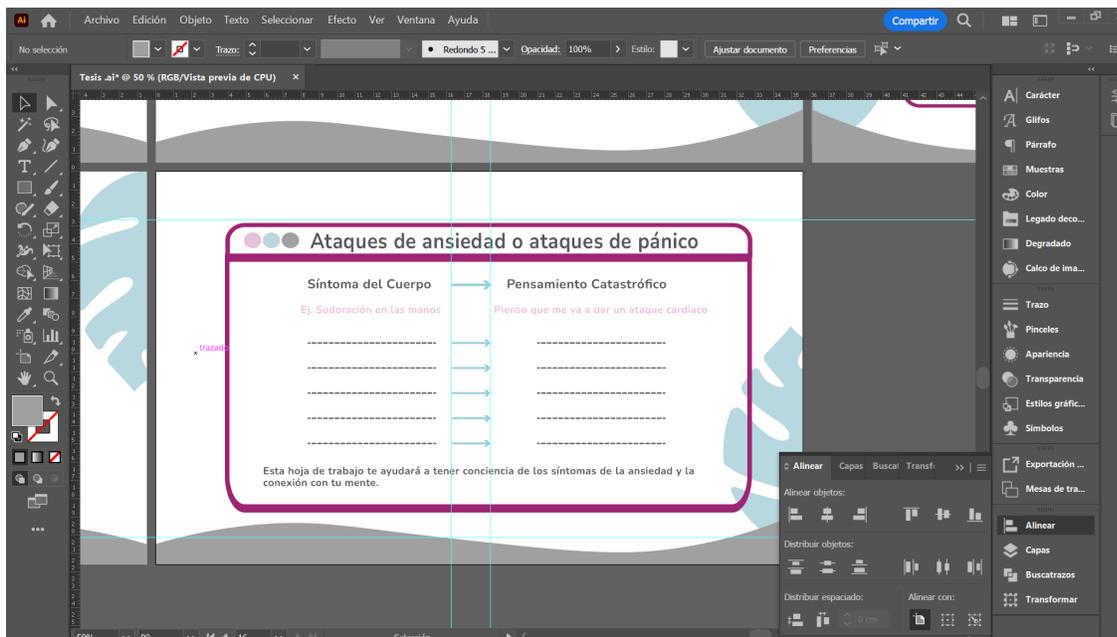
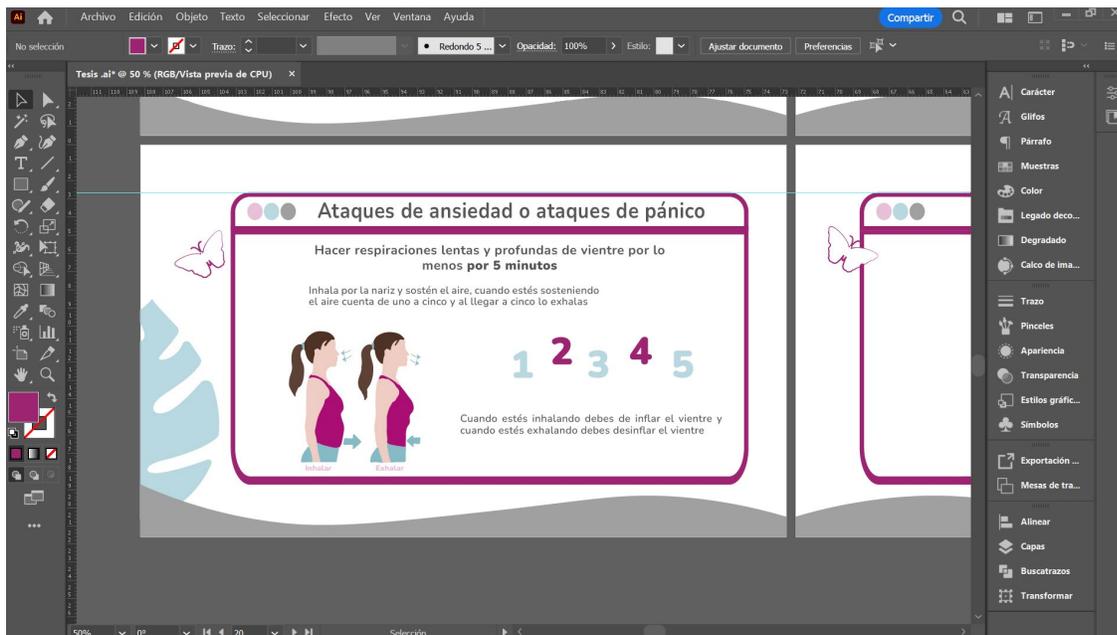


Se inició el diseño del cuestionario de autodiagnóstico, destinado a ayudar a las personas a identificar su tipo de ansiedad. En todo el folleto se mantiene una línea gráfica uniforme para garantizar una coherencia visual, asegurando que cada sección del folleto se complementa.



Se diseñó una gráfica de una mano con la indicación ALTO para captar la atención de los lectores e incentivarlos a leer la instrucción. Esta sección es fundamental para identificar el tipo de ansiedad que cada persona está experimentando. El diseño visual fue seleccionado para garantizar que los usuarios se detengan y presten especial atención a esta información crucial.

## Estrategias



Se diseñaron estrategias para controlar la ansiedad, con el objetivo de proporcionar a las personas pautas claras sobre cómo reducir los niveles de ansiedad.

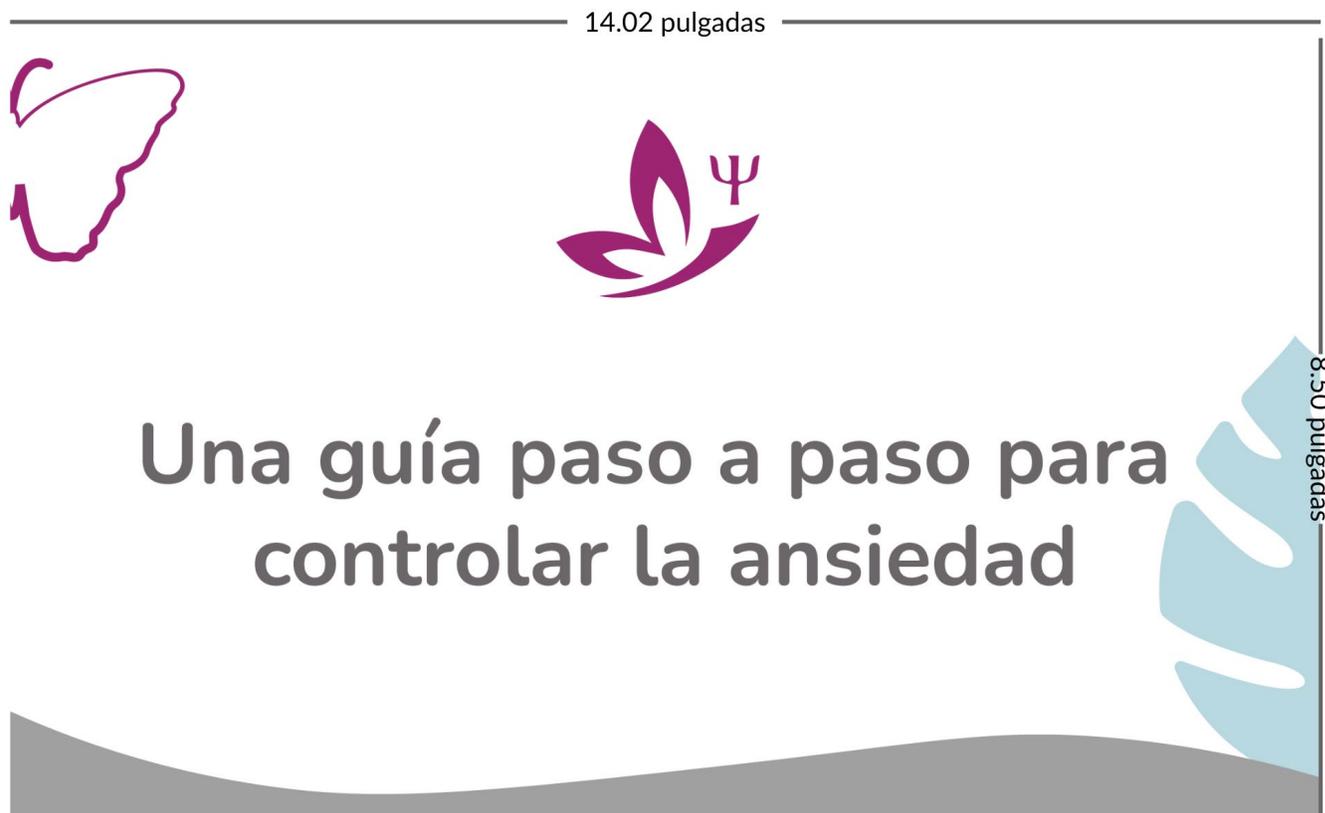
## Definiciones



Se diseñaron la portada y las páginas dedicadas a las definiciones de los diferentes tipos de ansiedad, con el propósito de facilitar la comprensión de estos términos para los lectores.

## Propuesta preliminar

### *Portada*



Se diseñó la portada del folleto, que presenta el logo de la clínica para facilitar la identificación de su origen, así como el título del folleto, que proporciona una idea clara del contenido con las dimensiones 21.6 x 35.6 cm, que corresponden al tamaño legal en formato horizontal.

## Cuestionario autodiagnóstico

14.02 pulgadas

### Cuestionario de autodiagnóstico

Cuestionario de auto diagnóstico: El cuestionario está elaborado para que puedas identificar qué clase de ansiedad es la que estás experimentando.

**Instrucciones:** Responde a cada inciso de forma espontánea y honesta de manera general no pensando en situaciones específicas.



Pregunta 1

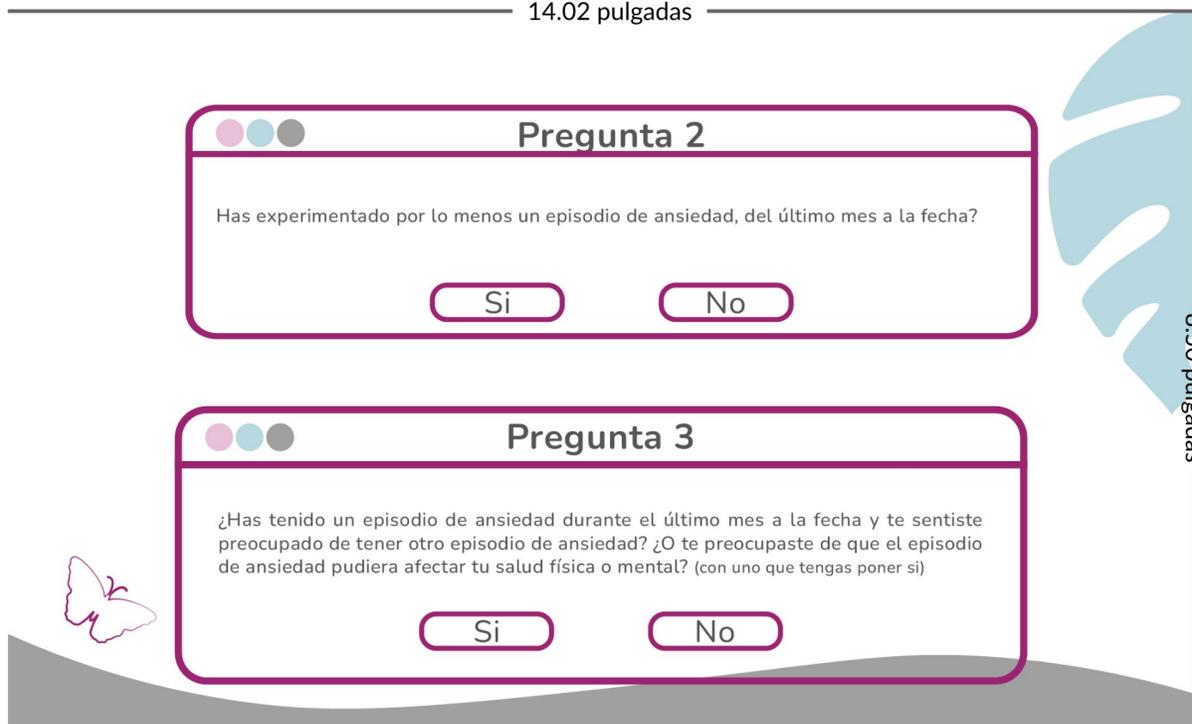
¿Experimentas ansiedad de la nada?  
(Por favor contesta si, solamente si no tienes fobias, si tienes fobia no respondas a este inciso)

Si No

8.50 pulgadas

En las páginas de autodiagnóstico, se presenta una herramienta diseñada para ayudar a las personas a identificar el tipo de ansiedad que están experimentando.

14.02 pulgadas



**Pregunta 2**

Has experimentado por lo menos un episodio de ansiedad, del último mes a la fecha?

Si  No

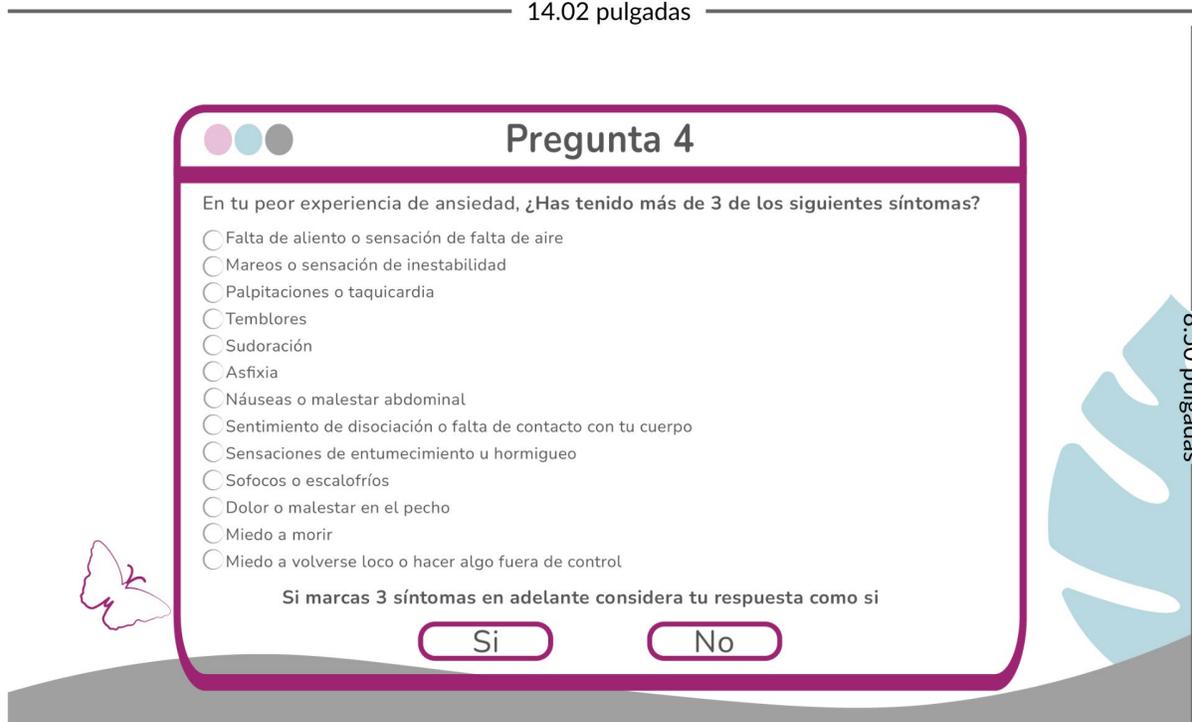
**Pregunta 3**

¿Has tenido un episodio de ansiedad durante el último mes a la fecha y te sentiste preocupado de tener otro episodio de ansiedad? ¿O te preocupaste de que el episodio de ansiedad pudiera afectar tu salud física o mental? (con uno que tengas poner si)

Si  No

8.50 pulgadas

14.02 pulgadas



**Pregunta 4**

En tu peor experiencia de ansiedad, ¿Has tenido más de 3 de los siguientes síntomas?

- Falta de aliento o sensación de falta de aire
- Mareos o sensación de inestabilidad
- Palpitaciones o taquicardia
- Temblores
- Sudoración
- Asfixia
- Náuseas o malestar abdominal
- Sentimiento de disociación o falta de contacto con tu cuerpo
- Sensaciones de entumecimiento u hormigueo
- Sofocos o escalofríos
- Dolor o malestar en el pecho
- Miedo a morir
- Miedo a volverse loco o hacer algo fuera de control

Si marcas 3 síntomas en adelante considera tu respuesta como si

Si  No

8.50 pulgadas

14.02 pulgadas



## Pregunta 6

¿Cuál de las siguientes situaciones evitas? Porqué tienes miedo al pánico

- |  |  |
|--|--|
| <input type="radio"/> Ir lejos de casa                             | <input type="radio"/> Estar en lugares altos                                 |
| <input type="radio"/> Ir de compras a al supermercado              | <input type="radio"/> Ir al consultorio de un dentista un médico             |
| <input type="radio"/> Estar de pie en la fila de un supermercado   | <input type="radio"/> Sentarse en el sillón de un barbero o de una estilista |
| <input type="radio"/> Ir a grandes almacenes o centros comerciales | <input type="radio"/> Conducir por autopistas                                |
| <input type="radio"/> Conducir por las calles lejos de casa        | <input type="radio"/> Comer en restaurantes                                  |
| <input type="radio"/> Conducir sólo a cualquier lugar              | <input type="radio"/> Yendo a trabajar                                       |
| <input type="radio"/> El transporte público                        | <input type="radio"/> Estar demasiado lejos de una persona o lugar seguro    |
| <input type="radio"/> Cruzar puentes                               | <input type="radio"/> Estar solo   |
| <input type="radio"/> Atravesar túneles                            | <input type="radio"/> Como conductor o pasajero                              |
| <input type="radio"/> Como conductor o pasajero                    | <input type="radio"/> Salir de tu casa                                       |
| <input type="radio"/> Volando en aviones                           | <input type="radio"/> Otros  |
| <input type="radio"/> Ir en un ascensor                            |  |

El número de situaciones que marcaste en la lista anterior indica el alcance y el grado de tu agorafobia y las actividades en que te limita.



8.50 pulgadas

14.02 pulgadas



## Pregunta 6

¿Cuál de las siguientes situaciones evitas? Porqué tienes miedo al pánico

- |  |  |
|--|--|
| <input type="radio"/> Ir lejos de casa                             | <input type="radio"/> Estar en lugares altos                                 |
| <input type="radio"/> Ir de compras a al supermercado              | <input type="radio"/> Ir al consultorio de un dentista un médico             |
| <input type="radio"/> Estar de pie en la fila de un supermercado   | <input type="radio"/> Sentarse en el sillón de un barbero o de una estilista |
| <input type="radio"/> Ir a grandes almacenes o centros comerciales | <input type="radio"/> Conducir por autopistas                                |
| <input type="radio"/> Conducir por las calles lejos de casa        | <input type="radio"/> Comer en restaurantes                                  |
| <input type="radio"/> Conducir sólo a cualquier lugar              | <input type="radio"/> Yendo a trabajar                                       |
| <input type="radio"/> El transporte público                        | <input type="radio"/> Estar demasiado lejos de una persona o lugar seguro    |
| <input type="radio"/> Cruzar puentes                               | <input type="radio"/> Estar solo   |
| <input type="radio"/> Atravesar túneles                            | <input type="radio"/> Como conductor o pasajero                              |
| <input type="radio"/> Como conductor o pasajero                    | <input type="radio"/> Salir de tu casa                                       |
| <input type="radio"/> Volando en aviones                           | <input type="radio"/> Otros  |
| <input type="radio"/> Ir en un ascensor                            |  |

El número de situaciones que marcaste en la lista anterior indica el alcance y el grado de tu agorafobia y las actividades en que te limita.



8.50 pulgadas

14.02 pulgadas



Si tu respuesta a la **pregunta 5** fue **no**, pero si, **si tienes fobias continúa.**

● ● ●

### Pregunta 7

¿Evitas ciertas situaciones no porque tienes miedo de entrar en pánico sino porque tienes miedo de qué otras personas te avergüencen o te evalúen negativamente lo que posteriormente podría llevarte a entrar en pánico?

Si
No

8.50 pulgadas



Si tu respuesta al numeral **7** fue **si**. Es **probable** que estés **lidiando con fobia social** consulta la **pregunta 8** para **determinar el alcance de tu fobia social.**

14.02 pulgadas

● ● ●

### Pregunta 8

¿Cuál de las siguientes situaciones evitas por miedo a avergonzarte o humillarte a ti mismo?

- Sentarte en cualquier tipo de grupo por ejemplo en el trabajo en las aulas de la escuela en organizaciones sociales o en grupos de autoayuda
- Dar una charla o presentación ante un pequeño grupo de personas
- Dar una charla o presentación ante un grupo grande de personas
- Fiestas y funciones sociales
- Usar baños públicos
- Comer delante de los demás
- Escribir o firmar tu nombre en presencia de otras personas
- Tener una cita
- Cualquier situación en la que puedas decir algo tonto
- Otros:

**El número de situaciones que marcaste anteriormente indica en qué medida se extiende tu fobia social las actividades que te limita**

8.50 pulgadas



Si tus respuestas a las preguntas **5** y **7** fueron **no**, pero **tienes otras fobias continúa**

14.02 pulgadas



### Pregunta 9

Temes y evitas alguno o más de uno de los siguientes incisos:

- Insectos o animales como arañas abejas
- serpientes ratas murciélagos o perros
- Alturas pisos altos en edificios cimas de
- colinas o montañas niveles altos
- Conduciendo
- Túneles
- Puentes
- Ascensores
- Aviones volando
- Doctores o dentistas
- Truenos o relámpagos
- Agua
- Sangre
- Inyecciones o procedimientos médicos
- Enfermedades como ataques cardíacos o cáncer
- Oscuridad
- Otros:



8.50 pulgadas

14.02 pulgadas



### Pregunta 10

¿Sientes altos grados de ansiedad, generalmente sólo cuando tienes que encarar una de las situaciones descritas en el numeral 9?

Si

No



Si marcó **uno o más** elementos en el numeral 9 y respondió **si al numeral 10** está lidiando con una **fobia específica**, ya no sigas. **Sino continúe**

8.50 pulgadas

14.02 pulgadas



**Pregunta 11**

¿Te sientes bastante ansioso la mayor parte del tiempo, pero no tienes ataques de pánico definidos no tienes fobias y no tienes obsesiones o compulsiones específicas?

Si  No

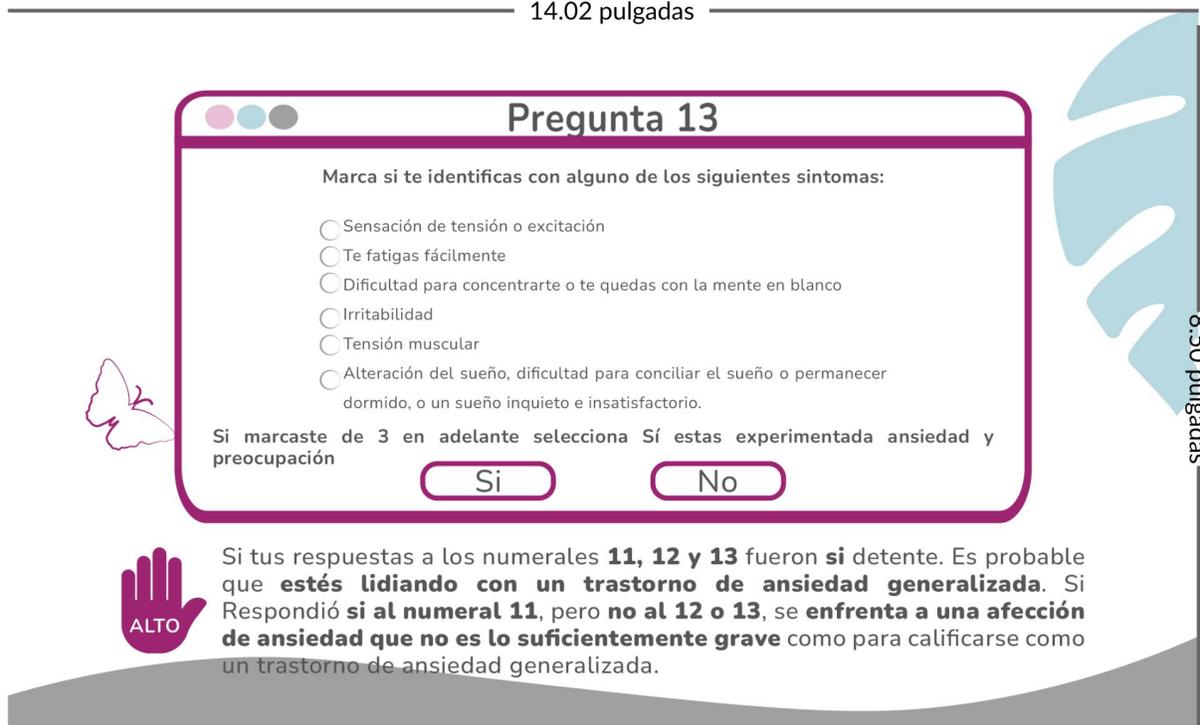
**Pregunta 12**

¿Has sido propenso a preocuparte excesivamente? Durante al menos los últimos seis meses

Si  No

8.50 pulgadas

14.02 pulgadas



**Pregunta 13**

Marca si te identificas con alguno de los siguientes síntomas:

- Sensación de tensión o excitación
- Te fatigas fácilmente
- Dificultad para concentrarte o te quedas con la mente en blanco
- Irritabilidad
- Tensión muscular
- Alteración del sueño, dificultad para conciliar el sueño o permanecer dormido, o un sueño inquieto e insatisfactorio.

Si marcaste de 3 en adelante selecciona Sí estas experimentada ansiedad y preocupación

Si  No



ALTO

Si tus respuestas a los numerales **11, 12 y 13** fueron **si** detente. Es probable que **estés lidiando con un trastorno de ansiedad generalizada**. Si Respondió **si** al numeral **11**, pero **no al 12 o 13**, se **enfrenta a una afección de ansiedad que no es lo suficientemente grave** como para calificarse como un trastorno de ansiedad generalizada.

8.50 pulgadas

14.02 pulgadas



### Pregunta 14

¿Tienes Pensamientos intrusivos recurrentes, como, por ejemplo, lastimar o dañar a un pariente cercano, estar contaminado con suciedad o una sustancia tóxica, temor de haber olvidado cerrar la puerta o apagar un electrodoméstico, o una desagradable fantasía de catástrofe? ¿Reconoces que estos pensamientos son irracionales, pero no puedes evitar que entren en tu mente?



### Pregunta 15

¿Realizas acciones rituales como lavarte las manos, comprobar o contar para aliviar la ansiedad por miedos irracionales que entran en tu mente?

8.50 pulgadas

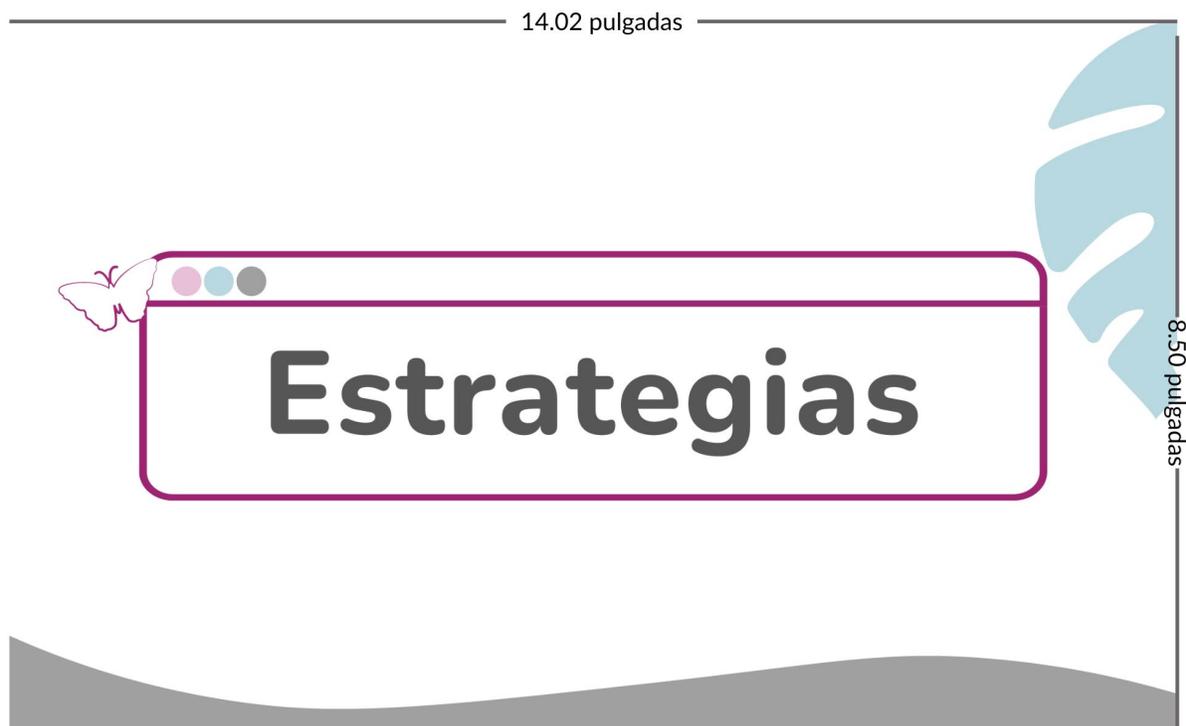
14.02 pulgadas

Si tu respuesta al numeral **14** fue **sí** pero no al numeral **15**, probablemente estés lidiando con un trastorno **obsesivo-compulsivo** o **sólo tengas obsesiones** (Dirígete a la sección de estrategias). Si respondiste **si** a las **preguntas 14 y 15** probablemente estés lidiando con un **trastorno obsesivo-compulsivo** tanto con obsesiones como con compulsiones (Dirígete a la sección de estrategias).

Si respondiste **no** al numeral **14 y 15** y la mayoría de todas las preguntas anteriores, pero todavía continúas sintiendo ansiedad o síntomas relacionado a la ansiedad puedes estar experimentando **estrés postraumático** o una **condición de ansiedad no específica**, en este caso es importante que busques ayuda profesional.

8.50 pulgadas

## *Estrategias*



En las páginas de estrategias, se presentan las técnicas específicas para cada tipo de ansiedad, con el objetivo de que las personas conozcan las herramientas que pueden ayudarles a reducir o controlar su ansiedad.

14.02 pulgadas

### Ataques de ansiedad o ataques de pánico

En esta hoja de trabajo, escribe en la columna izquierda los síntomas físicos que experimentas, y en la columna derecha, anota los pensamientos catastróficos que te surgen al experimentar cada síntoma.



#### Síntoma del Cuerpo

#### Pensamiento Catastrófico

Ej. Sudoración en las manos → Pienso que me va a dar un ataque cardiaco

-----	→	-----
-----	→	-----
-----	→	-----
-----	→	-----
-----	→	-----

Esta hoja de trabajo te ayudará a tener conciencia de los síntomas de la ansiedad y la conexión con tu mente.

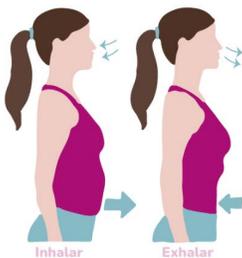
8.50 pulgadas

14.02 pulgadas

### Ataques de ansiedad o ataques de pánico

Haz respiraciones lentas y profundas de vientre por lo menos **por 5 minutos**

Inhala por la nariz y sostén el aire, cuando estés sosteniendo el aire cuenta de uno a cinco y al llegar a cinco lo exhalas

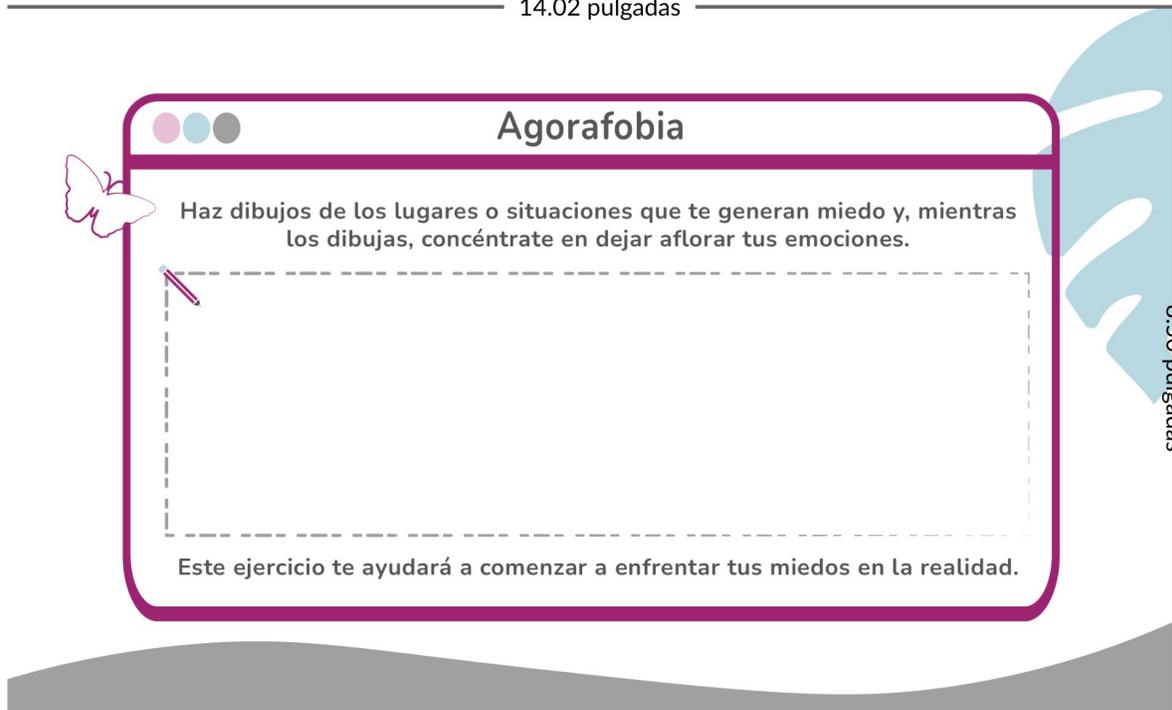


1 2 3 4 5

Cuando estés inhalando debes de inflar el vientre y cuando estés exhalando debes desinflar el vientre

8.50 pulgadas

14.02 pulgadas



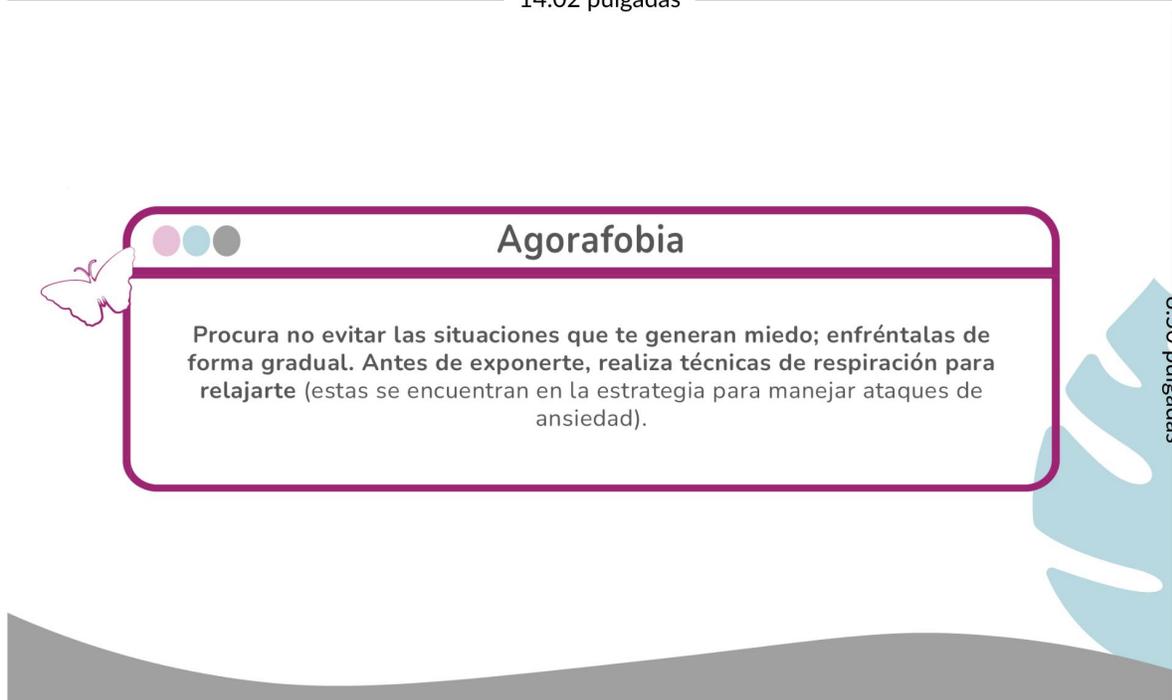
### Agorafobia

Haz dibujos de los lugares o situaciones que te generan miedo y, mientras los dibujas, concéntrate en dejar aflorar tus emociones.

Este ejercicio te ayudará a comenzar a enfrentar tus miedos en la realidad.

8.50 pulgadas

14.02 pulgadas



### Agorafobia

Procura no evitar las situaciones que te generan miedo; enfréntalas de forma gradual. Antes de exponerte, realiza técnicas de respiración para relajarte (estas se encuentran en la estrategia para manejar ataques de ansiedad).

8.50 pulgadas

14.02 pulgadas



## Fobia social

Antes de realizar cada uno de los ejercicios siguientes hacer respiraciones profundas que se encuentra en la estrategia de ansiedad por lo menos por 1 min

**No importa si no comentas o hablas lo importante es que te reúnas**

 <b>Día 1</b> Reunirte por 15 minutos con 2 o 3 personas por lo menos 2 veces al día	 <b>Día 2</b> Reúnete con grupos de 4 a 5 personas por 40 minutos 1 vez al día
 <b>Día 3</b> Reúnete con un grupo de 10 personas por 15 minutos	 <b>Día 4</b> Reúnete con un grupo de 12 personas por 45 minutos

Repite los pasos del 1 al 4, procurando hacer al menos un comentario cada día según el inciso en el que te encuentres. Luego, continúa repitiendo estos pasos, aumentando progresivamente la cantidad de comentarios o extendiendo tus intervenciones.

8.50 pulgadas

14.02 pulgadas



## Fobia social

- Escribe en una hoja de papel lo que has sentido internamente
 
- Léelo 3 veces
 
- De manera segura, quema el papel, imaginando que el humo se lleva con él tu fobia social.
 

8.50 pulgadas

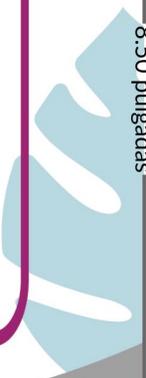
14.02 pulgadas



## Fobia específica

- 1 Realiza una respiración lenta y profunda utilizando el vientre (tal como se indica en la estrategia para ataques de ansiedad). Durante la inhalación, tensa todos los músculos de tu cuerpo y mantén esta tensión mientras retienes el aire. Al exhalar, libera completamente la tensión muscular.
- 2 Identifica y escribe los pensamientos que te causan miedo y ansiedad, y reemplázalos con pensamientos objetivos que te aporten paz y bienestar.

Pensamientos	
Que generan miedo	Mas objetivos que generan bienestar
	



8.50 pulgadas

14.02 pulgadas



## Fobia específica

- 3 **Exposición gradual:** comienza trabajando en tu imaginación con las situaciones u objetos que te provocan fobia. Luego, observa revistas, películas o series relacionadas con esas situaciones. Finalmente, enfrenta la situación o el objeto en la vida real, tomando las precauciones necesarias según el tipo de fobia que tengas.



8.50 pulgadas

14.02 pulgadas



## Ansiedad generalizada

- 1 Hacer ejercicio diario por lo menos 20 minutos.
- 2 Practica respiraciones lentas y profundas, siguiendo las indicaciones de la hoja para ataques de ansiedad, durante al menos 3 minutos.
- 3 Cambia las creencias negativas por pensamientos objetivos y positivos. Para hacerlo, identifica el momento en que surge la creencia negativa y sustitúyela por un pensamiento positivo.
- 4 Exposición a la preocupación: consiste en imaginar los peores escenarios relacionados con lo que te preocupa. Durante estos escenarios imaginarios, se aplican estrategias para reducir la ansiedad, como respiraciones profundas, sustitución de pensamientos negativos por positivos, ejercicio físico, entre otras.

8.50 pulgadas

14.02 pulgadas



## Ansiedad generalizada

- 5 Disminuir las conductas de preocupación: consiste en reemplazar comportamientos preocupantes por alternativas más saludables. Por ejemplo, si sueles llamar varias veces al día a tu esposa o hijos para confirmar que están bien, reduce gradualmente la frecuencia de estas llamadas y busca otras formas de manejar tu inquietud.
- 6 Practicar la resolución de problemas: Consiste en adoptar un enfoque sistemático para abordar y resolver las preocupaciones que te afectan. En lugar de centrarte en la preocupación misma, dirige tu atención hacia la búsqueda de soluciones prácticas. Si no existe una solución viable, enfócate en ajustar tu actitud, aceptando lo que no puedes cambiar y manteniendo tu tranquilidad.
- 7 Entre las técnicas de distracción para apartarse de la preocupación se incluyen conversar con un amigo, mejorar el jardín, cocinar, hacer rompecabezas, entre otras actividades.

8.50 pulgadas

14.02 pulgadas




## Trastorno obsesivo-compulsivo

**1** Practica técnicas de relajación, como la respiración lenta y profunda (descrita en la página de ataques de ansiedad), durante al menos un minuto, y realiza ejercicio físico diario.



**2** Trabaja en tus pensamientos: Cuando surja un pensamiento compulsivo, contrástalo con una explicación racional, recordando que es solo un pensamiento pasajero y sin importancia.




8.50 pulgadas

14.02 pulgadas




## Trastorno obsesivo-compulsivo

**3** Técnica de exposición y prevención de la respuesta: Esta técnica implica enfrentarse a situaciones que exacerban las obsesiones, al mismo tiempo que se evita llevar a cabo el ritual asociado.

Por ejemplo, si se tiene una obsesión con la limpieza para eliminar microbios o bacterias, se puede exponerse a tocar tierra y resistir la urgencia de lavarse las manos tanto como sea posible. Es importante aplicar esta técnica con precaución, evitando situaciones en las que sea necesario mantener las manos limpias por razones prácticas, como al comer, cuidar a un bebé o atender a una persona enferma.



8.50 pulgadas

14.02 pulgadas



## Estrés postraumático

1

Respiración abdominal y técnicas progresivas de relajación muscular: Consiste en realizar respiraciones lentas y profundas mientras se tensa y relaja gradualmente cada grupo muscular. Este enfoque ayuda a reducir la tensión y promover una sensación general de calma.



2

Identifica los pensamientos de miedo o depresivos y reemplázalos con pensamientos constructivos y compasivos hacia ti mismo. Además, es fundamental buscar apoyo en grupos que puedan ofrecerte ayuda y comprensión.

8.50 pulgadas

14.02 pulgadas



## Fobia social

● Escribe en una hoja de papel lo que has sentido internamente



● Léelo 3 veces

● De manera segura, quema el papel, imaginando que el humo se lleva con él tu fobia social.



8.50 pulgadas

## *Definiciones*



En las páginas de definiciones se explican detalladamente los distintos tipos de ansiedad, permitiendo a las personas una comprensión más precisa del tipo de ansiedad que experimentan.

14.02 pulgadas



## Definiciones



**Ansiedad:** Es una respuesta natural al estrés, que puede variar desde una ligera inquietud hasta un miedo abrumador. Aunque es normal en situaciones estresantes, si se vuelve excesiva y persistente, puede ser un trastorno de ansiedad, con síntomas como nerviosismo, tensión, ritmo cardíaco acelerado, respiración rápida, sudoración y dificultad para concentrarse.

**Ataque de pánico:** Es un episodio repentino de miedo intenso que provoca reacciones físicas graves sin una causa aparente. Los síntomas incluyen palpitaciones, sudoración, temblores, dificultad para respirar, dolor en el pecho, mareo y miedo a perder el control o morir. Aunque breves, estos ataques pueden ser muy perturbadores y llevar a evitar ciertas situaciones por temor a que se repitan.

8.50 pulgadas

14.02 pulgadas



## Definiciones



**Agorafobia:** Es un trastorno de ansiedad caracterizado por un miedo intenso a estar en situaciones donde sería difícil escapar o recibir ayuda en caso de un ataque de pánico. Las personas con agorafobia suelen evitar lugares como multitudes, transporte público o espacios abiertos, lo que puede limitar gravemente su vida. En casos graves, pueden no salir de casa. Los síntomas incluyen miedo extremo, ansiedad, ataques de pánico y la necesidad de estar acompañados fuera de casa.

**Fobia social:** La fobia social, también conocida como trastorno de ansiedad social, es un trastorno de ansiedad caracterizado por un miedo intenso y persistente a situaciones sociales o de desempeño en las que la persona teme ser juzgada, avergonzada o humillada. Este miedo puede ser tan abrumador que interfiere significativamente con la vida cotidiana.

8.50 pulgadas

14.02 pulgadas



## Definiciones

**Fobia específica:** miedo persistente e irracional hacia un objeto o situación particular que generalmente no representa un peligro real. Este miedo provoca una respuesta de ansiedad inmediata y puede llevar a la persona a evitar activamente el objeto o la situación temida. Dentro de las fobias específicas más comunes están: A los animales, a las alturas, a los elevadores, a los aviones, a los doctores o dentistas, al trueno y al rayo, a la sangre y a las enfermedades. Pueden haber otras.

**Ansiedad generalizada:** El Trastorno de Ansiedad Generalizada (TAG) se caracteriza por una preocupación excesiva y persistente sobre diversos temas, eventos o actividades. Las personas con TAG suelen anticipar desastres sin motivo aparente y tienen dificultades para controlar su preocupación. A diferencia de otros trastornos, no se asocia con ataques de pánico, fobias u obsesiones. Los síntomas más comunes incluyen tensión, fatiga, dificultad para concentrarse, irritabilidad, tensión muscular y problemas para dormir.

8.50 pulgadas

14.02 pulgadas



## Definiciones

**Trastorno obsesivo-compulsivo:** Ansiedad caracterizada por pensamientos intrusivos y recurrentes (obsesiones) que causan ansiedad, y comportamientos repetitivos (compulsiones) que la persona siente impulsada a realizar para aliviar esa ansiedad.

**Estrés postraumático:** Ansiedad que aparece después de experimentar o presenciar un evento traumático. Se caracteriza por recuerdos intrusivos, pesadillas, evitación de situaciones relacionadas con el trauma, y síntomas de hiperalerta, que interfieren significativamente con la vida diaria.

8.50 pulgadas

**Contraportada**

En la contraportada se incluye el logo y las redes sociales de la clínica para evitar la saturación de información en el folleto. Esto proporciona una vía adicional para que los lectores obtengan más información y se contacten a través de las redes sociales. Este folleto será enviado por la licenciada a sus pacientes y también se publicará en las redes sociales por medio de un link de issue.

## Capítulo VIII: Validación técnica

Al finalizar la propuesta preliminar de Diseño folleto informativo digital para dar a conocer las estrategias del control de la ansiedad que brinda la clínica psicológica Crece a clientes reales y potenciales del mercado guatemalteco, se dará inicio al proceso de validación técnica, mostrando el proyecto a clientes, expertos y grupo objetivo. El instrumento de validación será la encuesta personal, en ellas se crearán preguntas cerradas y calificación basada en la escala de Likert.

Las encuestas se realizan de forma virtual a través de Google Forms para clientes, grupo objetivo y expertos.

El enfoque del trabajo de investigación es mixto, por cuanto se utilizará el enfoque cuantitativo y cualitativo. El primero servirá para cuantificar los resultados de la encuesta aplicada a los sujetos y a través del enfoque cualitativo se intentará evaluar el nivel de percepción de los encuestados con respecto a la propuesta del diseño.

La herramienta a utilizar es una encuesta de respuesta múltiple que se aplicará al cliente, a veinte personas, hombres y mujeres del grupo objetivo de 20 a 30 años de edad y a cinco expertos en el área de comunicación y diseño.

## **Población y muestreo**

Para asegurar que el instrumento proporciona resultados útiles y relevantes para el proyecto, se realizó una encuesta a un total de 26 personas, distribuidas en tres grupos distintos, que son los siguientes:

### ***Cliente***

Este grupo estuvo conformado por una única persona, la Licenciada Xiomara Dardón, psicóloga de la Clínica Crece. Sus comentarios son de gran importancia, ya que su experiencia permitirá verificar que tanto la información del folleto como el diseño comuniquen de manera precisa y efectiva el mensaje deseado.

### ***Expertos***

Se contó con la colaboración de cinco especialistas en comunicación y diseño: Licenciado Daniel Cifuentes, Licenciada Adriana Marroquín, Licenciado Mario Jacobo Maldonado, Licenciada Ingrid Ordoñez, Licenciado David Castillo. Quienes ofrecieron una perspectiva técnica y profesional en el desarrollo del folleto. Sus aportaciones serán fundamentales para mejorar el aspecto visual del folleto preliminar y asegurar su efectividad en la comunicación.

### ***Grupo objetivo***

Para el grupo objetivo, se incluyó a 20 individuos, tanto mujeres como hombres, de entre 20 a 30 años. Estos pertenecen a los sectores socioeconómicos C1 y C2, y valoran la salud mental, buscando activamente recursos y apoyo para manejar el estrés y la ansiedad, mientras equilibran sus responsabilidades

## Método e instrumentos

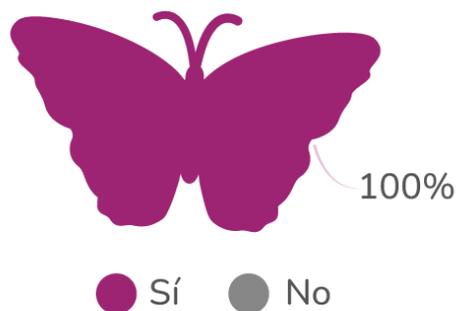
La herramienta que se usará es la encuesta. La encuesta consiste en un procedimiento a través del que se recopilan datos por medio de un cuestionario previamente diseñado. Dentro de la encuesta se usará el método de la escala tipo Likert. Esta escala consiste en una forma psicométrica usada comúnmente en cuestionarios. Se colocan distintos grados o niveles en los que el encuestado estará de acuerdo o en desacuerdo con una declaración, pregunta o ítem y posteriormente se procesan los resultados obtenidos. Este es un método cualitativo y produce datos descriptivos.

Así mismo se hará uso de preguntas dicotómicas en las que el encuestado responderá “Sí” o “No”, según considere.

## Resultados e interpretación de resultados

### *Parte Objetiva*

¿Considera usted necesario diseñar un folleto informativo digital para dar a conocer las estrategias del control de la ansiedad que brinda la clínica psicológica Crece a clientes reales y potenciales del mercado guatemalteco?



● ● ●
**Pregunta 1**

Interpretación: El 100% de las personas considera necesario diseñar un folleto informativo digital para dar a conocer las estrategias del control de la ansiedad que brinda la clínica psicológica Crece a clientes reales y potenciales del mercado guatemalteco

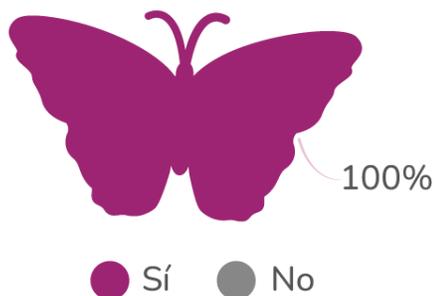
¿Considera importante recopilar la información necesaria, por medio del brief proporcionado por el cliente, acerca de los servicios que la clínica psicológica Crece ofrece para obtener un conocimiento detallado sobre su alcance, metodologías empleadas y modalidades de tratamiento?



### Pregunta 2

Interpretación: El 100% de las personas considera importante recopilar la información necesaria, por medio del brief proporcionado por el cliente, acerca de los servicios que la clínica psicológica Crece ofrece para obtener un conocimiento detallado sobre su alcance, metodologías empleadas y modalidades de tratamiento

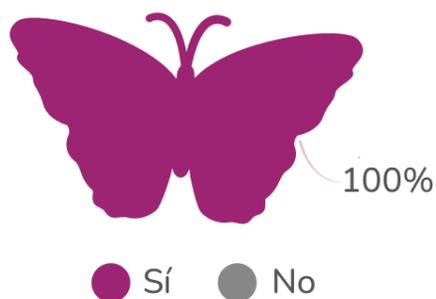
¿Considera adecuado investigar conceptos, teorías y tendencias de diseño para elaborar un folleto informativo digital que transmita de manera precisa, atractiva y coherente los mensajes esenciales relacionados con el control de la ansiedad?



### Pregunta 3

Interpretación: El 100% de las personas considera adecuado investigar conceptos, teorías y tendencias de diseño para elaborar un folleto informativo digital que transmita de manera precisa, atractiva y coherente los mensajes esenciales relacionados con el control de la ansiedad

¿Considera adecuado elaborar una serie de ilustraciones vectoriales con el objetivo de facilitar la comprensión y la aplicación práctica de las estrategias en la vida cotidiana de los clientes reales y potenciales de la clínica psicológica Crece?

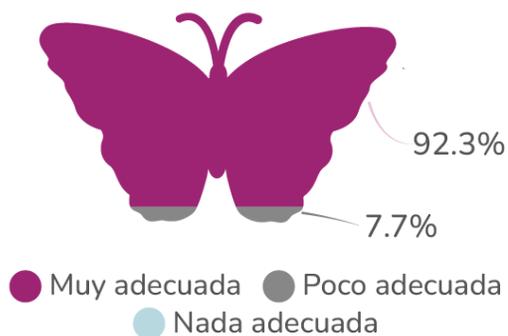


#### Pregunta 4

**Interpretación:** El 100% de las personas considera adecuado elaborar una serie de ilustraciones vectoriales con el objetivo de facilitar la comprensión y la aplicación práctica de las estrategias en la vida cotidiana de los clientes reales y potenciales de la clínica psicológica Crece

#### Parte Semiológica:

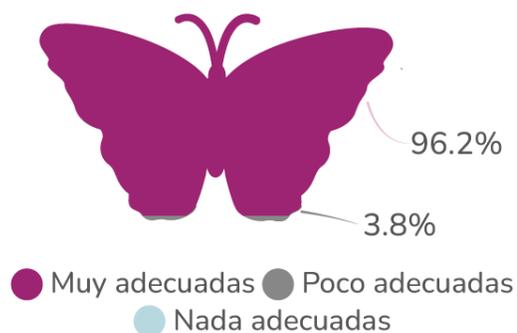
La paleta de colores utilizada en las piezas gráficas es:



#### Pregunta 5

**Interpretación:** El 92.3% de los encuestados consideran que la paleta de colores utilizada en el folleto es muy adecuada mientras que el 7.7% de las personas considera que es poco adecuada.

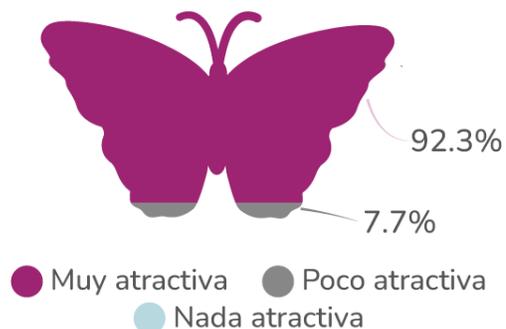
Las tipografías del folleto digital son:



#### Pregunta 6

**Interpretación:** El 96.2% de los encuestados consideran que las tipografías del folleto son muy adecuadas mientras que el 3.8% de las personas considera que son poco adecuadas.

¿Considera que la línea gráfica utilizada en el diseño del folleto es?



### Pregunta 7

Interpretación: El 92.3% de los encuestados consideran que la línea gráfica utilizada en el diseño del folleto es muy atractiva mientras que el 7.7% de las personas considera que es poco atractiva.

### Parte Operativa:

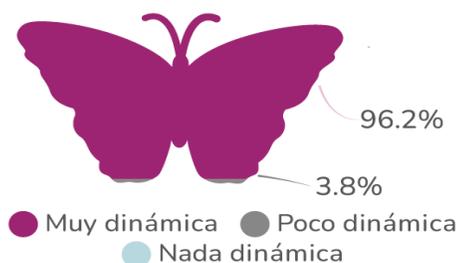
¿Considera que la información colocada en el folleto digital es?



### Pregunta 8

Interpretación: El 100% de los encuestados consideran que la información colocada en el folleto digitales muy adecuada.

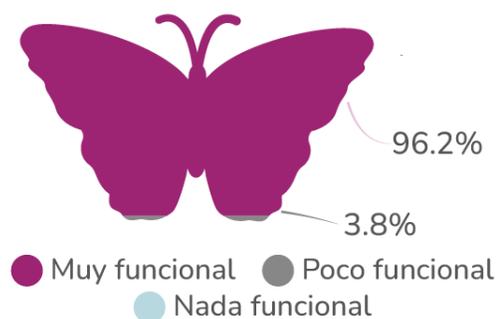
¿Considera que la distribución del contenido en el folleto es?



### Pregunta 9

El 96.2% de los encuestados consideran que la distribución del contenido en el folleto es muy dinámica mientras que el 3.8% de las personas considera que es poco dinámica.

¿Considera usted que la orientación del folleto es?



### Pregunta 10

El 96.2% de los encuestados consideran que la la orientación del folleto es muy funcional mientras que el 3.8% de las personas considera que es poco funcional.

Gracias por su tiempo y espacio para contestar las preguntas dentro de la encuesta. Si en caso usted tiene alguna sugerencia o comentario personal puede hacerlo en el siguiente espacio:

El diseño me parece precioso, ayuda a querer leerlo todo sin ningún tipo de fatiga. Hablar de este tema de esta forma es super importante para que los que no sabíamos que es lo que estábamos pasando lo sepamos y podamos hacer algo al respecto.

Muy atractivo el diseño, la temática es diferente a los folletos tradicionales y la información es muy importante para saber qué tipo de ansiedad esa lidiando uno y poder tener las estrategias en base a su ansiedad.

Excelente trabajo, considero que es un tema muy importante para la salud mental de la población. ¡Ánimo y siga adelante!

Excelente trabajo

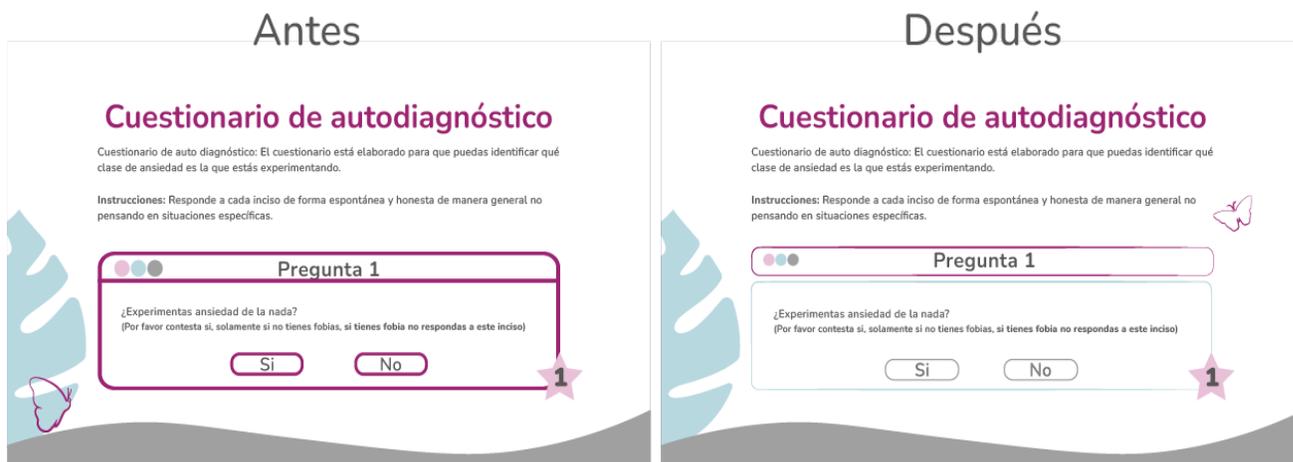
Muy bonito el diseño y muy buen tema es importante conocer de la ansiedad

Ser más preciso en la parte de no continuar y si debe dirigirse a Estrategias directamente o alguna pregunta

Muy interesante el tema y el diseño super bonito

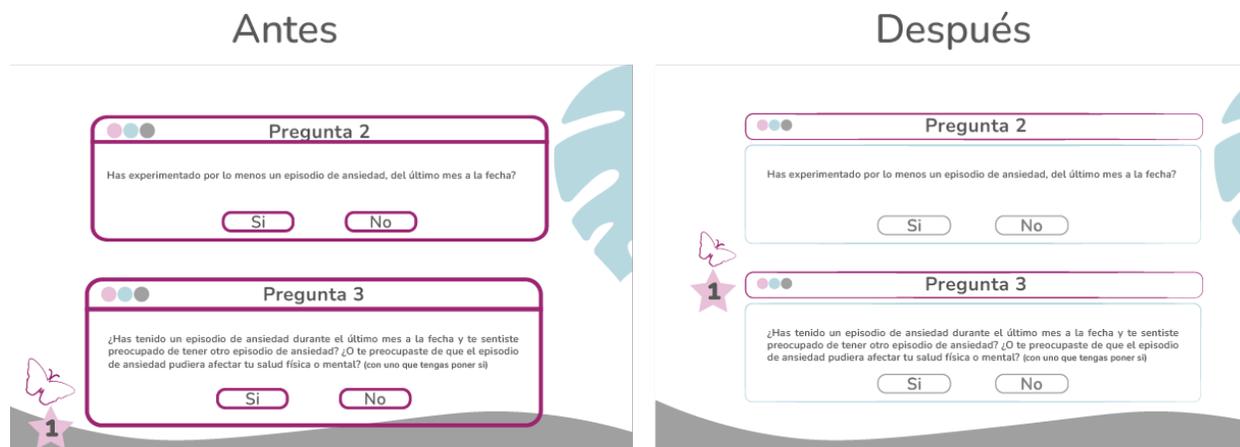
## Cambios en base a los resultados

A continuación, se presentan los cambios realizados en base a los comentarios y resultados obtenidos en la encuesta, herramienta que se utilizó como instrumento de evaluación para el proyecto de graduación.



## Justificación

El recuadro en todas las páginas fue reemplazado por uno más delgado para hacerlo menos intimidante y cansado a la vista. Se cambió de lugar la mariposa ya que estaba encima de la hoja.



### ***Justificación***

Se redujo el tamaño de las mariposas en todas las páginas para evitar que ocupen demasiado espacio y para lograr un diseño más equilibrado y ligero.



### ***Justificación***

Se ajustó el grosor de la letra en las indicaciones con la mano de alto para reducir su impacto intimidante, y se empleó el color fucsia al identificar el tipo de ansiedad, con el fin de captar la atención y facilitar la identificación. Además, en respuesta al comentario sobre la necesidad de ser más preciso en cuanto a si continuar o dirigirse directamente a la sección de Estrategias, se añadió una instrucción clara. Esta indica a las personas que deben seguir las estrategias correspondientes, asegurando que comprendan la importancia de realizar los ejercicios. En caso de que deban continuar, la palabra "continuar" se resaltó en negrita y color fucsia para mayor énfasis.

## Antes

**Pregunta 8**

¿Cuál de las siguientes situaciones evitas por miedo a avergonzarte o humillarte a ti mismo?

- Sentarte en cualquier tipo de grupo por ejemplo en el trabajo en las aulas de la escuela en organizaciones sociales o en grupos de autoayuda
- Dar una charla o presentación ante un pequeño grupo de personas
- Dar una charla o presentación ante un grupo grande de personas
- Fiestas y funciones sociales
- Usar baños públicos
- Comer delante de los demás
- Escribir o firmar tu nombre en presencia de otras personas
- Tener una cita
- Cualquier situación en la que puedas decir algo tonto
- Otros:

El número de situaciones que marcaste anteriormente indica en qué medida se extiende tu fobia social las actividades que te limita

Si tus respuestas a las preguntas 5 y 7 fueron no, pero tienes otras fobias continúa

1

## Después

**Pregunta 8**

¿Cuál de las siguientes situaciones evitas por miedo a avergonzarte o humillarte a ti mismo?

- Sentarte en cualquier tipo de grupo por ejemplo en el trabajo en las aulas de la escuela en organizaciones sociales o en grupos de autoayuda
- Dar una charla o presentación ante un pequeño grupo de personas
- Dar una charla o presentación ante un grupo grande de personas
- Fiestas y funciones sociales
- Usar baños públicos
- Comer delante de los demás
- Escribir o firmar tu nombre en presencia de otras personas
- Tener una cita
- Cualquier situación en la que puedas decir algo tonto
- Otros:

El número de situaciones que marcaste anteriormente indica en qué medida se extiende tu fobia social las actividades que te limita

Si No

1

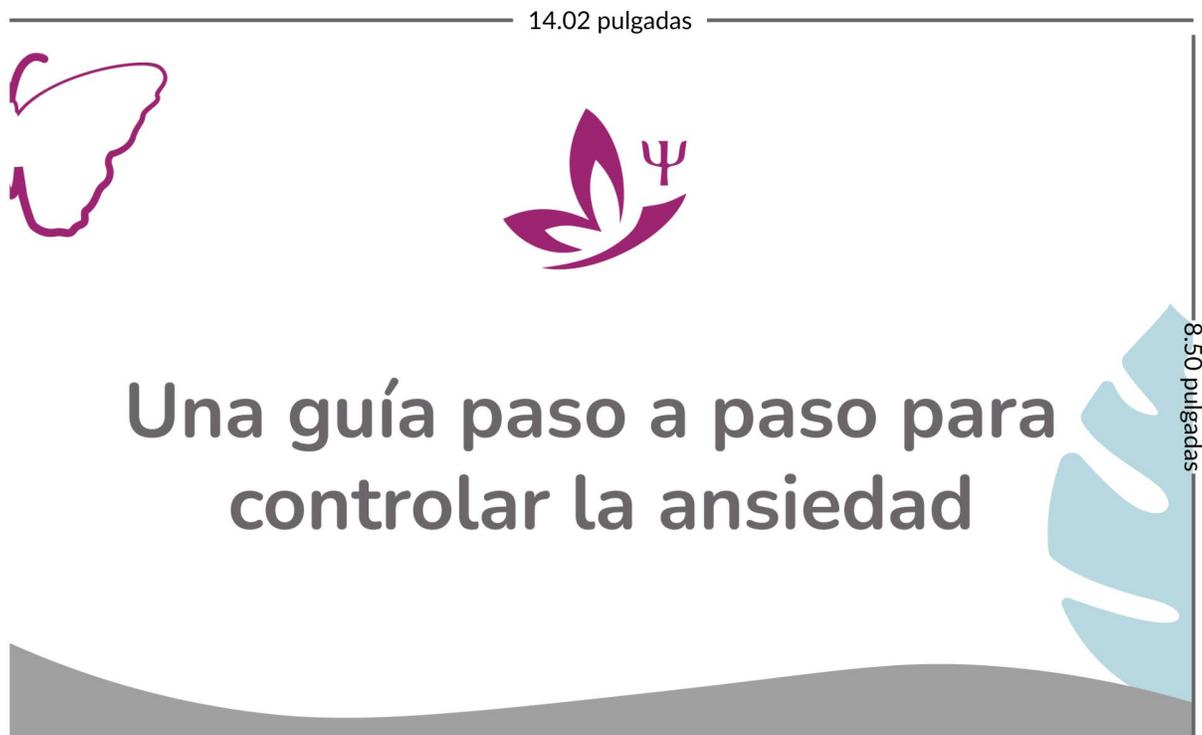
**Justificación**

En la pregunta 8, se trasladó la mano de alto junto con su indicación a la página siguiente para mantener el margen correspondiente y evitar que la página quedará demasiado saturada y se quitó la mariposa que estaba encima de la hoja.

## Capítulo IX: Propuesta Gráfica Final

A continuación, se presentan las páginas del folleto final las cuales fueron modificadas con base a los comentarios y resultados obtenidos en la encuesta.

### *Portada*



## Cuestionario de autodiagnóstico

14.02 pulgadas

# Cuestionario de autodiagnóstico

Cuestionario de auto diagnóstico: El cuestionario está elaborado para que puedas identificar qué clase de ansiedad es la que estás experimentando.

**Instrucciones:** Responde a cada inciso de forma espontánea y honesta de manera general no pensando en situaciones específicas.



8.50 pulgadas



## Pregunta 1

¿Experimentas ansiedad de la nada?

(Por favor contesta si, solamente si no tienes fobias, si tienes fobia no respondas a este inciso)

14.02 pulgadas



### Pregunta 2

Has experimentado por lo menos un episodio de ansiedad, del último mes a la fecha?




### Pregunta 3

¿Has tenido un episodio de ansiedad durante el último mes a la fecha y te sentiste preocupado de tener otro episodio de ansiedad? ¿O te preocupaste de que el episodio de ansiedad pudiera afectar tu salud física o mental? (con uno que tengas poner si)



8.50 pulgadas

14.02 pulgadas



### Pregunta 4

En tu peor experiencia de ansiedad, ¿Has tenido más de 3 de los siguientes síntomas?

- Falta de aliento o sensación de falta de aire
- Mareos o sensación de inestabilidad
- Palpitaciones o taquicardia
- Temblores
- Sudoración
- Asfixia
- Náuseas o malestar abdominal
- Sentimiento de disociación o falta de contacto con tu cuerpo
- Sensaciones de entumecimiento u hormigueo
- Sofocos o escalofríos
- Dolor o malestar en el pecho
- Miedo a morir
- Miedo a volverse loco o hacer algo fuera de control

**Si marcas 3 síntomas en adelante considera tu respuesta como si**




8.50 pulgadas

14.02 pulgadas



Si respondiste "sí" a los numerales 1, 2, 3 y 4, es probable que estés experimentando **Ataques de ansiedad o Ataques de pánico**. Dirígete a la sección de estrategias.

### Pregunta 5

El hecho de sufrir ataques de ansiedad ¿te hace evitar entrar en determinadas situaciones?

Si

No



Si tu respuesta a este numeral 5 fue si, **detente**. Es probable que estés lidiando con **agorafobia**. Por favor **continúa** al siguiente numeral 6 para determinar qué clase de agorafobia estás experimentando



8.50 pulgadas

14.02 pulgadas

### Pregunta 6

¿Cuál de las siguientes situaciones evitas? Porqué tienes miedo al pánico

- |  |  |
|--|--|
| <input type="radio"/> Ir lejos de casa                             | <input type="radio"/> Estar en lugares altos                                 |
| <input type="radio"/> Ir de compras a al supermercado              | <input type="radio"/> Ir al consultorio de un dentista un médico             |
| <input type="radio"/> Estar de pie en la fila de un supermercado   | <input type="radio"/> Sentarse en el sillón de un barbero o de una estilista |
| <input type="radio"/> Ir a grandes almacenes o centros comerciales | <input type="radio"/> Comer en restaurantes                                  |
| <input type="radio"/> Conducir por autopistas                      | <input type="radio"/> Yendo a trabajar                                       |
| <input type="radio"/> Conducir por las calles lejos de casa        | <input type="radio"/> Estar demasiado lejos de una persona o lugar seguro    |
| <input type="radio"/> Conducir sólo a cualquier lugar              | <input type="radio"/> Estar solo   |
| <input type="radio"/> El transporte público                        | <input type="radio"/> Salir de tu casa                                       |
| <input type="radio"/> Cruzar puentes                               | <input type="radio"/> Otros  |
| <input type="radio"/> Atravesar túneles                            |  |
| <input type="radio"/> Como conductor o pasajero                    |  |
| <input type="radio"/> Volando en aviones                           |  |
| <input type="radio"/> Ir en un ascensor                            |  |

El número de situaciones que marcaste en la lista anterior indica el alcance y el grado de tu agorafobia y las actividades en que te limita.

Si

No



8.50 pulgadas

14.02 pulgadas



Si tu respuesta a la **pregunta 5** fue **no**, pero si, si tienes fobias **continúa**.



### Pregunta 7

¿Evitas ciertas situaciones no porque tienes miedo de entrar en pánico sino porque tienes miedo de qué otras personas te avergüencen o te evalúen negativamente lo que posteriormente podría llevarte a entrar en pánico?

 Si

 No


Si tu respuesta al numeral **7** fue **si**. Es probable que estés lidiando con **fobia social** consulta la **pregunta 8** para determinar el alcance de tu fobia social.

8.50 pulgadas

14.02 pulgadas



### Pregunta 8

¿Cuál de las siguientes situaciones evitas por miedo a avergonzarte o humillarte a ti mismo?

- Sentarte en cualquier tipo de grupo por ejemplo en el trabajo en las aulas de la escuela en organizaciones sociales o en grupos de autoayuda
- Dar una charla o presentación ante un pequeño grupo de personas
- Dar una charla o presentación ante un grupo grande de personas
- Fiestas y funciones sociales
- Usar baños públicos
- Comer delante de los demás
- Escribir o firmar tu nombre en presencia de otras personas
- Tener una cita
- Cualquier situación en la que puedas decir algo tonto
- Otros:

El número de situaciones que marcaste anteriormente indica en qué medida se extiende tu fobia social las actividades que te limita

 Si

 No

8.50 pulgadas

14.02 pulgadas



Si tus respuestas a las preguntas 5 y 7 fueron **no**, pero tienes otras fobias **continua**



### Pregunta 9

Temes y evitas alguno o más de uno de los siguientes incisos:

- |  |  |
|--|--|
| <input type="radio"/> Insectos o animales como arañas abejas                                     | <input type="radio"/> Truenos o relámpagos                         |
| <input type="radio"/> serpientes ratas murciélagos o perros                                      | <input type="radio"/> Agua   |
| <input type="radio"/> Alturas pisos altos en edificios cimas de colinas o montañas niveles altos | <input type="radio"/> Sangre                                       |
| <input type="radio"/> Conduciendo  | <input type="radio"/> Inyecciones o procedimientos médicos         |
| <input type="radio"/> Túneles  | <input type="radio"/> Enfermedades como ataques cardíacos o cáncer |
| <input type="radio"/> Puentes  | <input type="radio"/> Oscuridad                                    |
| <input type="radio"/> Ascensores   | <input type="radio"/> Otros:                                       |
| <input type="radio"/> Aviones volando  |  |
| <input type="radio"/> Doctores o dentistas   |  |

Si

No



8.50 pulgadas

14.02 pulgadas



### Pregunta 10

¿Sientes altos grados de ansiedad, generalmente sólo cuando tienes que encarar una de las situaciones descritas en el numeral 9?

Si

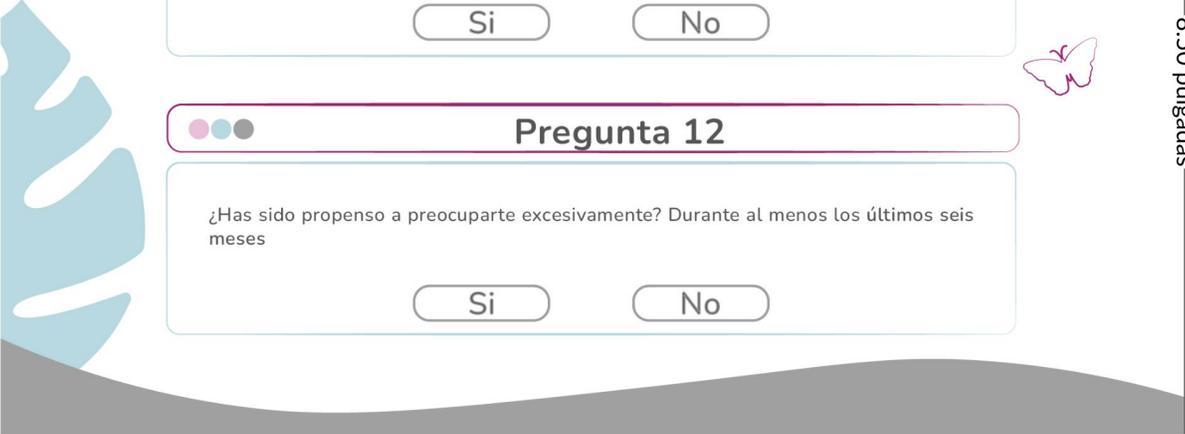
No



Si marcaste **uno o más elementos en el numeral 9** y respondió **si** al numeral 10 está lidiando con una **fobia específica**, ya no sigas. Dirígete a la sección de estrategias. **Sino continúe**

8.50 pulgadas

14.02 pulgadas



●●● **Pregunta 11**

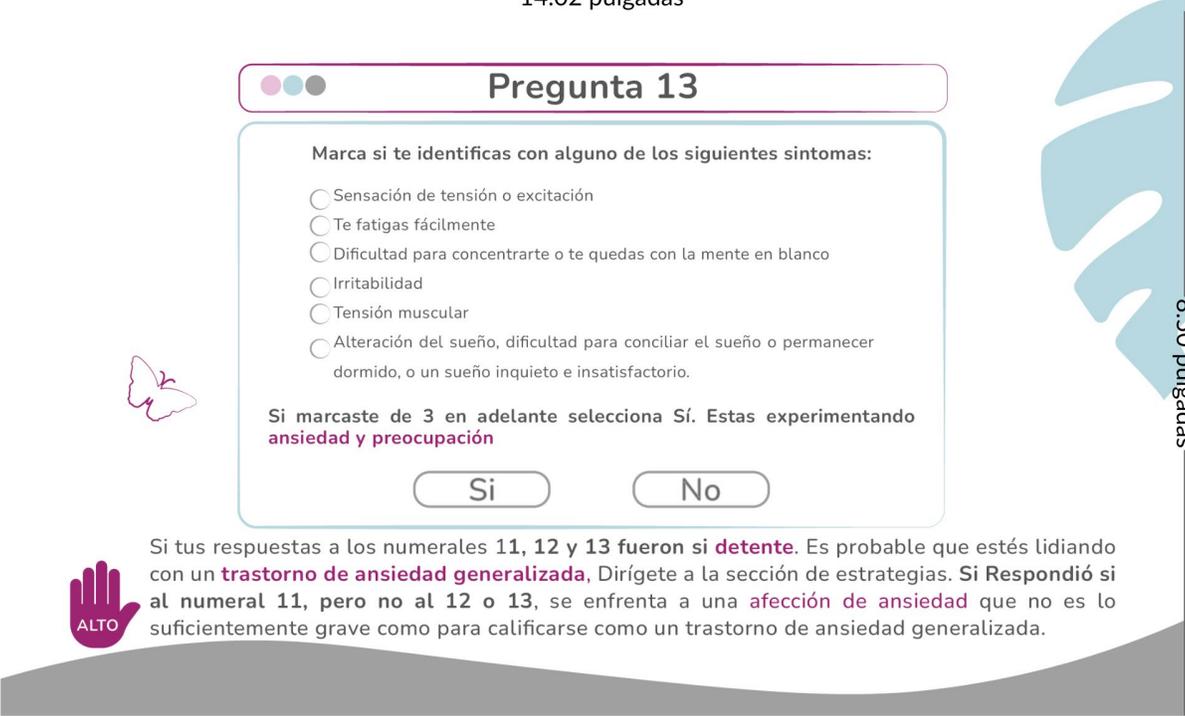
¿Te sientes bastante ansioso la mayor parte del tiempo, pero no tienes ataques de pánico definidos no tienes fobias y no tienes obsesiones o compulsiones específicas?

●●● **Pregunta 12**

¿Has sido propenso a preocuparte excesivamente? Durante al menos los últimos seis meses

8.50 pulgadas

14.02 pulgadas



●●● **Pregunta 13**

Marca si te identificas con alguno de los siguientes síntomas:

- Sensación de tensión o excitación
- Te fatigas fácilmente
- Dificultad para concentrarte o te quedas con la mente en blanco
- Irritabilidad
- Tensión muscular
- Alteración del sueño, dificultad para conciliar el sueño o permanecer dormido, o un sueño inquieto e insatisfactorio.

Si marcaste de 3 en adelante selecciona Sí. Estas experimentando **ansiedad y preocupación**



ALTO

Si tus respuestas a los numerales 11, 12 y 13 fueron si **detente**. Es probable que estés lidiando con un **trastorno de ansiedad generalizada**, Dirígete a la sección de estrategias. Si Respondió si al numeral 11, pero no al 12 o 13, se enfrenta a una **afección de ansiedad** que no es lo suficientemente grave como para calificarse como un trastorno de ansiedad generalizada.

8.50 pulgadas

14.02 pulgadas



### Pregunta 14

¿Tienes Pensamientos intrusivos recurrentes, como, por ejemplo, lastimar o dañar a un pariente cercano, estar contaminado con suciedad o una sustancia tóxica, temor de haber olvidado cerrar la puerta o apagar un electrodoméstico, o una desagradable fantasía de catástrofe? ¿Reconoces que estos pensamientos son irracionales, pero no puedes evitar que entren en tu mente?

 Si

 No


### Pregunta 15

¿Realizas acciones rituales como lavarte las manos, comprobar o contar para aliviar la ansiedad por miedos irracionales que entran en tu mente?

 Si

 No

8.50 pulgadas

14.02 pulgadas

Si tu respuesta al numeral 14 fue sí pero no al numeral 15, probablemente estés lidiando con un trastorno **obsesivo-compulsivo** o sólo tengas **obsesiones** (Dirígete a la sección de estrategias). Si respondiste si a las preguntas 14 y 15 probablemente estés lidiando con un **trastorno obsesivo-compulsivo** tanto con obsesiones como con compulsiones (Dirígete a la sección de estrategias).



Si respondiste no al numeral 14 y 15 y la mayoría de todas las preguntas anteriores, pero todavía continúas sintiendo ansiedad o síntomas relacionado a la ansiedad puedes estar experimentando **estrés postraumático** o una **condición de ansiedad no específica**, en este caso es importante que busques ayuda profesional.



8.50 pulgadas

**Estrategias**

14.02 pulgadas



# Estrategias



8.50 pulgadas

14.02 pulgadas

## Ataques de ansiedad o ataques de pánico

En esta hoja de trabajo, escribe en la columna izquierda los síntomas físicos que experimentas, y en la columna derecha, anota los pensamientos catastróficos que te surgen al experimentar cada síntoma.

**Síntoma del Cuerpo**

**Pensamiento Catastrófico**

Ej. Sudoración en las manos



Pienso que me va a dar un ataque cardiaco

-----



-----

-----



-----

-----



-----

-----



-----

-----



-----

Esta hoja de trabajo te ayudará a tener conciencia de los síntomas de la ansiedad y la conexión con tu mente.



8.50 pulgadas

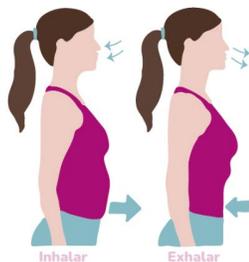
14.02 pulgadas



## Ataques de ansiedad o ataques de pánico

Haz respiraciones lentas y profundas de vientre por lo menos **por 5 minutos**

Inhala por la nariz y sostén el aire, cuando estés sosteniendo el aire cuenta de uno a cinco y al llegar a cinco lo exhalas



1 2 3 4 5

Cuando estés inhalando debes de inflar el vientre y cuando estés exhalando debes desinflar el vientre

8.50 pulgadas

14.02 pulgadas



## Agorafobia

Haz dibujos de los lugares o situaciones que te generan miedo y, mientras los dibujas, concéntrate en dejar aflorar tus emociones.



Este ejercicio te ayudará a comenzar a enfrentar tus miedos en la realidad.



8.50 pulgadas

14.02 pulgadas



## Agorafobia

Procura no evitar las situaciones que te generan miedo; enfréntalas de forma gradual. Antes de exponerte, realiza técnicas de respiración para relajarte (estas se encuentran en la estrategia para manejar ataques de ansiedad).



8.50 pulgadas

14.02 pulgadas



## Fobia social

Antes de realizar cada uno de los ejercicios siguientes hacer respiraciones profundas que se encuentra en la estrategia de ansiedad por lo menos por 1 min

**No importa si no comentas o hablas lo importante es que te reúnas**



Reunirte por 15 minutos con 2 o 3 personas por lo menos 2 veces al día



Reúnete con grupos de 4 a 5 personas por 40 minutos 1 vez al día



Reúnete con un grupo de 10 personas por 15 minutos



Reúnete con un grupo de 12 personas por 45 minutos

Repite los pasos del 1 al 4, procurando hacer al menos un comentario cada día según el inciso en el que te encuentres. Luego, continúa repitiendo estos pasos, aumentando progresivamente la cantidad de comentarios o extendiendo tus intervenciones.



8.50 pulgadas

14.02 pulgadas

**Fobia social**

● Escribe en una hoja de papel lo que has sentido internamente



● Léelo 3 veces

● De manera segura, quema el papel, imaginando que el humo se lleva con él tu fobia social.



8.50 pulgadas

14.02 pulgadas

**Fobia específica**

**1** Realiza una respiración lenta y profunda utilizando el vientre (tal como se indica en la estrategia para ataques de ansiedad). Durante la inhalación, tensa todos los músculos de tu cuerpo y mantén esta tensión mientras retienes el aire. Al exhalar, libera completamente la tensión muscular.

**2** Identifica y escribe los pensamientos que te causan miedo y ansiedad, y reemplázalos con pensamientos objetivos que te aporten paz y bienestar.

**Pensamientos**

Que generan miedo	Mas objetivos que generan bienestar
	



8.50 pulgadas

14.02 pulgadas



## Fobia específica

3

**Exposición gradual:** comienza trabajando en tu imaginación con las situaciones u objetos que te provocan fobia. Luego, observa revistas, películas o series relacionadas con esas situaciones. Finalmente, enfrenta la situación o el objeto en la vida real, tomando las precauciones necesarias según el tipo de fobia que tengas.

8.50 pulgadas

14.02 pulgadas



## Ansiedad generalizada

1

Hacer ejercicio diario por lo menos 20 minutos.

2

Practica respiraciones lentas y profundas, siguiendo las indicaciones de la hoja para ataques de ansiedad, durante al menos 3 minutos.

3

Cambia las creencias negativas por pensamientos objetivos y positivos. Para hacerlo, identifica el momento en que surge la creencia negativa y sustitúyela por un pensamiento positivo.

4

Exposición a la preocupación: consiste en imaginar los peores escenarios relacionados con lo que te preocupa. Durante estos escenarios imaginarios, se aplican estrategias para reducir la ansiedad, como respiraciones profundas, sustitución de pensamientos negativos por positivos, ejercicio físico, entre otras.



8.50 pulgadas

14.02 pulgadas

## Ansiedad generalizada

5

**Disminuir las conductas de preocupación:** consiste en reemplazar comportamientos preocupantes por alternativas más saludables. Por ejemplo, si sueles llamar varias veces al día a tu esposa o hijos para confirmar que están bien, reduce gradualmente la frecuencia de estas llamadas y busca otras formas de manejar tu inquietud.



6

**Practicar la resolución de problemas:** Consiste en adoptar un enfoque sistemático para abordar y resolver las preocupaciones que te afectan. En lugar de centrarte en la preocupación misma, dirige tu atención hacia la búsqueda de soluciones prácticas. Si no existe una solución viable, enfócate en ajustar tu actitud, aceptando lo que no puedes cambiar y manteniendo tu tranquilidad.

7

Entre las técnicas de distracción para apartarse de la preocupación se incluyen conversar con un amigo, mejorar el jardín, cocinar, hacer rompecabezas, entre otras actividades.

8.50 pulgadas

14.02 pulgadas

## Trastorno obsesivo-compulsivo

1

**Practica técnicas de relajación,** como la respiración lenta y profunda (descrita en la página de ataques de ansiedad), durante al menos un minuto, y realiza ejercicio físico diario.



2

**Trabaja en tus pensamientos:** Cuando surja un pensamiento compulsivo, contrástalo con una explicación racional, recordando que es solo un pensamiento pasajero y sin importancia.



3

**Técnica de exposición y prevención de la respuesta:** Esta técnica implica enfrentarse a situaciones que exacerban las obsesiones, al mismo tiempo que se evita llevar a cabo el ritual asociado.

Por ejemplo, si se tiene una obsesión con la limpieza para eliminar microbios o bacterias, se puede exponerse a tocar tierra y resistir la urgencia de lavarse las manos tanto como sea posible. Es importante aplicar esta técnica con precaución, evitando situaciones en las que sea necesario mantener las manos limpias por razones prácticas, como al comer, cuidar a un bebé o atender a una persona enferma.

8.50 pulgadas

14.02 pulgadas

## Estrés postraumático

1

Respiración abdominal y técnicas progresivas de relajación muscular: Consiste en realizar respiraciones lentas y profundas mientras se tensa y relaja gradualmente cada grupo muscular. Este enfoque ayuda a reducir la tensión y promover una sensación general de calma.



2

Identifica los pensamientos de miedo o depresivos y reemplázalos con pensamientos constructivos y compasivos hacia ti mismo. Además, es fundamental buscar apoyo en grupos que puedan ofrecerte ayuda y comprensión.

8.50 pulgadas

14.02 pulgadas

## Fobia social

● Escribe en una hoja de papel lo que has sentido internamente



● Léelo 3 veces

● De manera segura, quema el papel, imaginando que el humo se lleva con él tu fobia social.



8.50 pulgadas

14.02 pulgadas



# Definiciones

8.50 pulgadas

14.02 pulgadas



## Definiciones

**Ansiedad:** Es una respuesta natural al estrés, que puede variar desde una ligera inquietud hasta un miedo abrumador. Aunque es normal en situaciones estresantes, si se vuelve excesiva y persistente, puede ser un trastorno de ansiedad, con síntomas como nerviosismo, tensión, ritmo cardíaco acelerado, respiración rápida, sudoración y dificultad para concentrarse.

**Ataque de pánico:** Es un episodio repentino de miedo intenso que provoca reacciones físicas graves sin una causa aparente. Los síntomas incluyen palpitaciones, sudoración, temblores, dificultad para respirar, dolor en el pecho, mareo y miedo a perder el control o morir. Aunque breves, estos ataques pueden ser muy perturbadores y llevar a evitar ciertas situaciones por temor a que se repitan.

8.50 pulgadas

14.02 pulgadas



## Definiciones

**Agorafobia:** Es un trastorno de ansiedad caracterizado por un miedo intenso a estar en situaciones donde sería difícil escapar o recibir ayuda en caso de un ataque de pánico. Las personas con agorafobia suelen evitar lugares como multitudes, transporte público o espacios abiertos, lo que puede limitar gravemente su vida. En casos graves, pueden no salir de casa. Los síntomas incluyen miedo extremo, ansiedad, ataques de pánico y la necesidad de estar acompañados fuera de casa.

**Fobia social:** La fobia social, también conocida como trastorno de ansiedad social, es un trastorno de ansiedad caracterizado por un miedo intenso y persistente a situaciones sociales o de desempeño en las que la persona teme ser juzgada, avergonzada o humillada. Este miedo puede ser tan abrumador que interfiere significativamente con la vida cotidiana.

8.50 pulgadas

14.02 pulgadas



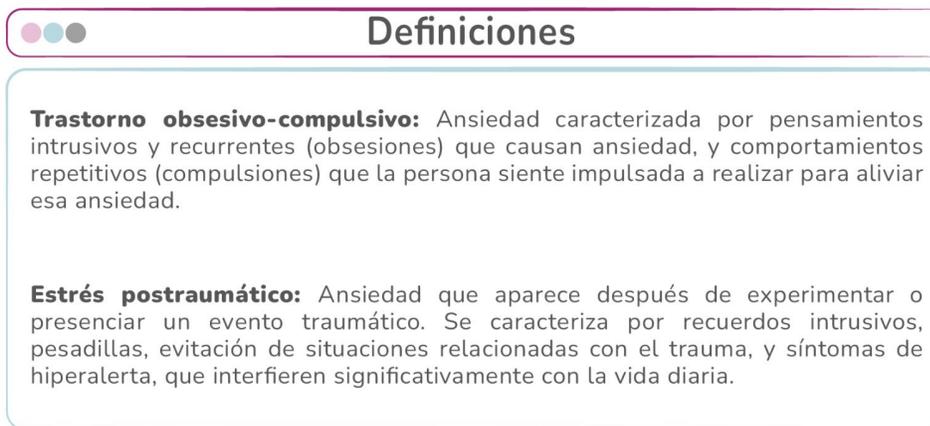
## Definiciones

**Fobia específica:** miedo persistente e irracional hacia un objeto o situación particular que generalmente no representa un peligro real. Este miedo provoca una respuesta de ansiedad inmediata y puede llevar a la persona a evitar activamente el objeto o la situación temida. Dentro de las fobias específicas más comunes están: A los animales, a las alturas, a los elevadores, a los aviones, a los doctores o dentistas, al trueno y al rayo, a la sangre y a las enfermedades. Pueden haber otras.

**Ansiedad generalizada:** El Trastorno de Ansiedad Generalizada (TAG) se caracteriza por una preocupación excesiva y persistente sobre diversos temas, eventos o actividades. Las personas con TAG suelen anticipar desastres sin motivo aparente y tienen dificultades para controlar su preocupación. A diferencia de otros trastornos, no se asocia con ataques de pánico, fobias u obsesiones. Los síntomas más comunes incluyen tensión, fatiga, dificultad para concentrarse, irritabilidad, tensión muscular y problemas para dormir.

8.50 pulgadas

14.02 pulgadas



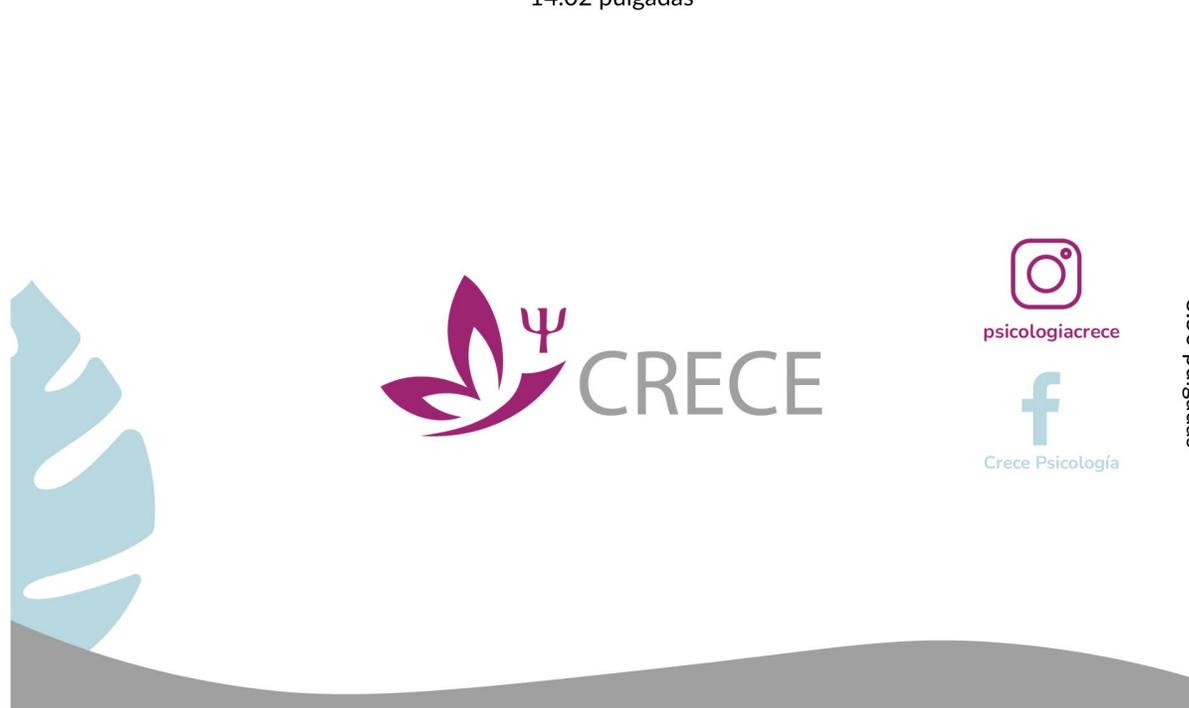
## Definiciones

**Trastorno obsesivo-compulsivo:** Ansiedad caracterizada por pensamientos intrusivos y recurrentes (obsesiones) que causan ansiedad, y comportamientos repetitivos (compulsiones) que la persona siente impulsada a realizar para aliviar esa ansiedad.

**Estrés postraumático:** Ansiedad que aparece después de experimentar o presenciar un evento traumático. Se caracteriza por recuerdos intrusivos, pesadillas, evitación de situaciones relacionadas con el trauma, y síntomas de hiperalerta, que interfieren significativamente con la vida diaria.

8.50 pulgadas

14.02 pulgadas



Logo for CRECE, featuring a stylized purple leaf and the Greek letter Psi (Ψ).

Instagram icon with the handle [psicologiacrece](#)

Facebook icon with the text [Crece Psicología](#)

8.50 pulgadas

Los colores utilizados en el folleto digital fueron los representativos de la clínica Crece: celeste, gris, fucsia y rosado. Estos tonos, junto con la tipografía Nunito, fueron seleccionados

estratégicamente para transmitir confianza y seguridad, reforzando la credibilidad del contenido. La elección de Nunito, con su estilo suave y moderno, refuerza el mensaje de que la información presentada es confiable y diseñada para el bienestar de quienes la leen.

**Link de la propuesta final:**

[https://issuu.com/gabrieladur/docs/una\\_gu\\_a\\_paso\\_a\\_paso\\_para\\_controlar\\_la\\_ansiedad](https://issuu.com/gabrieladur/docs/una_gu_a_paso_a_paso_para_controlar_la_ansiedad)

## Capítulo X Producción, Reproducción y distribución

Como parte esencial en el desarrollo del diseño de un folleto informativo digital para presentar las estrategias de control de la ansiedad ofrecidas por la Clínica Psicológica Crece a clientes actuales y potenciales del mercado guatemalteco, es fundamental implementar esta herramienta para que la empresa pueda evaluar los beneficios y resultados obtenidos a partir del diseño propuesto.

- Plan de costos de elaboración:
- Plan de costos de producción
- Plan de costos de reproducción
- Plan de costos de distribución

### Plan de costos de elaboración

Tomando en cuenta que un diseñador gráfico promedio tiene un salario mensual de Q. 6,000.00 el pago del día trabajado es de Q. 200.00 y la hora se estima en un valor de Q. 25.00.

DESCRIPCIÓN	SEMANAS	HORAS EMPLEADAS	COSTO
Análisis de la necesidad de diseño, identificación de áreas y recopilación de información general del cliente	1	4	Q100.00
Recopilación de información	2	10	Q250.00
Bocetaje iniciales, intermedios y finales	5	24	Q600.00
<b>Total de costos de elaboración</b>			<b>Q950.00</b>

### Plan de costos de producción

DESCRIPCIÓN	SEMANA S	HORAS EMPLEADA S	COSTO
Digitalización de bocetos y propuesta gráfica	8	50	Q1,250.00
Costos variables de operación (luz, internet)			Q300.00
Artes finales del folleto.	2	10	Q250.00
<b>Total de costos de elaboración</b>			<b>Q1,800.00</b>

### Plan de costos de reproducción

El presente proyecto no incurre en costos de reproducción, ya que el folleto informativo se distribuirá en formato PDF a través de correo electrónico y redes sociales.

### Plan de costos de distribución

El proyecto se entregará en un USB, el cual tendrá un costo de Q 45.00.

### Margen de utilidad

Se estima para el presente proyecto un promedio de 17.65% de utilidad sobre los costos.

**Costo total = Q 2,750.00**

Utilidad 17.6% = Q 484.00

**Cuadro con resumen general de costos**

<b>Detalle</b>	<b>Total de costo</b>
Plan de costos de elaboración	Q1,800.00
Plan de costos de producción	Q950.00
Plan de costos de reproducción	Q0.00
Plan de costos de distribución	Q45.00
<b>Subtotal I</b>	<b>Q2,795.00</b>
Margen de utilidad 17.65%	Q 493.32
<b>Subtotal II</b>	<b>Q3,288.32</b>
<b>IVA 12%</b>	<b>Q394.60</b>
<b>TOTAL</b>	<b>Q 3682.92</b>

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

### **Conclusiones**

Se diseñó un folleto informativo digital para dar a conocer las estrategias del control de la ansiedad que brinda la clínica psicológica Crece a clientes reales y potenciales del mercado guatemalteco.

Se recopiló la información necesaria, por medio del brief proporcionado por el cliente, acerca de los servicios que la clínica psicológica Crece ofrece para obtener un conocimiento detallado sobre su alcance, metodologías empleadas y modalidades de tratamiento

Se investigaron conceptos, teorías y tendencias de diseño para elaborar un folleto informativo digital que transmita de manera precisa, atractiva y coherente los mensajes esenciales relacionados con el control de la ansiedad.

Se elaboró una serie de ilustraciones vectoriales con el objetivo de facilitar la comprensión y la aplicación práctica de las estrategias en la vida cotidiana de los clientes reales y potenciales de la clínica psicológica Crece.

## **Recomendaciones**

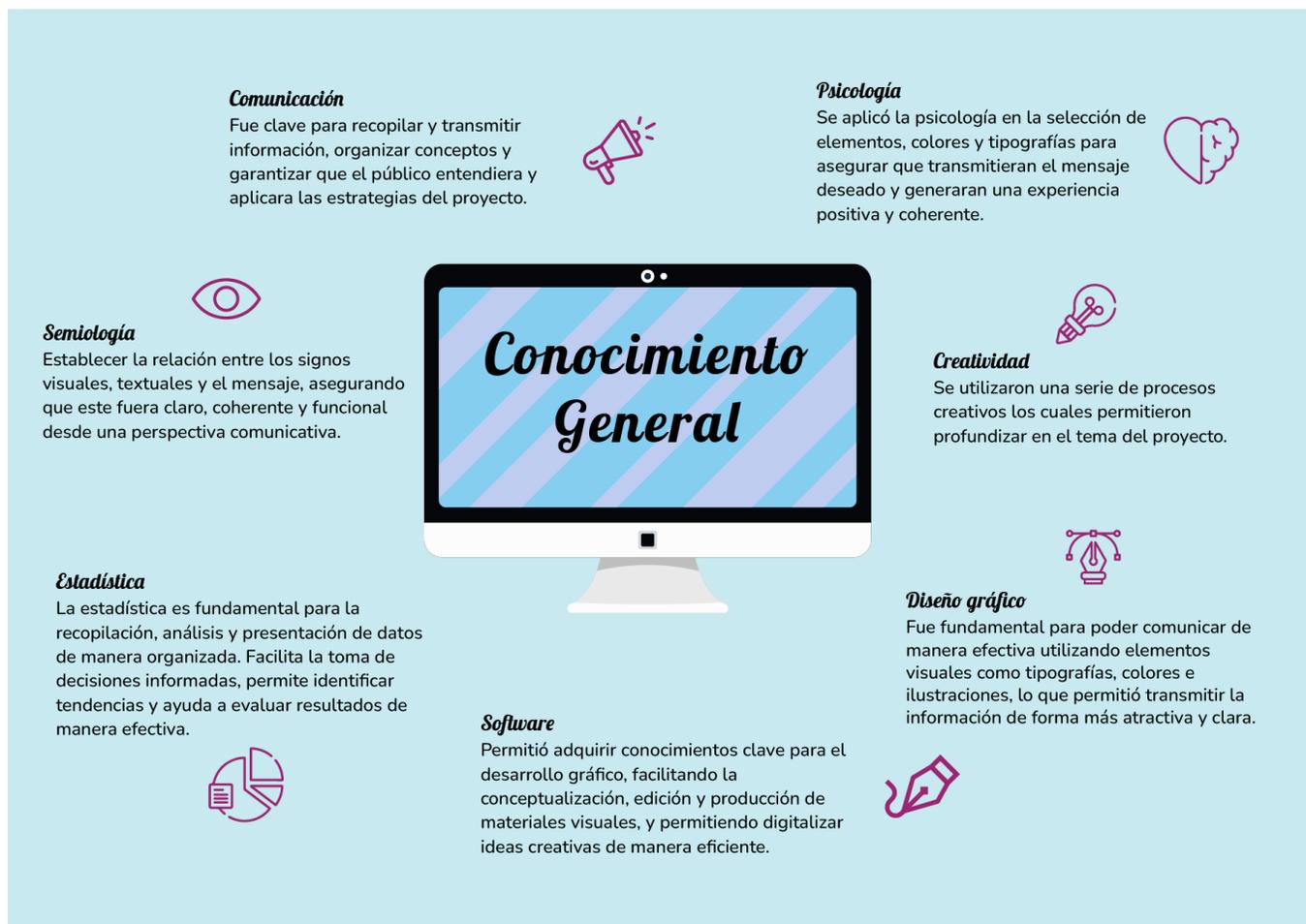
Se recomienda enviar el folleto a través de correo electrónico, redes sociales y considerar otras plataformas de distribución como webinars, talleres en línea, y asociaciones con otros profesionales de la salud mental. Esto puede aumentar la visibilidad del folleto y atraer a un público más amplio.

Se recomienda a la Clínica de Psicología Crece mantener una línea gráfica consistente en futuros folletos. Esto ayudará a fortalecer la identidad visual de la clínica y facilitará el reconocimiento de la misma por parte de las personas.

Se recomienda realizar evaluaciones periódicas del folleto para asegurar que siga siendo relevante y efectivo. Esto puede incluir encuestas de retroalimentación a los pacientes para identificar áreas de mejora y ajustar el contenido y el diseño según sea necesario.

Se recomienda mantener el folleto actualizado con la última información y estrategias sobre el control de la ansiedad. La psicóloga debe estar atenta a nuevas investigaciones y tendencias en el campo de la psicología para asegurarse de que el contenido del folleto siga siendo relevante y basado en la evidencia más reciente.

## Capítulo XII Conocimiento general



Infografía elaborada por Gabriela Alvarado Durante

## Capítulo XIII: Referencias

### Bibliografía

#### A

Ambrose, G., & Harris, P. (2009). Fundamentos del diseño gráfico. Editorial Blume.

Asociación Americana de Psiquiatría, Guía de consulta de los criterios diagnósticos del DSM 5. Arlington, VA, Asociación Americana de Psiquiatría, 2013.

#### B

Bados, A. (2011). Manual de técnicas de tratamiento cognitivo-conductuales. Universidad de Barcelona.

Beck, A. T. (2013). Terapia cognitiva de los trastornos de ansiedad. Desclée De Brouwer.

Beck, A. T., & Emery, G. (2010). Anxiety disorders and phobias: A cognitive perspective. Basic Books.

#### E

Eysenck, M. W., & Keane, M. T. (2020). Cognitive psychology: A student's handbook (8th ed.). Routledge.

#### L

Leahy, R. L. (2009). El manual del tratamiento cognitivo conductual para el trastorno de ansiedad generalizada: El proceso paso a paso. Desclée De Brouwer.

#### M

Meggs, P. B., & Purvis, A. W. (2016). Historia del diseño gráfico (6ª ed.). Gustavo Gili.

Munari, B. (2008). El arte del diseño. Gustavo Gili.

#### V

Vallejo Pareja, M. A. (2015). Introducción a la psicología clínica: Conceptos básicos, evaluación y tratamiento. Sanz y Torres.

## Biblioweb

### A

AdminThink. (2018, 10 marzo). Reestructuración cognitiva. Psicoarganzuela | Psicólogos En Arganzuela. Recuperado el 21 de mayo de 2024, de <https://feji.us/p876qm>

Aidar, L. (2023, 22 mayo). Significado de los colores (Qué es, concepto y definición).

Enciclopedia Significados. Recuperado de <https://www.significados.com/color/>

Amaya, S. (2024, 26 enero). ¿Qué es la ansiedad, cuáles son los síntomas y cómo buscar ayuda?

CNN. Recuperado de <https://feji.us/ea0c20>

Ariadnaandreu. (2024, 17 enero). Las 10 tendencias en diseño gráfico para 2024. Mediactiu.

Recuperado de <https://feji.us/h2981z>

Arteneo. (2021, 28 junio). Definición de ilustración y tipos de ilustraciones. Arteneo.

Recuperado de <https://feji.us/k4xedm>

### B

Bembibre, V. (2016). Definición de fotografía. *Significado.com*. <https://feji.us/msk4ty>

Bustios, M. (2021, 14 diciembre). Recorrido visual - mafe bustios - Medium. Medium.

<https://feji.us/clbe95>

Breastcancer.org. (2022, junio 29). *Relajación muscular progresiva*. Recuperado mayo 21, 2024,

de <https://feji.us/g8p8yk>

### C

Chi, M. (2024, 9 mayo). Tendencias en diseño gráfico 2024 - WORTEV. WORTEV

Aceleradora. <https://worteve.com/noticias/tendencias-diseno-grafico/>

Coelho, F. (2023, 23 agosto). Lingüística (Qué es, concepto y definición). Enciclopedia Significados. <https://www.significados.com/linguistica/>

Comunicación informativa. (2021). Portal ANI. Recuperado el 27 de mayo de 2024, de <https://www.ani.gov.co/glosario/comunicacion-informativa>

D

De Enciclopedia Significados, E. (2018, 4 mayo). Deontología: Qué es, significado y definición. Enciclopedia Significados. <https://www.significados.com/deontologia/>

De Enciclopedia Significados, E. (2019, 4 julio). Qué es el diseño gráfico (Concepto, definición y tipos). Enciclopedia Significados. <https://www.significados.com/disenio-grafico/>

E

Equipo editorial, Etecé. (2020a, 6 de septiembre). Semiología: Concepto, función y relación con la semántica. Concepto. <https://concepto.de/semiologia/>

Equipo editorial, Etecé. (2020b, 16 de septiembre). Antropología: Concepto, origen, ramas, importancia, objeto de estudio. Concepto. <https://concepto.de/antropologia/>

Equipo editorial, Etecé. (2021, 5 de agosto). Diagnóstico: Concepto, características y acepciones. Concepto. <https://concepto.de/diagnostico/>

Equipo editorial, Etecé. (2021, 5 de agosto). Emoción: Concepto, para qué sirven, tipos y sentimientos. Concepto. <https://concepto.de/emocion/>

Equipo editorial, Etecé. (2024, 22 de enero). Psicología: Concepto, origen, ramas y objetivos. Concepto. <https://concepto.de/psicologia/>

Equipo editorial, Etecé. (2024, 7 de abril). Proceso de comunicación: Qué es, elementos y ejemplos. Concepto. <https://concepto.de/proceso-comunicativo/>

Estrés. (2023). OMS. Recuperado el 18 de mayo de 2024, de <https://feji.us/wpn778>

## F

Farías, G. (2024, 16 de enero). Comunicación: Concepto, funciones, elementos y características.

Concepto. <https://concepto.de/comunicacion/>

Farías, G. (2024, 3 de enero). Canal de comunicación: Concepto, tipos, función y ejemplos.

Concepto. <https://concepto.de/canal-de-comunicacion/>

## G

Galán, J. S. (2024, 22 de febrero). ¿Qué es una empresa? Definición sencilla, tipos y ejemplos.

Economipedia. <https://economipedia.com/definiciones/empresa.html>

Gráfica, & Gráfica. (2024, 20 de enero). Tendencias visuales de 2024: Usar el futuro para

diseñar el pasado. Gráfica. <https://feji.us/s0v11z>

## H

HubSpot. (2023, mayo 17). *Qué es una tipografía, para qué sirve y qué tipos existen.*

<https://feji.us/yn74f0>

## M

Mayo Clinic. (2023, junio 29). *Psicoterapia.* <https://feji.us/lq8yl7>

## N

National Library of Medicine. (2021, junio 9). *Fobias.* Recuperado mayo 21, 2024, de

<https://medlineplus.gov/spanish/phobias.html>

National Library of Medicine. (2024, abril 16). *Salud mental.* Recuperado mayo 21, 2024, de

<https://medlineplus.gov/spanish/mentalhealth.html>

National Library of Medicine. (2024, febrero 8). *Trastorno de pánico.* Recuperado mayo 21,

2024, de <https://medlineplus.gov/spanish/panicdisorder.html>

## O

Ortega Andero, A. (2017, julio 3). *¿Qué es la desensibilización sistemática y cómo funciona?*

Psicología y Mente. <https://psicologiaymente.com/clinica/desensibilizacion-sistemica>

P

Peiró, R. (2022, noviembre 24). *Emisor (comunicación)*. Economipedia. <https://feji.us/x7rcdm>

Peiró, R. (2022, noviembre 24). *Mindfulness (atención plena)*. Economipedia.

<https://economipedia.com/definiciones/mindfulness-atencion-plena.html>

Peiró, R. (2022, noviembre 24). *Teoría de la información*. Economipedia. <https://feji.us/rz8fl8>

Porto, J. P., & Gardey, A. (2021, septiembre 12). *Mensaje - Qué es, historia, definición y*

*concepto*. Definición.de. <https://definicion.de/mensaje/>

Porto, J. P., & Gardey, A. (2022, junio 22). *Cibernética - Qué es, teoría, definición y concepto*.

Definición.de. <https://definicion.de/cibernetica/>

Porto, J. P., & Merino, M. (2022, enero 28). *Comportamiento - Qué es, definición, influencia y*

*clasificación*. Definición.de. <https://definicion.de/comportamiento/>

Porto, J. P., & Merino, M. (2022, abril 9). *Receptor - Qué es, definición, en la biología y en la*

*medicina*. Definición.de. <https://definicion.de/receptor/>

Psiquiatria.com. (2023, junio). *Prevención*. Recuperado mayo 22, 2024, de

<https://psiquiatria.com/glosario/prevencion>

Psiquiatria.com. (2023, junio 10). *Psicoeducación*. Recuperado mayo 22, 2024, de

<https://psiquiatria.com/glosario/psicoeducacion>

R

Regader, B. (2016, junio 9). *Psicología clínica: definición y funciones del psicólogo clínico*.

Psicología y Mente. <https://psicologiaymente.com/psicologia/clinica>

Regader, B. (2016, junio 9). *Psicología clínica: definición y funciones del psicólogo clínico*.

Psicología y Mente. <https://psicologiaymente.com/psicologia/clinica>

S

StoryLab.Ai. (2024, mayo 31). *Las 11 principales tendencias en diseño gráfico para 2024: el*

*futuro de la comunicación visual*. <https://feji.us/fmrb7i>

T

Top Doctors. (2024, julio 3). *Trauma psicológico: qué es, síntomas y tratamiento*.

<https://www.topdoctors.es/diccionario-medico/trauma-psicologico#que%20es>

Tuatara Agencia Boutique. (2024, enero 27). *8 tendencias en diseño gráfico para el 2024*.

<https://tuatara.co/blog/disenio/tendencias-diseno-grafico-2024/>

U

Universidad A Distancia de Madrid. (2023, septiembre 25). *Teoría de la comunicación*

*interpersonal*. <https://www.udima.es/es/teoria-comunicacion-interpersonal-122.html>

Universidad Europea. (2022, noviembre 7). *Evaluación psicológica*.

<https://universidadeuropea.com/blog/que-es-evaluacion-psicologica/>

Universidad Europea. (2022, septiembre 9). *Tipos de comunicación persuasiva*.

<https://universidadeuropea.com/blog/tipos-comunicacion-persuasiva/>

V

Villalobos, C. (2023, enero 20). *¿Qué es la teoría del color? Definición y características*.

HubSpot. <https://blog.hubspot.es/marketing/teoria-del-color>

## Capítulo XI: Anexos

### Anexo 1: Ejemplos de gráfica de Magnitud



*Gráfica de magnitud - Fuente: elaborado por el estudiante Gabriela Alvarado*

**Anexo 2: Brief****Datos del estudiante**

Nombre del estudiante	Gabriela Alvarado
No de Carné	20004858
Teléfono	55177221
E-mail	sofia.alvarado@galileo.edu
Proyecto	Diseño de un folleto digital informativo que dé a conocer a clientes reales y potenciales del mercado guatemalteco, las estrategias para el control de la ansiedad que brinda la clínica psicológica Crece.

**Datos del cliente**

Empresa	Clínica de psicología Crece
Nombre del cliente	Xiomara Dardón
Teléfono	41905604
E-mail	crecepsicologia@gmail.com
Antecedentes	Fecha de constitución: 24 de marzo 2016  Fecha de inicio: 1 de abril 2016

	<p>Fecha de asistencia de los primeros pacientes: 9 de mayo 2016</p> <p>Crece psicología es una empresa de base católica por lo que en marzo del 2016 se realizó la bendición de ésta asistiendo un grupo pequeño de amigos y conocidos para la misma.</p> <p>La empresa empieza de cero, se renta un local en la zona 1, en el Edificio El Centro (7<sup>a</sup>. Avenida 8-56, zona 1, ciudad de Guatemala) en el 8<sup>o</sup>. Nivel.</p> <p>En los inicios de la compañía su futuro era incierto debido a que el trabajo realizado que generaba ingresos para la compañía provenía solamente de aquellos pacientes que decidían programar una cita, estos primeros pacientes empezaron en mayo del año en que la compañía se fundó.</p> <p>El funcionamiento de la empresa en sus primeros seis meses contó con un financiamiento inicial, este financiamiento fue un ingreso mensual recurrente externo a la empresa, del que un porcentaje de éste se utilizaba para el pago de los costos base de la empresa.</p> <p>La empresa se mudó tres veces. En zona 1 estuvo ubicada desde marzo 2016 hasta el 31 de julio del 2017 cuando se</p>
--	---

trasladó al Centro Médico I (6<sup>a</sup>. Avenida 3-22, zona 10), este traslado se realizó para captar otro tipo de pacientes, por la solidez y profesionalismo que el Centro Médico ofrece hoy en día. En esta localidad la empresa tuvo un crecimiento tanto de pacientes como de ingresos.

El tercer y último traslado se realizó el 13 de septiembre del 2019 cuando se muda al Edificio Distrito Miraflores zona 11 (19 avenida 2-78, zona 11, ciudad de Guatemala). Este traslado se realiza porque se escucha la queja de varios pacientes de la dificultad que tienen de llegar a Centro Médico por lo difícil del tráfico. Al inicio muchos pacientes que llegaban de las cercanías de zona 10 no estuvieron muy satisfechos, pero al observar la rapidez con que llegaban a Distrito Miraflores se adaptaron muy bien.

En la actualidad la empresa atiende en el área de coworking ya que después de la pandemia se tuvo que cerrar el local de la clínica atendiendo solamente de forma virtual. Después de pandemia muchos pacientes son atendidos de forma virtual porque evitan el problema del tráfico y pago de parqueo, los pacientes que desean atención presencial se hace un día específico por lo que se renta la oficina solamente para ese día.

Oportunidad identificada	Diseñar un folleto digital informativo que dé a conocer a clientes reales y potenciales del mercado guatemalteco, las estrategias para el control de la ansiedad que brinda la clínica psicológica Crece.
--------------------------	---

### Datos de la empresa

Misión	Crece Psicología es una empresa del sector salud comprometida con la atención de la salud emocional y mental de forma integral, ética, humana, con sólidos principios y valores. Dirigida a las personas que buscan ayuda para solucionar situaciones difíciles de la vida cotidiana, ya sea individual, de pareja, familiar o laboral. Conscientes que nuestra labor genera un impacto positivo para la sociedad
Visión	Ser la clínica de psicología número uno en Guatemala especializada en la atención de ansiedad con la mejor capacitación y herramientas actualizadas para otorgar un servicio de calidad internacional.
Delimitación geográfica	La clínica de psicología tiene su enfoque en la Ciudad de Guatemala, con especial atención en las áreas habitadas por individuos de nivel económico medio-alto. Estas zonas

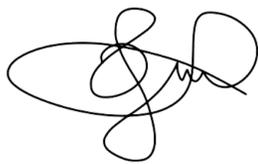
	comprenden principalmente áreas residenciales que reflejan este perfil socioeconómico. La clínica busca llegar tanto a hombres como a mujeres de 20 a 40 años que están interesados en mejorar su calidad de vida.
Grupo objetivo	Hombres y mujeres de 20 a 40 años, que vivan en la Ciudad de Guatemala y estén interesadas en mejorar su calidad de vida.
Principal beneficio al Grupo Objetivo	Proporcionar a las personas las herramientas y el apoyo necesarios para superar los desafíos emocionales y mejorar su calidad de vida es uno de los principales beneficios que ofrece la clínica de psicología Crece.
Competencia	Clínicas de psicología ubicadas en la ciudad de Guatemala.
Posicionamiento	La clínica de psicología se esfuerza por destacar como un referente en el cuidado integral de la salud mental, especializándose en la ansiedad. Su oferta incluye servicios de terapia personalizada y soluciones efectivas destinadas a fomentar el bienestar emocional y potenciar la calidad de vida de sus pacientes. Además, sobresale por la profesionalidad y transparencia de su equipo, quienes priorizan un enfoque centrado en el paciente y se comprometen con la constante innovación y el progreso en el ámbito de la psicología clínica.

Factores de diferenciación	<p>La clínica de psicología se distingue por ofrecer un servicio de atención personalizada que incluye la provisión de agua pura o jugos durante las consultas presenciales, creando así un ambiente acogedor y confortable para el bienestar de sus pacientes. Además, su enfoque especializado en el manejo de la ansiedad la posiciona como una opción destacada para aquellos que buscan soluciones específicas para este trastorno. Con una modalidad de atención flexible, la clínica ofrece la posibilidad de consultas tanto presenciales como virtuales, brindando comodidad y accesibilidad a sus pacientes. Ubicada estratégicamente en la Zona 11 de la Ciudad de Guatemala, una zona céntrica y de alta densidad poblacional, la clínica se beneficia de una ubicación conveniente que facilita el acceso para los pacientes.</p>
Objetivo de mercado	<p>Posicionarse como líder en la prestación de servicios de salud mental en la Ciudad de Guatemala, enfocándose en ofrecer soluciones efectivas para el manejo de la ansiedad. Busca captar la atención de hombres y mujeres de entre 20 y 40 años, con un nivel económico medio-alto, que buscan mejorar su calidad de vida. Además, se tiene como meta expandir la presencia de la clínica tanto en el ámbito presencial como virtual, aprovechando la ubicación</p>

	estratégica en la Zona 11, una zona céntrica y de alto tránsito en la ciudad.
Objetivo de comunicación	Establecer una conexión efectiva con el público objetivo en la Ciudad de Guatemala, destacando su especialización en el manejo de la ansiedad y su compromiso con el bienestar emocional. Se busca informar y sensibilizar a hombres y mujeres sobre los servicios ofrecidos y la importancia del cuidado de la salud mental
Mensaje clave a comunicar	La clínica psicológica Crece especializada en ansiedad ofrece soluciones efectivas para mejorar el bienestar emocional.
Estrategia de comunicación	Proporcionar información clara y útil sobre el control de la ansiedad, adaptada al público objetivo. El tono de la comunicación será tranquilizador y profesional, con un diseño atractivo y accesible para su fácil comprensión en formato digital. Se promoverá activamente el folleto a través de la plataforma en línea, compartiendo el enlace en redes sociales y correos electrónicos, con el objetivo de alcanzar a aquellos que podrían beneficiarse de los recursos y servicios ofrecidos por la clínica. Además, se incluirá un llamado a la acción al final del folleto, invitando a los lectores a contactar

	con la clínica para obtener más información o para agendar una consulta.
Reto del diseñador	Diseñar un folleto digital informativo que dé a conocer las estrategias para el control de ansiedad
Trascendencia	Proporcionar herramientas significativas a aquellos que lidian con desafíos emocionales contribuye a sensibilizar sobre la importancia de la salud mental en la sociedad guatemalteca, promoviendo un mayor entendimiento y reduciendo el estigma asociado a los trastornos mentales y a la ayuda psicológica. Este impacto positivo se refleja en una mejor calidad de vida de las personas.
Materiales a realizar	Diseño de un folleto digital informativo sobre las estrategias para el control de la ansiedad
Presupuesto	Q3500

Logotipo	
Colores	Fucsia y gris
Tipografía	Myriad Pro
Forma	Rectángulo



Gabriela Alvarado



Xiomara Dardón

Fecha: 3-05-2025

### Anexo 3: Tabla de Niveles Socioeconómicos

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

Fuente: <https://www.ine.gob.gt/>Otras referencias útiles: <https://indhguatemala.org/panorama-nacional-desarrollo-humano-en-guatemala/>

## Anexo 4: Investigación de tendencias



FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

Proyecto de graduación

Nombre del catedrático. Lcda. Ana Gabriela Cabrera Conde

Tendencias en diseño 2024

Gabriela Sofia Alvarado Durante

Camet: 20004858

Guatemala, 31 de mayo del 2024

### Introducción

En el cambiante mundo del diseño gráfico, estar al tanto de las últimas tendencias es clave para crear contenido visual impactante. En esta investigación, se explora las tendencias del diseño gráfico para el 2024 que se pueden aplicar a folletos digitales. Desde el arte de la inteligencia artificial hasta la incorporación de colores inspirados en la naturaleza, cada tendencia ofrece nuevas oportunidades para la creatividad y la innovación. Descubre cómo estas tendencias pueden transformar los diseños y cautivar a la audiencia.

### Tendencias del diseño gráfico 2024 aplicadas a folletos digitales

#### Arte de IA

Con la inteligencia artificial ahora es posible generar impresionantes diseños gráficos en cuestión de segundos. Estos generadores de texto a imagen basados en IA están mejorando continuamente, ofreciendo herramientas cada vez más sofisticadas y accesibles. Ya sea que se utilicen para modificar elementos específicos o simplemente como fuente de inspiración.



Fuente: Aula Creativa

### **Fuentes en negrita y tipografía experimental**

Esta tendencia busca crear tipografías distintivas y arriesgadas, aprovechando los avances tecnológicos para una mayor libertad creativa en el diseño tipográfico y resaltar de la competencia.



Fuente: StoryLab

### **Ilustraciones con texturas realistas**

Se centra en la incorporación de texturas realistas en las ilustraciones, lo que añade una nueva dimensión visual a las imágenes. Esta práctica implica el uso de imágenes de texturas de la vida real, como madera, tela o piedra, integrándolas en los diseños para crear una sensación táctil y realista que cautiva al espectador. Al agregar texturas, se mejora el atractivo visual de las ilustraciones, se crea contraste y se añade un toque de realismo, lo que hace que los diseños sean más identificables y memorables.



Fuente: StoryLab

### Pasteles de caramelo

Estos colores suaves y dulces evocan sentimientos de nostalgia y crean una sensación de comodidad para los espectadores. Los pasteles de caramelo son ideales para diseños infantiles, atrayendo al público joven con su suavidad, y se usan comúnmente en diseños femeninos para aportar un toque delicado. Además, esta paleta de colores se puede aplicar al empaquetado de productos, generando un ambiente alegre y divertido que destaca en los estantes.



Fuente: StoryLab

### Minimalista y abstracto

Por la constante afluencia de información y estímulos, los diseños minimalistas y abstractos se están volviendo una tendencia popular en el diseño gráfico. Esta tendencia se centra en la simplicidad y el uso de elementos mínimos para transmitir un mensaje o idea de manera efectiva. El minimalismo y la abstracción permiten simplificar ideas complejas, haciéndolas más comprensibles para la audiencia, y generar un fuerte impacto visual con pocos elementos.



Fuente: Webnova

### Ilustraciones a mano

Hace que los diseños sean más auténticos y humanos. Estas ilustraciones actúan como una firma personal, ayudando a los usuarios a sentirse más conectados emocionalmente con lo que ven. A diferencia de las imágenes de stock, las ilustraciones a mano apelan a las emociones y crean una experiencia visual más genuina. Además, el uso del espacio en blanco realza estas ilustraciones al crear un contraste que las hace más visibles y atractivas.



### Colores apagados a la naturaleza

La tendencia actual en diseño gráfico se inclina hacia colores que reflejan la naturaleza y promueven una sensación de bienestar y conexión con el entorno a través de paletas de colores más neutros y apagados, inspirados en elementos naturales como la tierra, el mar y las hojas. Este cambio se atribuye en parte a la pandemia, que ha impulsado un mayor enfoque en la salud y la sostenibilidad.



### Formas geométricas

Formas geométricas simples y minimalistas, que son muy populares para el diseño de marcas y publicaciones en redes sociales. A pesar de su simplicidad, estas formas cobran vida cuando se combinan con los colores adecuados, lo que las hace atractivas y efectivas en la comunicación visual.



### Referencias

- Ariadnaandreu. (2024, 17 enero). Las 10 tendencias en diseño gráfico para 2024. Mediactiu. <https://mediactiu.com/tendencias-en-diseno-grafico-para-2024/>
- StoryLab.Ai. (2024, 31 mayo). Las 11 principales tendencias en diseño gráfico para 2024: el futuro de la comunicación visual. StoryLab.ai. <https://storylab.ai/es/top-graphic-design-trends-future-visual-communication/>
- Tuataara Agencia Boutique. (2024, 27 enero). 8 tendencias en diseño gráfico para el 2024. <https://tuataara.co/blog/disenio/tendencias-diseno-grafico-2024/>
- Las 15 grandes tendencias en diseño gráfico para 2024. (2024). <https://userguiding.com/es/blog/tendencias-diseno-grafico>
- Gráfica, & Gráfica. (2024, 20 enero). Tendencias visuales de 2024: usar el futuro para diseñar el pasado. Gráfica. <https://grafica.info/tendencias-visuales-de-2024-usar-el-futuro-para-disenar-el-pasado/>
- Chi, M. (2024, 9 mayo). Tendencias en diseño gráfico 2024 - WORTEV. WORTEV Aceleradora. <https://wortev.com/noticias/tendencias-diseno-grafico/>
- Chi, M. (2024, 9 mayo). Tendencias en diseño gráfico 2024 - WORTEV. WORTEV Aceleradora. <https://wortev.com/noticias/tendencias-diseno-grafico/>

## Anexo 5: Encuesta

<https://forms.gle/RHtgG9qTnNa4EGxPA>

### Encuesta de Validación del proyecto de

Diseño de un folleto informativo digital para dar a conocer las estrategias del control de la ansiedad que brinda la clínica psicológica Crece a clientes reales y potenciales del mercado guatemalteco

sofia8768@gmail.com [Cambiar cuenta](#) 

 No compartido

\* Indica que la pregunta es obligatoria

**Género \***

Femenino

Masculino

**Edad \***

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

**¿Cuál es su perfil en relación con esta encuesta? \***

Experto

Cliente

Grupo Objetivo

**Nombre \***

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

**Profesión \***

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

**Puesto \***

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

**Antecedentes:**

La clínica de psicología Crece fue creada el año 2016 por Xiomara Dardón, y actualmente se dedica principalmente a la administración y atención de pacientes que asisten a sus instalaciones.

Al visitar la clínica de psicología se pudo observar que no cuenta con el diseño de un folleto digital que dé a conocer a clientes reales y potenciales del mercado guatemalteco, las estrategias para el control de la ansiedad.

Por lo que se ha planteado el objetivo de diseñar un folleto informativo digital para dar a conocer las estrategias del control de la ansiedad que brinda la clínica psicológica Crece a clientes reales y potenciales del mercado guatemalteco.

**Instrucciones:**

Con base a lo anterior, observe la propuesta del folleto informativo digital y según su criterio conteste las siguientes preguntas de validación

**Parte Objetiva:**

Descripción (opcional)

¿Considera usted necesario diseñar un folleto informativo digital para dar a conocer las estrategias del control de la ansiedad que brinda la clínica psicológica Crece a clientes reales y potenciales del mercado guatemalteco? \*

- Sí
- No

¿Considera importante recopilar la información necesaria, por medio del brief proporcionado por el cliente, acerca de los servicios que la clínica psicológica Crece ofrece para obtener un conocimiento detallado sobre su alcance, metodologías empleadas y modalidades de tratamiento? \*

- Sí
- No

¿Considera importante recopilar la información necesaria, por medio del brief proporcionado por el cliente, acerca de los servicios que la clínica psicológica Crece ofrece para obtener un conocimiento detallado sobre su alcance, metodologías empleadas y modalidades de tratamiento? \*

- Sí
- No

¿Considera adecuado investigar conceptos, teorías y tendencias de diseño para elaborar un folleto informativo digital que transmita de manera precisa, atractiva y coherente los mensajes esenciales relacionados con el control de la ansiedad? \*

- Sí
- No

¿Considera adecuado elaborar una serie de ilustraciones vectoriales con el objetivo de facilitar la comprensión y la aplicación práctica de las estrategias en la vida cotidiana de los clientes reales y potenciales de la clínica psicológica Crece? \*

- Sí
- No

**Parte Semiológica:**

Descripción (opcional)

La paleta de colores utilizada en las piezas gráficas es: \*

- Muy adecuada
- Poco adecuada
- Nada adecuada

Las tipografías del folleto digital son: \*

- Muy adecuadas
- Poco adecuadas
- Nada adecuadas

¿Considera que la línea gráfica utilizada en el diseño del folleto es? \*

- Muy atractiva
- Poco atractiva
- Nada atractiva

**Parte Operativa:**

Descripción (opcional)

¿Considera que la información colocada en el folleto digital es? \*

- Muy adecuada
- Poco adecuada
- Nada adecuada

¿Considera que la distribución del contenido en el folleto es? \*

- Muy dinámico
- Poco dinámico
- Nada dinámico

¿Considera usted que la orientación del folleto es? \*

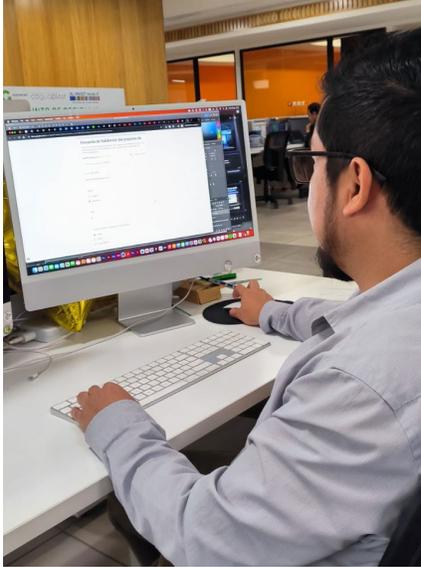
- Funcional
- Poco Funcional
- Nada funcional

Gracias por su tiempo y espacio para contestar las preguntas dentro de la encuesta. Si en caso usted tiene alguna sugerencia o comentario personal puede hacerlo en el siguiente espacio:

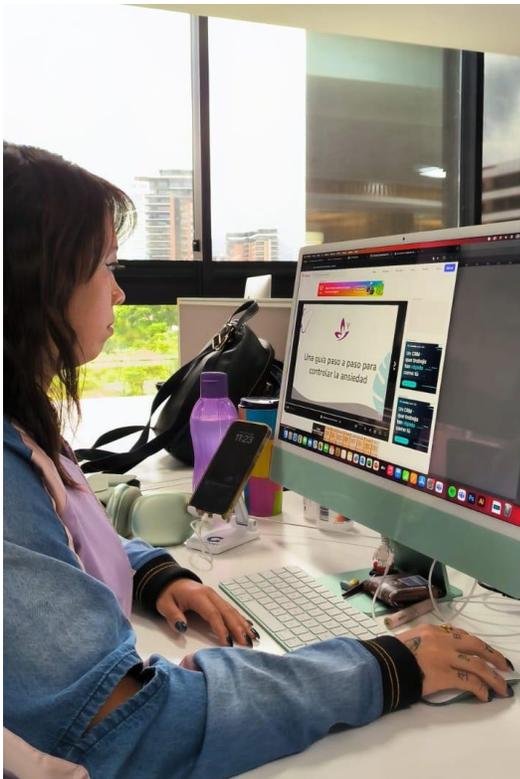
Texto de respuesta larga

## Anexo 6: Validación de Expertos y cliente

Experto 1: Licenciado Daniel Cifuentes



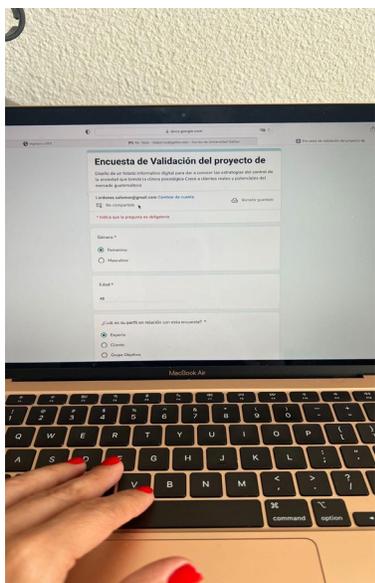
Experta 2: Licenciada Adriana Marroquín



### Experto 3: Licenciado Mario Jacobo Maldonado



### Experta 4: Licenciada Ingrid Ordoñez



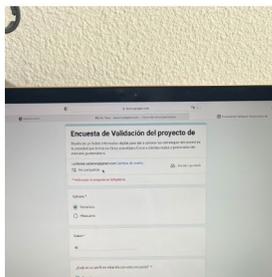
**G** Gabriela Sofia Alvarado Durante lun, 26 ago, 10:12 (hace 9 días) ☆  
 Muchas gracias y al momento de llenar la encuesta si se puede tomar una foto que se vea que la esta llenando ya que la univer...

**I** Ingrid Ordoñez Salomon mié, 28 ago, 9:50 (hace 7 días) ☆ ↶ ⋮  
 para mí ▾

Listo.

Adjunto la foto tambien.

Saludos



Experto 5: Licenciado David Castillo



Cliente: Xiomara Dardón







## COTIZACIÓN

**FECHA:** 07/10/24  
**VÁLIDO HASTA:** 07/11/24

**DESTINATARIO:**  
Gabriela Alvarado

DESCRIPCIÓN DEL TRATAMIENTO A REALIZAR	CANTIDAD	PRECIO
USB TIPO LLAVERO 32 GB (COLOR VERDE)	01	Q 64.95

Subtotal	Q64.95
<b>TOTAL</b>	<b>Q64.95</b>

Tel:2411 9900 

Blvr. Principal de Cdad. San Cristóbal 19-65,  
Cdad. de Guatemala 

<https://www.officedepot.com.gt> 





## COTIZACIÓN

**ELENA MONTES**

Fecha: 9/10/2024

**CLIENTE:**

Gabriela Alvarado

DESCRIPCIÓN	CANT.	PRECIO	SUBTOTAL
USB Kingston Technology Datatraveler 64 GB	1	Q 55.00	Q 55.00
		<b>TOTAL:</b>	Q 55.00
		<b>A PAGAR:</b>	Q 55.00

[www.pacifiko.com](http://www.pacifiko.com)



Centro de Negocios La Paz, c. Av. 23-13 Z.17  
Calzada La Paz Ofibodega 605