



"Diseño de material gráfico e interactivo para promover a través de las redes sociales Facebook e Instagram los servicios de tratamiento dental y cirugías que ofrece la Dra. Claudia Marroquín en Natural Smile Clínica Dental".

Juan Miguel Diaz

Carné: 21000512

Facultad de Ciencias de la Comunicación, Universidad Galileo

Para optar al título de:

LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN Y DISEÑO

Nueva Guatemala de la Asunción, febrero 2025

Estructura del informe final

Portada

I. Portada interior.....	i
II. Carta de solicitud de tema.....	ii
III. Carta de aprobación de tema y asesor.....	iii
IV. Carta de asesora entera satisfacción del proyecto.....	iv
V. Carta de información de examen privado.....	v
VI. Carta de corrector de estilo.....	vi
VII. Carta de publicación del proyecto.....	vii
VIII. Autoridades de la universidad.....	viii
IX. Dedicatoria.....	ix
X. Resumen o sinopsis.....	x
XI. Hoja de autoría.....	xi

Diseño de material gráfico e interactivo para promover a través de las redes sociales Facebook e Instagram los servicios de tratamiento dental y cirugías que ofrece la Dra. Claudia Marroquín en Natural Smile Clínica Dental.

Juan Miguel Diaz

Universidad Galileo

Facultad de Ciencias de la Comunicación

Febrero 2025

Guatemala, 13 de abril de 2024

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

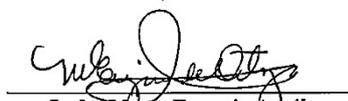
Estimado Licenciado Kachler:

Solicito la aprobación del tema de proyecto de Graduación titulado: **"DISEÑO DE MATERIAL GRÁFICO E INTERACTIVO PARA PROMOVER A TRAVÉS DE LAS REDES SOCIALES FACEBOOK E INSTAGRAM LOS SERVICIOS DE TRATAMIENTO DENTAL Y CIRUGÍAS QUE OFRECE LA DRA. CLAUDIA MARROQUÍN EN NATURAL SMILE CLÍNICA DENTAL"**. Así mismo solicito que la Licda. María Eugenia Aguilar Melgar quien me asesore en la elaboración del mismo.

Atentamente,



Juan Miguel Diaz
21000512



Lcda. María Eugenia Aguilar
Melgar Asesora



Galileo
UNIVERSIDAD
La Revolución en la Educación

FACOM Facultad de Ciencias
de la Comunicación

Guatemala 13 de mayo de 2024

Señor:
Juan Miguel Diaz
Presente

Estimado Señor Diaz:

De acuerdo al proceso de titulación profesional de esta Facultad, se aprueba el proyecto titulado: "**DISEÑO DE MATERIAL GRÁFICO E INTERACTIVO PARA PROMOVER A TRAVÉS DE LAS REDES SOCIALES FACEBOOK E INSTAGRAM LOS SERVICIOS DE TRATAMIENTO DENTAL Y CIRUGÍAS QUE OFRECE LA DRA. CLAUDIA MARROQUÍN EN NATURAL SMILE CLÍNICA DENTAL**". Así mismo, se aprueba a la Licda. María Eugenia Aguilar Melgar 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, 12 de diciembre 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 MATERIAL GRÁFICO E INTERACTIVO PARA PROMOVER A TRAVÉS DE LAS REDES SOCIALES FACEBOOK E INSTAGRAM LOS SERVICIOS DE TRATAMIENTO DENTAL Y CIRUGÍAS QUE OFRECE LA DRA. CLAUDIA MARROQUÍN EN NATURAL SMILE CLÍNICA DENTAL"**. Presentado por el estudiante: *Juan Miguel Diaz*, con número de carné: *21000512*, 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. Maria Eugenia Aguilar Melgar
Asesora



FACOM Facultad de Ciencias
de la Comunicación

Guatemala, 18 de febrero de 2025

Señor
Juan Miguel Díaz
Presente

Estimado Señor Díaz:

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

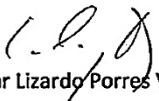
Ciudad de Guatemala, 25 de marzo de 2025.

Licenciado
Leizer Kachler
Decano FACOM
Universidad Galileo
Presente.

Señor Decano:

Le informo que la tesis: **"DISEÑO DE MATERIAL GRÁFICO E INTERACTIVO PARA PROMOVER A TRAVÉS DE LAS REDES SOCIALES FACEBOOK E INSTAGRAM LOS SERVICIOS DE TRATAMIENTO DENTAL Y CIRUGÍAS QUE OFRECE LA DRA. CLAUDIA MARROQUÍN EN NATURAL SMILE CLÍNICA DENTAL"**, del estudiante Juan Miguel Díaz, ha sido objeto de revisión gramatical y estilística, por lo que puede continuar con el trámite de graduación.

Atentamente.


Lic. Edgar Lizardo Porres Velásquez
Asesor Lingüístico
Universidad Galileo



FACOM Facultad de Ciencias
de la Comunicación

Guatemala, 28 de marzo de 2025

Señor:
Juan Miguel Diaz
Presente

Estimado Señor Diaz:

De acuerdo al dictamen rendido por la terna examinadora del proyecto de graduación titulado: **"DISEÑO DE MATERIAL GRÁFICO E INTERACTIVO PARA PROMOVER A TRAVÉS DE LAS REDES SOCIALES FACEBOOK E INSTAGRAM LOS SERVICIOS DE TRATAMIENTO DENTAL Y CIRUGÍAS QUE OFRECE LA DRA. CLAUDIA MARROQUÍN EN NATURAL SMILE CLÍNICA DENTAL"**. Presentado por el estudiante Juan Miguel Diaz, 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

Nómina de 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 mi madre, Patricia

Por ser la luz que cambió mi vida y darme un hogar lleno de amor. Por acompañarme en los momentos más oscuros y demostrarme que, incluso en los días más difíciles, siempre había alguien que creía en mí. Este logro es tanto tuyo como mío, porque sin ti, este sueño nunca habría sido posible.

A mi mentora, Basilia

Por su apoyo incondicional, por confiar en mí más allá de las dudas y alentarme a alcanzar lo que a veces creía imposible. Su guía y su fe inquebrantable han sido pilares en este proceso. Gracias por ser más que una mentora, por ser una inspiración y una fuerza que me ayudó a encontrar mi propio camino.

A mi alma mater

Universidad Galileo, y a cada catedrático que marcó mi vida universitaria, por el conocimiento, los desafíos y las oportunidades que hicieron de mí quien soy hoy.

A mis amigos

Por ser parte fundamental de este viaje, por sus palabras de aliento y motivación a lo largo de todo el proceso. Gracias por compartir esta experiencia y por estar siempre presentes.

Y, finalmente, a quienes dudaron

A ustedes, que alguna vez vieron mis sueños como imposibles, gracias. Su falta de fe se transformó en mi impulso y su incredulidad en mi motor. Hoy, he demostrado que la fuerza para alcanzar mis sueños no se mide en la aprobación de otros, sino en mi propia convicción y esfuerzo.

Resumen

A través del acercamiento con la empresa Natural Smile Clínica Dental se identificó que la Dra. Claudia Marroquín no cuenta con material gráfico e interactivo para promover a través de las redes sociales Facebook e Instagram los servicios y productos que ofrece la clínica dental.

Por lo que se planteó el siguiente objetivo: Diseñar material gráfico e interactivo para promover a través de las redes sociales Facebook e Instagram los servicios de tratamiento dental y cirugías que ofrece la Dra. Claudia Marroquín en Natural Smile Clínica Dental.

El enfoque de la investigación es mixto, porque se utilizó el método cuantitativo y método el 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 17 personas entre grupo objetivo, cliente, y expertos en comunicación y diseño.

El principal hallazgo, entre otros, es que el diseño de material gráfico e interactivo permitirá fortalecer la presencia de Natural Smile Clínica Dental en las redes sociales Facebook e Instagram, promover sus servicios y atraer clientes reales y potenciales.

Se recomienda mantener el material gráfico e interactivo de Natural Smile Clínica Dental en sintonía con las últimas tendencias de diseño lo que permitirá que la clínica siga siendo relevante y atractiva para su público objetivo.

Para efectos legales, únicamente el autor, **JUAN MIGUEL DIAZ**, es responsable del contenido de este proyecto, ya que es una investigación científica y puede ser motivo de consulta y utilidad por estudiantes profesionales.

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

Índice

Capítulo I: Introducción

Introducción.....	01
-------------------	----

Capítulo II: Problemática

Contexto.....	02
---------------	----

Requerimiento de comunicación y diseño.....	03
---	----

Justificación.....	03
--------------------	----

Magnitud.....	03
---------------	----

Vulnerabilidad.....	04
---------------------	----

Trascendencia.....	04
--------------------	----

Factibilidad.....	04
-------------------	----

Capítulo III: Objetivos de diseño

Objetivo general.....	06
-----------------------	----

Objetivos específicos.....	06
----------------------------	----

Capítulo IV: Marco de referencia

Información general del cliente y datos complementarios.....	07
--	----

Capítulo V: Definición del grupo objetivo

Perfil geográfico.....	13
------------------------	----

Perfil demográfico.....	14
-------------------------	----

Perfil psicográfico.....	15
--------------------------	----

Perfil conductual.....	16
------------------------	----

Capítulo VI: Marco teórico

Conceptos fundamentales relacionados con el producto y/o servicio.....	17
--	----

Conceptos fundamentales relacionados con la comunicación y el diseño.....	19
---	----

Ciencias auxiliares, artes, teóricas y tendencias.....	24
--	----

Capítulo VII: Proceso de diseño y propuesta preliminar

Aplicación y razonamiento de la información obtenida en el marco teórico.....	33
---	----

Conceptualización.....	36
------------------------	----

Bocetaje.....	41
---------------	----

Propuesta preliminar.....	64
---------------------------	----

Capítulo VIII: Validación técnica

Población y muestreo.....	71
---------------------------	----

Método e instrumento.....	73
---------------------------	----

Resultados e interpretación de resultados.....	74
--	----

Cambios en base a resultados.....	89
-----------------------------------	----

Capítulo IX: Propuesta final.....	93
--	-----------

Capítulo X: Producción, reproducción y distribución

Plan de costos de elaboración.....	114
------------------------------------	-----

Plan de costos de producción.....	114
-----------------------------------	-----

Plan de costos reproducción.....	115
----------------------------------	-----

Plan de costos de distribución.....	115
Margen de utilidad.....	116
Primer total.....	116
IVA.....	116
Costo total.....	116
Cuadro resumen.....	117
Capítulo XI: Conclusiones y recomendaciones	
Conclusiones.....	118
Recomendaciones.....	119
Capítulo XII: Conocimiento general.....	120
Capítulo XIII: Referencias.....	121
Capítulo XIV: Anexos.....	126 - 167

Capítulo I

Introducción

Capítulo I: Introducción

Introducción

Natural Smile Clínica Dental es una clínica especializada en tratamientos dentales y cirugías odontológicas creada en el año 2022. Su principal finalidad es ofrecer atención integral de calidad, posicionándose como un referente en la salud dental dentro de la región metropolitana de Guatemala. Ante el creciente papel de las redes sociales, se identificó la necesidad de fortalecer la presencia digital de dicha clínica en Facebook e Instagram, para captar nuevos pacientes y fidelizar a los actuales.

Por lo que se desarrollará el proyecto: Diseño de material gráfico e interactivo para promover a través de las redes sociales Facebook e Instagram, los servicios de tratamiento dental y cirugías que ofrece la Dra. Claudia Marroquín en Natural Smile Clínica Dental. Con esto se busca mejorar la comunicación visual y ampliar su presencia digital.

La metodología que se empleará son diversos métodos y técnicas. Se iniciará con la recopilación de información a través del brief proporcionado por el cliente, que ofrecerá un marco de referencia y un marco teórico que sustentan los conceptos de comunicación, diseño gráfico, ciencias, artes, teorías y tendencias aplicados. Se realizaron bocetos y prototipos preliminares, validados mediante un proceso mixto que incluye un método cualitativo a través de entrevistas a expertos, clientes y grupo objetivo y la aplicación de una técnica cuantitativa, por medio de encuestas para analizar los resultados obtenidos. Se elaborará la propuesta final y por último la realización de un plan de costos de elaboración.

En conclusión, se espera que el diseño del material gráfico e interactivo optimice la presencia de Natural Smile Clínica Dental en redes sociales, al mejorar la interacción con los pacientes y el reconocimiento de marca, adaptándose al entorno digital y que brinde una experiencia más atractiva.

Capítulo II

Problemática

Capítulo II: Problemática

Actualmente Claudia Marroquín cuenta con una clínica dental llamada Natural Smile, Clínica Dental que le permite dar atención a sus pacientes, sin embargo, enfrenta un desafío significativo con la gestión de sus redes sociales.

A pesar de tener presencia en plataformas como Facebook e Instagram, la falta de un seguimiento constante y estrategias de comunicación efectivas limitan su capacidad para atraer a clientes reales y potenciales a su clínica.

Por esa razón, es necesario diseñar materiales gráficos e interactivos para sus redes sociales basado en su línea gráfica que permita captar nuevos pacientes y logre posicionar la clínica dental de Claudia Marroquín.

Contexto

Claudia Marroquín es odontóloga egresada de la Universidad San Carlos de Guatemala, con un diplomado en ortodoncia y experiencia en atención odontológica en el sector público. En el año 2022 lanza su clínica dental que nace con el concepto de ayudar a las personas a cambiar sus hábitos bucales, proveer una atención integral y mejorar la calidad de vida a sus pacientes.

El contexto digital ha trascendido en los últimos años, este factor permite tener un contacto más directo e inmediato con el grupo objetivo, según la investigación realizada, el problema que presenta es la presencia en redes sociales como Facebook e Instagram la cual no ha sido optimizada para promocionar los servicios de la clínica y no permite posicionarla y promover la captación de clientes reales y potenciales. Esto subraya la necesidad urgente de una estrategia renovada y profesional que mejore su visibilidad y engagement online.

Requerimiento de comunicación

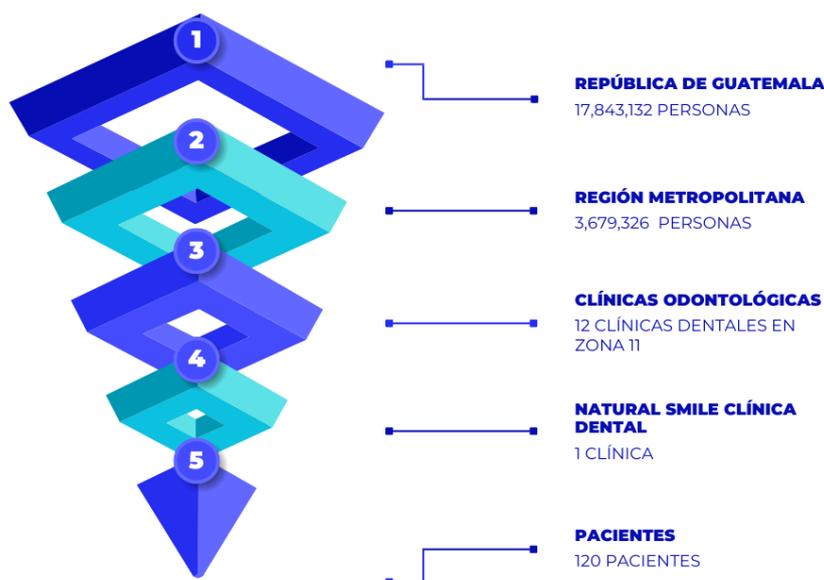
Claudia Marroquín identificó que no cuenta con material gráfico e interactivo para promover a través de las redes sociales Facebook e Instagram los servicios y productos que ofrece en su clínica dental.

Justificación

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

Magnitud

Figura



Según el Instituto Nacional de Estadística –INE–, en la República de Guatemala hay 17,843,132 de habitantes, de los que, 3,679,326 de ellos residen en la Región Metropolitana y sus municipios; datos del Colegio Estomatológico de Guatemala indican que existen alrededor de 12 clínicas dentales ubicadas en la zona 11; entre ellas la odontóloga Claudia Marroquín, quien cuenta con 2 odontólogos y 1 secretaria en Natural Smile Clínica Dental. Posee 60 pacientes reales y proyecta 120 potenciales.

Vulnerabilidad

La gestión intermitente de material gráfico e interactivo en redes sociales de la clínica dental Natural Smile de Claudia Marroquín ha llevado a una percepción de inactividad o desinterés, que podría deteriorar la imagen corporativa de la clínica. Esta deficiencia en la presencia online limita severamente la capacidad de la clínica para atraer clientes reales y potenciales, pone en riesgo su competitividad y potencial de crecimiento en un mercado cada vez más influenciado por la interacción digital.

Trascendencia

Al contar con una estrategia coherente y bien definida de material gráfico e interactivo a través de redes sociales Facebook e Instagram, la clínica podría significativamente disminuir las limitaciones actuales en su interacción digital.

Este enfoque permitiría, no solo ampliar la base de clientes reales y potenciales, una presencia online más activa y atractiva, sino también mejorar la percepción de la marca y fortalecer la confianza y fidelidad de los clientes.

Factibilidad

Claudia Marroquín cuenta con los recursos humanos, organizacionales, económicos y tecnológicos que hacen posible y realizable este proyecto.

Recurso humano. La clínica dental Natural Smile cuenta con el capital humano adecuado que tiene la capacidad, el conocimiento, la experiencia y las habilidades para el manejo de las funciones que desempeñan dentro de la clínica.

Recursos organizacionales. El propietario de la clínica dental autoriza al personal para que esté en disposición de brindar toda la información necesaria de la empresa para llevar a cabo este proyecto.

Recursos económicos. La clínica dental tiene actualmente los recursos necesarios, que posibilita la realización de este proyecto.

Recursos tecnológicos. Para el adecuado desarrollo del diseño de material gráfico e interactivo, se dispone de los recursos tecnológicos necesarios. Se cuenta con una NoteBook marca HP de la serie Victus, cámara digital DSLR Nikon 3500, la disponibilidad de programas de Adobe Suite licenciados y servicio de internet.

Capítulo III

Objetivos del Diseño

Capítulo III: Objetivos del diseño

Objetivo general

Diseñar material gráfico e interactivo para promover a través de las redes sociales Facebook e Instagram los servicios de tratamiento dental y cirugías que ofrece la Dra. Claudia Marroquín en Natural Smile Clínica Dental.

Objetivos específicos

- Recopilar información proporcionada por Natural Smile Clínica Dental a través de su brief, acerca de los tratamientos dentales y cirugías, para fundamentar el desarrollo del material gráfico e interactivo de redes sociales.
- Investigar tendencias y recursos de diseño a través de fuentes fiables de información para respaldar la propuesta gráfica de este proyecto.
- Diagramar los elementos gráficos e interactivos, en los que se aplicará los principios de jerarquía visual para organizar de manera clara y efectiva los elementos clave que faciliten la comprensión de los servicios que ofrece Natural Smile Clínica Dental.
- Calendarizar la publicación del material gráfico e interactivo que detalle la frecuencia y los tipos de contenido a publicar en Facebook e Instagram para asegurar una cobertura continua y sistemática que optimice el engagement y alcance al público objetivo.

Capítulo IV

Marco de Referencia

Capítulo IV: Marco de referencia

Información general del cliente

- Empresa: Natural Smile Clínica Dental
- Nombre del cliente: Claudia Gabriela Marroquín Herrera
- Título: Cirujano Dentista, en el Grado Académico de Licenciatura
- Teléfono: 4211-1729
- E-mail: clinicadentalnaturalsmilegt@gmail.com

Antecedentes

La clínica se fundó en abril del 2022, con el objetivo de prestar atención odontológica a pacientes con patologías dentales preexistentes.

Oportunidad identificada

Carece del diseño de material gráfico e interactivo para promover a través de redes sociales Facebook e Instagram los servicios de tratamiento dental y cirugías que ofrece la Dra. Claudia Marroquín en Natural Smile Clínica Dental.

Misión

Proporcionar atención odontológica de primera calidad, centrada en las necesidades específicas de nuestros pacientes. Nos especializamos en tratamientos de ortodoncia y cirugías dentales, llevados a cabo por un equipo de profesionales altamente cualificados. Nos dedicamos a superar las expectativas de nuestros pacientes mediante un trato empático y resultados estéticos excepcionales.

Visión

Ser la clínica dental de referencia en nuestra región por la calidad y la innovación de nuestros tratamientos. Estamos dedicados a la actualización continua de nuestro personal y tecnologías para asegurar los mejores cuidados posibles. Nuestro objetivo es ampliar el acceso a nuestros servicios de alta calidad a una comunidad más amplia, promover la salud dental integral y mejorar el bienestar general de nuestros pacientes.

Delimitación geográfica

Zona 11 ciudad de Guatemala, Guatemala.

Grupo objetivo

Usuarios activos en Facebook e Instagram que interactúan con las redes sociales de Natural Smile Clínica Dental.

Principal beneficio al grupo objetivo

Proporcionar acceso inmediato a consultas y tratamientos dentales personalizados a usuarios interesados en el cuidado dental de calidad que serán beneficiados con la mejora, eficiencia y comodidad de utilizar a través de Facebook e Instagram la solicitud de citas.

Competencia

Odontóloga del mismo edificio: Centro Dental Integral, Dra. Margarita Privado.

Posicionamiento

Especialista en ortodoncia y salud pública.

Factores de diferenciación

Enfoque de atención personalizado con garantía de establecer un contacto directo y continuo entre médicos y pacientes, desde la primera consulta hasta la conclusión del tratamiento.

Objetivo de mercado

Captación de nuevos pacientes a través de las plataformas de Facebook e Instagram que busquen servicios de tratamiento dental y cirugías.

Objetivo de comunicación

Posicionar la clínica dental Natural Smile en plataformas digitales a través del diseño de material gráfico e interactivo que permitan promover los servicios dentales y cirugías que ofrece la Dra. Marroquín.

Mensaje clave a comunicar

Confianza en cada sonrisa.

Estrategia de comunicación

Diseño de material gráfico e interactivo y posicionamiento de marca para la captación de clientes.

Reto del diseñador

Diseñar material gráfico e interactivo para la captación de nuevos pacientes a través de redes sociales como Facebook e Instagram y promuevan objetivamente los servicios dentales y cirugías de la clínica dental Natural Emile.

Trascendencia

Transformar la percepción pública sobre la atención odontológica al enfocarse en una comunicación que resalte la atención personalizada y directa del médico, la clínica no solo espera atraer más pacientes, sino también establecer nuevos estándares de cuidado en la industria dental.

Material a realizar

Post y reels.

Presupuesto

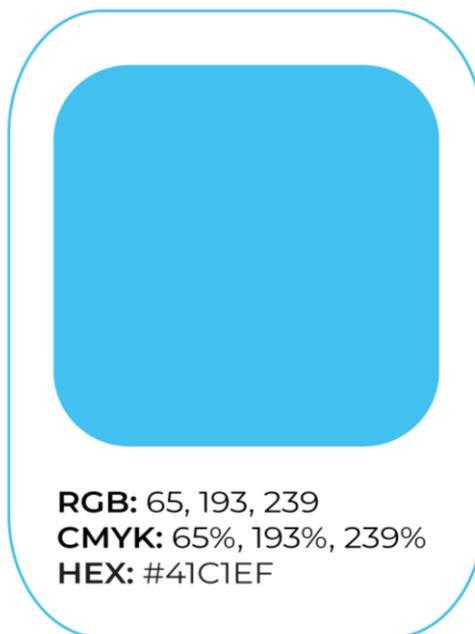
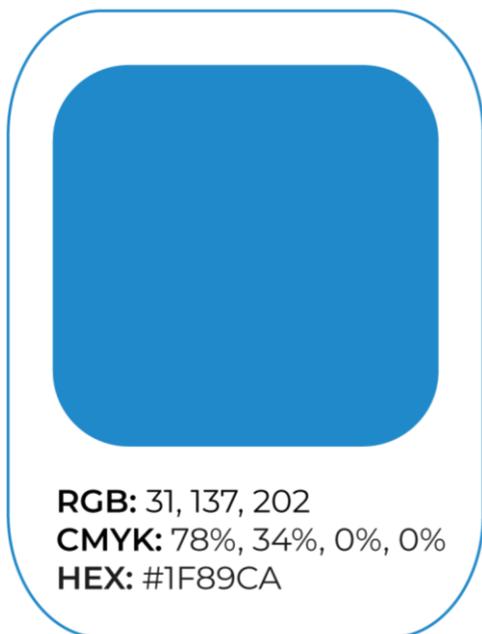
Q6,585.60

Imagotipo

Natural Smile

Clínica Dental

Colores



Tipografía

Montserrat Black

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnñopqrstuvwxyz
!"#\$%&/()=?;

0123456789

Montserrat Regular

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ
 abcdefghijklmnñopqrstuvwxyz
 !"#\$%&/()=?;

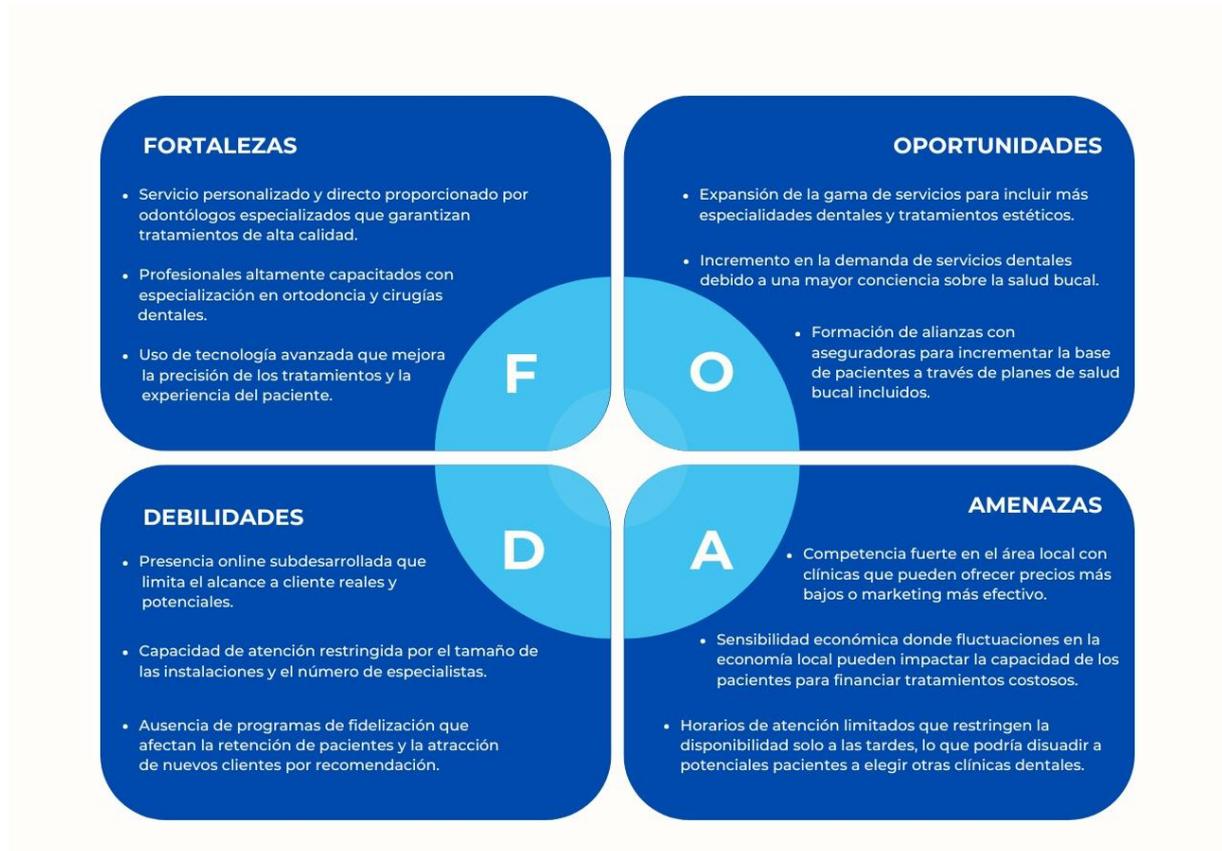
0123456789

Forma

El imagotipo cuenta con la ilustración de una muela enmarcada en un círculo que combina formas de hojas naturales y un cepillo de dientes.

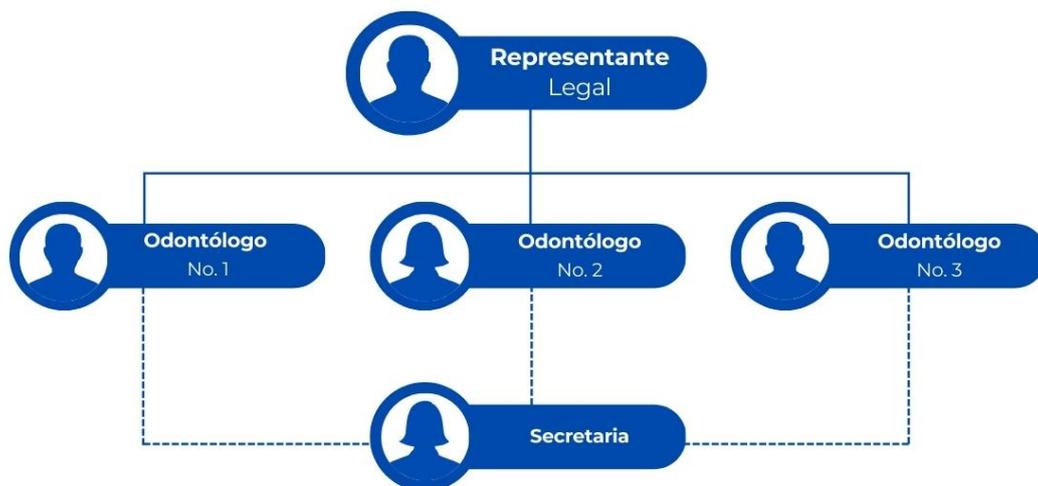
Análisis FODA

Figura



Organigrama de Natural Smile Clínica Dental

Figura



Nota. Ver Anexo III: Brief del cliente

Capítulo V

Definición del Grupo Objetivo

Capítulo V: Definición del grupo objetivo

El diseño de material gráfico e interactivo tiene como objetivo promover los servicios de tratamiento dental y cirugías que ofrece la Dra. Claudia Marroquín en Natural Smile Clínica Dental a hombres y mujeres comprendidos entre los 20 a los 50 años que residen en la Región Metropolitana y que pertenecen al nivel socioeconómico C1, C2 y C3 y son usuarios de Facebook e Instagram.

Perfil geográfico

Situado en el Istmo Centroamericano, Guatemala cuenta con una extensión territorial de 108,888 km² limitada al oeste y norte por México, al este con Belice, al sureste con Honduras y El Salvador y al sur con el Océano Pacífico. De acuerdo con el Instituto Nacional de Estadística –INE–, la República de Guatemala está conformada por 22 departamentos y 17,843,132 de habitantes.

La Región Metropolitana cuenta con una extensión territorial de 2,253 kms² con una densidad de 2,141 habitantes por km², compuesta por la Ciudad de Guatemala y 17 municipios, una base lingüística del español como idioma materno y 22 lenguas mayas, un clima predominante templado y una variación del 84.5% de humedad, su temperatura mínima de 15°C y una máxima de 29°C.

Perfil demográfico

Tabla 1

Tabla descriptiva de niveles socioeconómicos C1, C2 y C3

Ingresos	Desde Q11,900.00 hasta Q25,600.00
Educación padres	Licenciatura o superior
Educación hijos	Hijos menores en colegios privados, mayores en Universidades privadas o estatales y post grados extranjero con beca.
Desempeño	Ejecutivo medio, comerciante, vendedor e independiente
Vivienda	Poseen casa / apartamento, rentada o financiada, de 1-3 recámaras, 1-3 baños, sala, estudio, área de servicio y garaje para 1-2 vehículos.
Otras propiedades	Cuentan con algún sitio o terreno interior por herencia.
Personal de servicio	Por día o eventual
Servicios financieros	Gozan de 1-2 cuentas monetarias y de ahorro, a plazo fijo, 1-2 TC local y seguro colectivo de salud.
Posesiones	Disponen de autos compactos de 3 a 10 años, aseguradas por financiera.
Bienes de comodidad	Cuentan con 1 teléfono fijo, 1-2 celulares cada miembro mayor, cable, internet, equipo de audio, más de 2 TV, máquina de lavar ropa, computadora y electrodomésticos básicos.
Diversión	Disfrutan del cine, centros comerciales, parques temáticos locales.

Nota. Ver anexo IV: Tabla de niveles socioeconómicos 2018/Multivex

Perfil psicográfico

El grupo objetivo está compuesto por personas que valoran altamente su salud y apariencia personal. Informadas y proactivas que buscan servicios de alta calidad para mantener y mejorar su bienestar general. Tienen un estilo de vida activo, participan en actividades recreativas como viajar, asistir a eventos culturales y deportivos, y disfrutar de experiencias gastronómicas.

Estas personas son meticulosas y ambiciosas, buscan constantemente mejorar su calidad de vida y proyectar una imagen saludable y cuidada. En términos de personalidad, son decididos y orientados a objetivos, prefieren soluciones eficientes y efectivas. Son sociables y disfrutan de la interacción con su comunidad, a menudo participan en eventos y actividades que refuercen sus conexiones personales y profesionales.

Además, tienen una fuerte orientación hacia el logro y superación personal, lo que se refleja en su disposición a invertir en tratamientos innovadores y de vanguardia. Valoran la tecnología y las últimas tendencias en cuidado personal. También muestran un alto nivel de lealtad y tienden a recomendar servicios que han encontrado satisfactorios a sus redes de amigos y familiares.

Perfil conductual

Las personas que integran el grupo objetivo tienen una actitud positiva y proactiva hacia los servicios dentales, valoran especialmente la calidad y la personalización de los tratamientos. Estas personas suelen aprovechar ocasiones de compra relacionadas con necesidades específicas como ortodoncia, cirugías dentales, limpiezas periódicas y emergencias, además de promociones y descuentos en fechas especiales.

El principal beneficio que buscan es la mejora de la salud bucal y la estética dental, esperan resultados duraderos y de alta calidad con atención directa de odontólogos calificados y acceso a tecnología avanzada. Los usuarios son tanto nuevos pacientes como recurrentes que han establecido una relación de confianza con la clínica.

La tasa de uso de los servicios es alta, con visitas regulares para limpiezas y chequeos, y más frecuentes durante tratamientos complejos. La lealtad hacia la clínica es notable, con pacientes satisfechos que recomiendan los servicios a familiares y amigos, apoyados por programas de fidelización y seguimiento personalizado.

Estos pacientes se encuentran en diversas etapas de disposición, desde la concienciación y consideración y están dispuestos a invertir en su salud dental al reconocer su importancia y los beneficios de los tratamientos ofrecidos.

Capítulo VI

Marco Teórico

Capítulo VI: Marco teórico

Conceptos fundamentales relacionados con el producto y/o servicio

Clínica

Establecimiento de salud donde se proporcionan servicios médicos y dentales de manera ambulatoria. En el contexto de odontología, una clínica dental ofrece una amplia gama de tratamientos dentales que van desde procedimientos preventivos hasta cirugías complejas. Por ejemplo, Natural Smile Clínica Dental proporciona servicios personalizados en un entorno profesional, donde los pacientes reciben atención directa de odontólogos calificados. (Unilabs, 2024)

Tratamientos dentales

Comprenden una serie de procedimientos destinados a mantener, mejorar y restaurar la salud bucal de los pacientes. Estos pueden incluir limpiezas, empastes, extracciones, coronas y puentes. Cada tratamiento está diseñado para abordar problemas específicos de la salud dental. Por ejemplo, un empaste dental se utiliza para reparar una cavidad, mientras que una corona puede ser necesaria para restaurar la estructura de un diente dañado. (Clínica Everest, 2024)

Ortodoncia

Especialidad de la odontología que se centra en el diagnóstico, prevención y tratamiento de irregularidades dentales y faciales. Utiliza aparatos como brackets y alineadores para corregir la posición de los dientes y mandíbulas, mejora tanto la estética como la funcionalidad. Por ejemplo, un tratamiento ortodóncico con brackets puede durar de 18 a 24 meses y es comúnmente utilizado para corregir mordidas desalineadas. (Vitis, 2024)

Cirugías dentales

Incluyen procedimientos quirúrgicos realizados en la boca y mandíbula, como extracciones de muelas del juicio, implantes dentales y cirugía de encías. Estos procedimientos suelen ser necesarios para tratar condiciones severas que no pueden ser manejadas con tratamientos menos invasivos. Por ejemplo, los implantes dentales son una solución popular para reemplazar dientes perdidos y requieren una cirugía para insertar el implante en el hueso de la mandíbula. (Clínica Dental, 2024)

Limpiezas dentales

Procedimientos preventivos realizados por higienistas dentales para eliminar la placa, el sarro y las manchas de los dientes. Este proceso es esencial para prevenir enfermedades periodontales y mantener una buena salud bucal. Por ejemplo, una limpieza dental profesional puede ayudar a prevenir la gingivitis y la caries, y se recomienda realizarla cada seis meses. (Gaceta Dental, 2024)

Implantes dentales

Dispositivos médicos que se colocan en el hueso de la mandíbula para sostener prótesis dentales como coronas, puentes o dentaduras. Actúan como raíces artificiales que proporcionan una base sólida para los dientes artificiales. Por ejemplo, un paciente que ha perdido un diente debido a un trauma puede recibir un implante dental para restaurar tanto la función como la apariencia de su dentadura. (Cigna, 2024)

Conceptos fundamentales relacionados con la comunicación y el diseño

Conceptos fundamentales relacionados con la comunicación

Comunicación. Es el proceso mediante el que se intercambia información entre individuos a través de un sistema común de símbolos, signos o comportamientos. En el contexto de la comunicación organizacional, se refiere a cómo una empresa transmite mensajes tanto internamente, como externamente. Por ejemplo, una clínica dental utiliza la comunicación para informar a sus pacientes sobre nuevos tratamientos y para coordinar las actividades entre el personal. (Concepto.de, 2024)

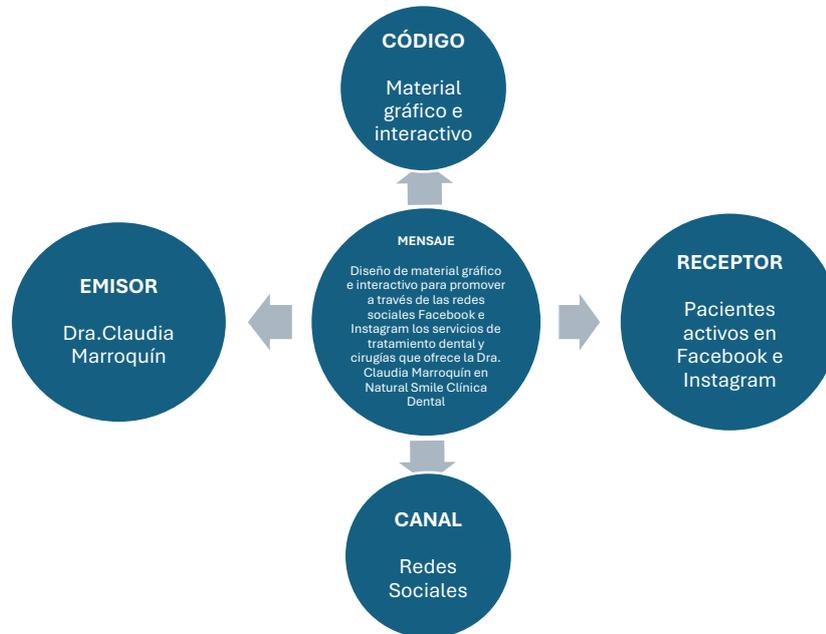
Comunicación corporativa. Conjunto de actividades y estrategias que una organización utiliza para gestionar y coordinar todas sus comunicaciones internas y externas con el objetivo de crear una imagen coherente y positiva. Este tipo de comunicación abarca diversas áreas, incluyendo relaciones públicas, marketing y comunicación de crisis. Por lo que, para el contexto de la clínica dental esta es esencial para construir y mantener una imagen de marca profesional ya que es vital transmitir sus objetivos de manera consistente hacia su target. (Asana, 2024)

Identidad corporativa. Conjunto de características, valores y creencias que representan a una organización y la diferencian de otras. Incluye elementos visuales como el logo, colores y tipografía, así como el tono de comunicación y los valores que la empresa promueve. Por ejemplo, la identidad corporativa de Natural Smile Clínica Dental incluye un imagotipo distintivo y una paleta de colores que reflejan profesionalismo y confianza. (Rock Content, 2024)

Esquema de comunicación.

Figura

Esquema del proceso de comunicación



Marketing digital. Es el uso de internet, redes sociales, motores de búsqueda y otras plataformas digitales para promocionar productos y servicios. Es una herramienta clave para alcanzar a un público más amplio y específico de manera efectiva y medible. Por ejemplo, Natural Smile Clínica Dental puede utilizar marketing digital para crear campañas de anuncios en Facebook e Instagram dirigidas a personas interesadas en servicios dentales. (Piktochart, 2024)

Marketing de contenidos. Estrategia que implica la creación y distribución de contenido valioso, relevante y consistente para atraer y retener a una audiencia claramente definida. El objetivo es impulsar una acción rentable del cliente. Por ejemplo, Natural Smile Clínica Dental puede utilizar el marketing de contenidos para educar a sus pacientes sobre el cuidado dental mediante blogs, videos y publicaciones en redes sociales. (Mailchimp, 2024)

Publicidad. Es una de las "P" del marketing. Se refiere a la práctica de comunicar mensajes persuasivos a una audiencia específica a través de diversos medios para promover productos, servicios o ideas. Juega un papel crucial en la estrategia de marketing al aumentar la visibilidad y el reconocimiento de la marca, así como al influir en el comportamiento del consumidor. Para Natural Smile Clínica Dental la publicidad puede incluir anuncios en medios impresos, digitales y audiovisuales que destacan los beneficios de tratamientos específicos, ofrecen promociones especiales o comparten testimonios de pacientes satisfechos. (Blog.hubspot, 2024)

Redes sociales. Estas plataformas facilitan la comunicación y la conexión entre individuos, comunidades y organizaciones a través de diversos formatos de contenido como texto, imágenes, videos y enlaces. En el contexto de Natural Smile Clínica Dental, las redes sociales se convierten en una herramienta vital para promover servicios, construir la identidad de la marca y mantener la relación con los pacientes. Ofrecen la oportunidad de compartir información educativa sobre salud bucal, anunciar tratamientos y ofertas especiales, y publicar testimonios y casos de éxito de pacientes. (Rd Station, 2024)

Facebook. Plataforma de redes sociales que permite a los usuarios conectarse e interactuar mediante la creación e intercambio de contenido como texto, imágenes y videos. Fundada en 2004, Facebook se ha convertido en una de las plataformas más utilizadas a nivel mundial, ofrece una variedad de herramientas y servicios que facilitan la comunicación y la interacción social en línea. Para Natural Smile Clínica Dental representa una herramienta poderosa para el marketing y la comunicación con los pacientes. Dicha plataforma permite a la clínica crear una página empresarial donde puede compartir información relevante sobre servicios, tratamientos y promociones. (Wikipedia, 2024)

Instagram. Centrada en la creación y compartición de contenido visual, principalmente fotografías y videos. Lanzada en 2010, permite a los usuarios editar y publicar imágenes y videos, agregar descripciones, hashtags, ubicaciones, y compartirlas con su audiencia. Para Natural Smile Clínica Dental, Instagram es una plataforma valiosa para mostrar tratamientos, resultados y el ambiente de la clínica de manera atractiva y visualmente impactante. (Wikipedia, 2024)

Conceptos fundamentales relacionados con el diseño

Diseño gráfico. Práctica de crear contenido visual para comunicar mensajes. Utiliza elementos como tipografía, imágenes, colores y diseño para transmitir ideas y conceptos de manera efectiva. En el contexto de la clínica dental, el diseño gráfico se utiliza para crear contenido para redes sociales que atraen a pacientes potenciales y comunican información importante sobre los servicios ofrecidos. Por ejemplo, un diseño gráfico atractivo puede mejorar la percepción de la calidad y profesionalismo de la clínica. (Piktochart, 2024)

Identidad visual. Conjunto de elementos gráficos que representan a una marca y la distinguen de otras. Incluye logotipos, paleta de colores, tipografía, y otros elementos visuales que crean una imagen coherente y reconocible. En una clínica dental, una identidad visual sólida ayuda a establecer una imagen profesional y confiable y facilita el reconocimiento de la marca por parte de los pacientes. Por ejemplo, una identidad visual consistente en todos los materiales de comunicación puede reforzar la confianza del paciente. (Tiendanube, 2024)

Interactividad. Capacidad de un sistema, plataforma o contenido para responder a las acciones del usuario y permitir una comunicación bidireccional. En el diseño, la interactividad se refiere a la creación de experiencias que involucren al usuario de manera activa, permitiéndole interactuar con los elementos visuales y funcionales de una interfaz digital. (blog.genial.y, 2024)

Adobe Illustrator. Herramienta de diseño vectorial utilizada para crear gráficos, logotipos, ilustraciones y otros elementos visuales escalables. A diferencia de las imágenes rasterizadas, los gráficos vectoriales creados en Adobe Illustrator se pueden redimensionar sin perder calidad, lo que los hace ideales para múltiples aplicaciones, desde tarjetas de presentación hasta vallas publicitarias. En una clínica dental, Adobe Illustrator puede ser utilizado para diseñar logotipos, materiales de marketing y gráficos informativos que mantengan una alta calidad visual en cualquier tamaño. (Adobe, 2024)

Adobe Photoshop. Herramienta de edición de imágenes y diseño gráfico que permite a los usuarios manipular fotos y gráficos rasterizados. Adobe Photoshop es ampliamente utilizado para retocar fotografías, crear composiciones visuales, gráficos web y mucho más. En una clínica dental, puede ser utilizado para mejorar fotografías de antes y después de tratamientos, diseñar contenido visual atractivo para redes sociales y crear materiales publicitarios que capten la atención de los pacientes. (Adobe, 2024)

Adobe Premiere Rush. Aplicación de edición de video diseñada para crear y compartir contenido de video rápidamente. Con este los usuarios pueden capturar, editar y publicar videos de alta calidad directamente desde sus dispositivos móviles o computadoras. En una clínica dental, puede ser utilizado para producir videos promocionales, tutoriales sobre cuidados dentales y testimonios de pacientes, que pueden compartirse en redes sociales para atraer y educar a los pacientes. (Adobe, 2024)

Ciencias auxiliares, artes, teorías y tendencias

Ciencias auxiliares

Semiología. Estudio de los signos y símbolos y su interpretación. En el diseño y la comunicación visual, se utiliza para entender cómo los signos como íconos, logotipos y colores comunican significados y evocan respuestas emocionales en el público. Para la clínica dental, aplicar principios semiológicos puede mejorar la efectividad de los materiales gráficos y la identidad visual, asegurará que los mensajes sean interpretados correctamente y resuenen con los pacientes. (Concepto.de, 2024)

Semiología de la imagen. Estudio de los signos y símbolos visuales y su capacidad para comunicar significados y evocar respuestas en los espectadores. Se enfoca específicamente en las imágenes visuales, al investigar cómo los elementos visuales como colores, formas, composiciones y símbolos transmiten mensajes y generan emociones. Por ejemplo, para la clínica dental el uso de ciertos colores puede transmitir sensaciones de calma y confianza, mientras que la elección de imágenes que muestran sonrisas saludables y felices puede inspirar seguridad y atraer a nuevos pacientes. (Universitat Carmelany, 2024)

Psicología. Estudia el comportamiento y los procesos mentales de los individuos. En el contexto de la clínica dental, es fundamental para comprender las percepciones, actitudes y comportamientos de los pacientes hacia los tratamientos dentales. Aplicar principios psicológicos puede ayudar a diseñar estrategias de comunicación y marketing que aborden las ansiedades y miedos de los pacientes, mejorará su experiencia y satisfacción. Por ejemplo, utilizar técnicas de comunicación empática puede reducir la ansiedad de los pacientes antes de un procedimiento. (Significados, 2024)

Psicología del color. Estudia cómo los colores afectan las percepciones y comportamientos humanos. La elección de una correcta coloración en el diseño del entorno clínico y los materiales de marketing puede influir significativamente en las emociones y decisiones de los pacientes. Por ejemplo, los matices calmantes como el azul y el verde pueden reducir la ansiedad, mientras que el uso estratégico de gamas cálidas como el amarillo puede generar una sensación de bienvenida y confort. (Psicología y Mente, 2024)

Psicología de la imagen. Se enfoca en cómo las imágenes visuales afectan la percepción y el comportamiento humano. En el marketing y diseño para la clínica dental, las imágenes utilizadas en post en redes sociales deben ser cuidadosamente seleccionadas para evocar las respuestas deseadas. Por ejemplo, láminas de sonrisas saludables y felices pueden inspirar confianza y deseo en los pacientes potenciales, motivándolos a buscar tratamientos dentales. (Humanipedia, 2024)

Medicina. Ciencia y práctica de diagnosticar, tratar y prevenir enfermedades y lesiones en los seres humanos. En el contexto Natural Smile Clínica Dental, la medicina juega un papel crucial, ya que la odontología es una rama especializada de la medicina. Los conocimientos médicos son esenciales para comprender y manejar la salud bucal en relación con la salud general del paciente. Por ejemplo, un enfoque médico integral permite a los odontólogos identificar cómo las condiciones sistémicas, como la diabetes, pueden afectar la salud dental y viceversa. (Wikipedia, 2024)

Artes

Artes tipográficas. Se refieren al diseño y disposición de las letras y el texto en materiales impresos y digitales. Estas no solo implican la elección de tipos de letra, sino también el manejo de espacios, tamaños, pesos y estilos para crear una comunicación visual efectiva y estéticamente agradable. Por ejemplo, una tipografía bien seleccionada y estructurada puede transmitir profesionalismo y confianza, porque facilita la lectura y comprensión del mensaje. (Adobe, 2024)

Arte digital. Engloba la creación de obras visuales al utilizar tecnologías digitales como computadoras, tabletas gráficas y software de diseño. Esta forma de arte incluye ilustraciones digitales, animaciones, gráficos en 3D y diseño multimedia. En una clínica dental, el arte digital es esencial para crear contenido visual atractivo y dinámico para sitios web, redes sociales y materiales promocionales. Al usar herramientas como Adobe Illustrator y Adobe Photoshop, los diseñadores pueden producir imágenes de alta calidad que mejoran la comunicación y la percepción de la marca. (Wikipedia, 2024)

Fotografía. Práctica que captura imágenes mediante la acción de la luz en una superficie sensible. Para Natural Smile Clínica Dental la fotografía profesional es crucial para documentar y mostrar los resultados de los tratamientos, crear contenido educativo y promocionar los servicios de la clínica. Capturas de alta calidad pueden influir en la percepción de los pacientes al incluir imágenes de antes y después de tratamientos, retratos de los odontólogos y fotos del ambiente de la clínica. (Concepto.de, 2024)

Teorías

Teoría de la Gestalt. Enfoque psicológico que se centra en cómo las personas perciben y organizan las formas y los objetos en su entorno visual. Según esta teoría, el cerebro humano tiene la tendencia de organizar las percepciones en patrones y estructuras coherentes. Los principios de la Gestalt, como la proximidad, la similitud, la continuidad y el cierre, son fundamentales en el diseño gráfico para crear composiciones visuales que sean fáciles de entender y atractivas. Para la clínica dental, aplicar estos principios puede mejorar la efectividad de los materiales gráficos y la comunicación visual. (Psicología Y Mente, 2024)

Teoría de la comunicación. Estudia cómo se producen, transmiten y reciben los mensajes entre individuos y grupos. Esta teoría abarca diversos modelos que explican el proceso de comunicación, incluye emisor, mensaje, canal, receptor y retroalimentación. En el contexto de la clínica dental, esta es esencial para el diseño de material gráfico e interactivo puesto que estas deben de ser claras y efectivas, esto asegurará que los mensajes sobre servicios y cuidados dentales lleguen adecuadamente a los pacientes. (Wikipedia, 2024)

Teoría del color. Estudio de cómo interactúan entre sí y cómo afectan las emociones y percepciones humanas. Esta teoría abarca aspectos como la armonía de tonos, el contraste y los efectos psicológicos del color. La aplicación de esta en la clínica dental puede influir en la percepción del entorno clínico y en los materiales digitales, al usar gamas que transmitan calma, confianza y profesionalismo. (Concepto.de, 2024)

Círculo cromático. Representación visual de los colores organizados de acuerdo con su relación cromática. Incluye colores primarios, secundarios y terciarios, y es una herramienta fundamental en el diseño para comprender y aplicar combinaciones de tonos efectivas. (Wikipedia, 2024)

Colores primarios. Son fundamentales, porque no pueden ser creados mediante la mezcla de otros tonos. En el modelo de color RGB que se utiliza en pantallas digitales, los colores primarios son rojo, verde y azul. Estos son la base para crear todos los demás mediante mezclas. En la aplicación para la clínica dental, comprender su uso es esencial para el diseño de materiales gráficos e interactivos coherentes y efectivos. (Wikipedia, 2024)

Colores secundarios. Se crean cuando se mezclan dos colores primarios. Estos son fundamentales para la creación de paletas de colores equilibradas y atractivas en el diseño gráfico. Para la clínica dental, los secundarios pueden ser utilizados en materiales gráficos para complementar la identidad visual y crear un ambiente acogedor y profesional. (Wikipedia, 2024)

Colores terciarios. Se obtienen cuando se mezclan un primario con un secundario adyacente en el círculo cromático. Estos tonos incluyen combinaciones como azul-verde, rojo-naranja y amarillo-verde. Los terciarios añaden complejidad y riqueza a las paletas de colores utilizadas en el diseño gráfico, permiten combinaciones más sofisticadas. (Wikipedia, 2024)

Branding. Proceso de creación y gestión de la identidad de una marca. Incluye el diseño de logotipos, la selección de colores y tipografías, y la definición de la voz y el tono de la comunicación. El objetivo de este es diferenciar la marca en el mercado y crear una conexión emocional con el público. Para la clínica dental, un branding efectivo ayuda a construir una reputación sólida y atraer a nuevos pacientes mediante una identidad visual coherente y atractiva. (Elisava, 2024)

Tendencias

Formas geométricas. En el diseño se refieren al uso de figuras básicas como círculos, cuadrados, triángulos y líneas rectas para crear composiciones visuales. Esta tendencia se caracteriza por su simplicidad, claridad y estructura, permiten una comunicación visual directa y efectiva. Para este proyecto, las formas geométricas pueden ser utilizadas en el diseño de material gráfico e interactivo que permitan transmitir orden, profesionalismo y modernidad. El uso de estas formas puede ayudar a crear una identidad visual coherente y fácil de reconocer. (Sise, 2024)

Figura

Diseño de post con formas geométricas



Nota. Diseño de post con formas geométricas. [s.f.]. godaddy.com. Recuperado de <https://www.godaddy.com/resources/es/wp-content/uploads/disenos-con-formas-2.png>

Diseño de IA. Implica el uso de algoritmos y tecnologías de aprendizaje automático para crear, optimizar y personalizar diseños. Esta tendencia permite a los diseñadores automatizar tareas repetitivas, generar variaciones de diseño y personalizar experiencias de usuario en función de datos y comportamientos. En la clínica dental, el diseño de IA puede ser utilizado para crear contenido personalizado para pacientes, optimizar el diseño de material gráfico e interactivo y mejorar la experiencia del usuario en plataformas digitales. Este tipo de tendencia en el diseño puede aumentar la eficiencia y la efectividad de las estrategias de comunicación. (Bolteam, 2024)

Figura

Producto realizado por IA



Nota. Producto realizado por ia. [s.f.]. agendarweb.com.ar. Recuperado de <https://agendarweb.com.ar/wp-content/uploads/2019/09/NotMayo-NotCo.jpg>

Diseño 3D. Proceso técnico que implica la creación de modelos tridimensionales utilizando software especializado. Este método permite representar objetos con dimensiones de ancho, alto y profundidad, proporciona una visualización realista y detallada de productos, estructuras o escenarios. A través de técnicas como modelado, texturizado y renderizado, el Diseño 3D se aplica en campos como la arquitectura, la ingeniería, el entretenimiento y la medicina, facilita la simulación y análisis de objetos en un entorno virtual antes de su fabricación o implementación en el mundo real. (Storylab, 2024)

Figura

Ilustración de figuras y formas 3D.

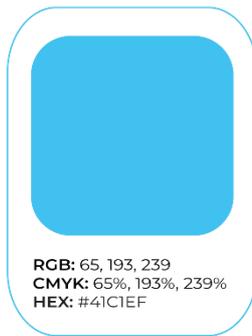
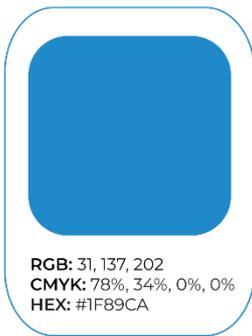


Nota. Ilustración de figuras y formas 3D. [s.f.]. storylab.ai. Recuperado de <https://storylab.ai/wp-content/uploads/2023/10/Graphic-Design-Trends-Example-3D-Depth-and-Realism.png>

Cuadro de tendencias

Figura

Recopilación de imágenes para la representación del cuadro de tendencias



Montserrat Black

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
!"#\$%&/'()=?;

0123456789

Montserrat Regular

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
!"#\$%&/'()=?;

0123456789



Capítulo VII

Proceso de Diseño y Propuesta Preliminar

Capítulo VII: Proceso de diseño y propuesta preliminar

Aplicación de la información obtenida en el marco teórico

Para el desarrollo del proyecto de graduación y el cumplimiento de los objetivos de este, se aplicarán los conocimientos y conceptos desarrollados en el marco teórico referentes a ciencias auxiliares, teorías, artes y tendencias, con el fin de respaldar y sustentar las propuestas que se presentarán a Natural Smile Clínica Dental.

Comunicación. Es fundamental para transmitir mensajes claros y efectivos entre la clínica dental y sus pacientes. En este proyecto, la comunicación se centra en cómo los elementos gráficos y textuales pueden transmitir información crucial sobre los servicios y valores de la clínica. La comunicación visual será clave para atraer y retener a los pacientes, porque asegura que los mensajes sean comprensibles y persuasivos.

Diseño gráfico. Es el proceso de planificación y creación de elementos visuales que cumplen funciones específicas. En el contexto de la clínica dental, incluye el diseño de material gráfico e interactivo para redes sociales y la mejora de la identidad visual de la clínica. Un buen diseño debe ser estéticamente agradable y funcional, cuando facilita la comunicación y mejora la experiencia del usuario.

Ciencias auxiliares

Semiología. Esta disciplina como estudio de los signos juega un papel importante en el proceso de diseño de material gráfico e interactivo. En este proyecto, se utilizarán signos y símbolos que sean fácilmente reconocibles y comprensibles por el público objetivo. La elección de colores, tipografía y otros elementos visuales se basará en cómo estos signos pueden transmitir eficazmente los mensajes de la clínica.

Medicina. Al tomar como base la odontología, es vital enfatizar que el conocimiento de esta disciplina se refleja dentro del proceso de diseño del material gráfico e interactivo, porque garantiza que la información sea precisa y útil para los pacientes. La importancia de la integración de términos y conceptos médicos en el diseño del material ayudará a establecer la credibilidad y confianza de Natural Smile Clínica Dental.

Psicología de la imagen. Se aplica para entender y manejar las percepciones y comportamientos de los pacientes con respecto a lo que observan. En el diseño de material gráfico e interactivo, se considerarán aspectos psicológicos para reducir la ansiedad y mejorar la aceptación de los tratamientos. El uso de colores y mensajes empáticos puede ayudar a crear una conexión emocional positiva con los pacientes.

Artes

Artes tipográficas. Implica la elección y disposición de tipos de letra para mejorar la legibilidad y el impacto visual de los textos. En este proyecto, se seleccionarán aquellas que sean claras y profesionales, adecuadas para el material gráfico e interactivo de la clínica. Esta no solo complementará el diseño visual, sino que también contribuirá a la identidad de marca.

Fotografía. Es esencial para documentar y mostrar los resultados de los tratamientos, así como para humanizar la clínica a través de retratos del personal y los pacientes. Las imágenes de alta calidad serán utilizadas para post en redes sociales, proporcionará una representación visual atractiva y confiable de la clínica.

Teorías

Teoría de la Gestalt. Se utilizará para organizar los elementos visuales de manera que sean percibidos como un todo coherente. Los principios de proximidad, similitud, continuidad y cierre ayudarán a crear diseños armoniosos y fáciles de entender, porque apoyará a la efectividad de la comunicación visual y experiencia del usuario.

Branding. Se centrará en crear y mantener una identidad visual coherente para la clínica. Esto integrará la elección de colores y tipografías, la creación de un tono y voz consistentes en todas las comunicaciones. Un branding sólido ayudará a diferenciar la clínica de sus competidores y a construir una relación de confianza con los pacientes.

Tendencias

Formas geométricas. El uso de estas en el diseño aportará simplicidad y claridad a los materiales gráficos e interactivos. Las figuras como círculos y cuadrados por mencionar algunos, serán utilizados para estructurar la información y guiar la atención del usuario de manera efectiva además de contribuir a una apariencia moderna y profesional.

Diseño 3D. Se aplicará para crear representaciones visuales realistas y detalladas de los servicios odontológicos. Estos objetos tridimensionales se utilizarán en la promoción digital, permite a los pacientes visualizar de manera precisa y atractiva los procedimientos y tratamientos ofrecidos, mejorando así la comunicación y confianza en los servicios.

Tonos atractivos. La correcta elección de tonos en la paleta de colores será clave para captar la atención y crear una conexión emocional. Estos se seleccionarán no solo por su estética, sino también por su capacidad para transmitir emociones y valores de la clínica.

Conceptualización

Método

Para desarrollar el concepto creativo de este proyecto, se utilizarán las técnicas de mapa mental, creado por Tony Buzan, que tiene como objetivo organizar la información de manera visual y jerárquica donde facilita la exploración del problema y la generación de ideas.

Por otro lado, SCAMPER, desarrollada por Bob Eberle, estimula la creatividad mediante una lista de verificación basada en acciones como Sustituir, Combinar, Adaptar, Modificar, Poner a otros usos, Eliminar y Reorganizar. Estas técnicas ayudarán a definir y desarrollar el concepto creativo de la tesis al asegurar una exploración estructurada e ideas innovadoras.

Mapa mental

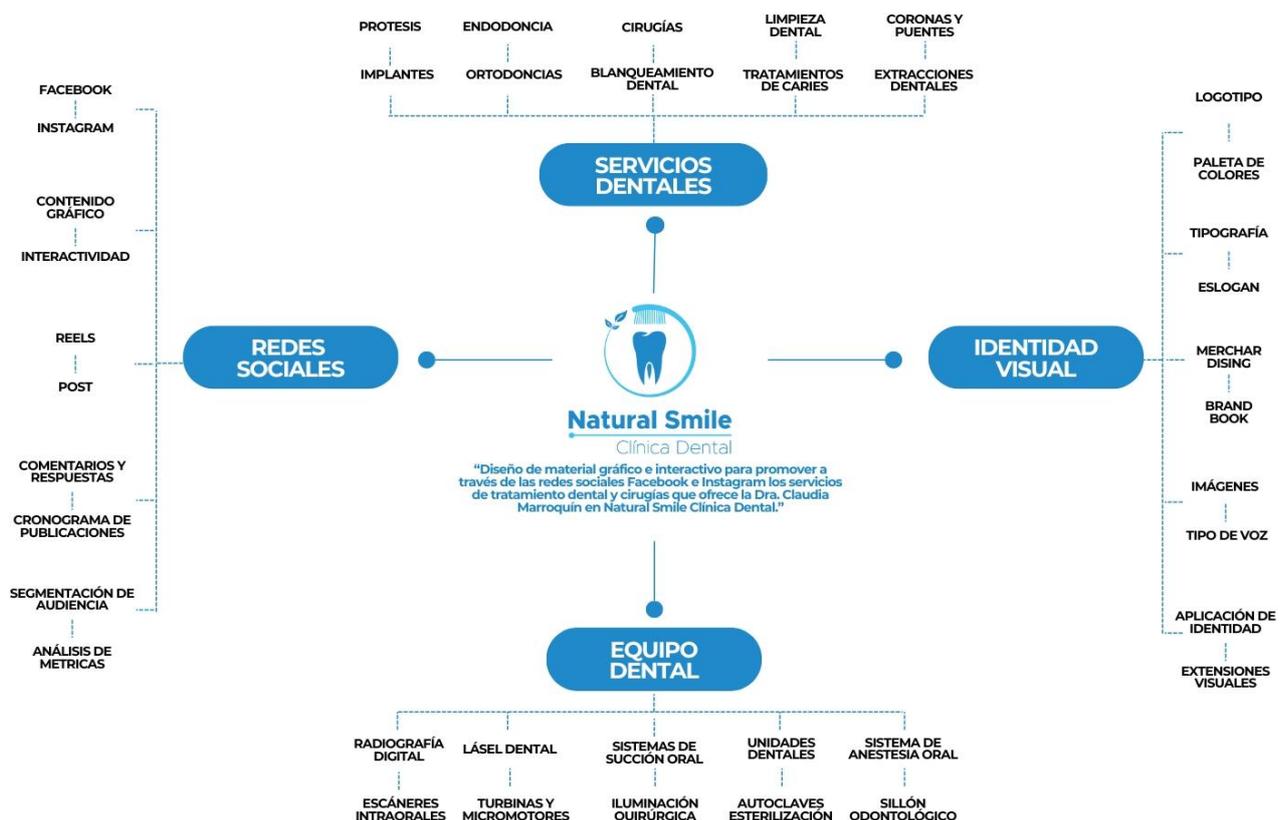
Esta herramienta es fundamental para la exploración del problema y la generación de ideas desde diferentes perspectivas. Su aplicación en el desarrollo del concepto creativo de esta tesis permitirá estructurar y visualizar de manera clara y efectiva las diferentes ideas y componentes del proyecto mediante los siguientes pasos:

- Se toma una hoja de papel adecuada y materiales como marcadores y lápices para un proceso visualmente atractivo. Se crea un entorno libre de distracciones para fomentar la concentración y creatividad.
- Se escribe o dibuja el problema central en el centro de la hoja. Este núcleo actúa como el punto de partida, utiliza una palabra clave o imagen representativa para reforzar visualmente el concepto.

- Los temas principales relacionados con el problema irradian del centro en forma de ramas. Cada rama principal representa una categoría relevante, donde se pueden usar colores distintos para facilitar la organización visual.
- Las subramas parten de cada rama principal, estas detallan componentes específicos. Este paso fomenta la libre asociación de ideas, se debe mantener claridad y coherencia en cada subrama.
- Las ramificaciones forman una estructura nodal, que representan ideas o conceptos relacionados. Esto facilita la organización y análisis de la información, que visualizan conexiones y relaciones.
- Se mejoran los mapas con colores, imágenes y símbolos para añadir interés y claridad. Estos elementos visuales ayudan a la memorización y comprensión, con categorías y un énfasis mejor de la información.

Aplicación del método

Figura



SCAMPER

Esta técnica permite explorar diversas perspectivas y enfoques, que asegura una estrategia creativa y bien estructurada que maximiza el alcance y la interacción en Facebook e Instagram y puede llevarse a cabo al realizar los siguientes pasos:

- Identificar elementos actuales que se pueden reemplazar con alternativas más efectivas. Esto implica revisar los componentes existentes y considerar cómo otros materiales, técnicas o enfoques podrían mejorar el resultado. Sustituir ayuda a innovar y a encontrar nuevas formas de abordar un problema.
- Explorar la integración de dos o más elementos para crear una solución nueva y mejorada. Este paso fomenta la creatividad al unir ideas o conceptos que normalmente no se relacionarían, que generan enfoques únicos y multifacéticos. La combinación puede potenciar las fortalezas de cada elemento involucrado.
- Modificar ideas existentes para adaptarlas a nuevas situaciones o contextos. Esto requiere observar cómo un concepto probado en otro campo puede aplicarse al proyecto actual, ajustar los detalles para que encajen adecuadamente. Adaptar permite aprovechar ideas exitosas y transferir su efectividad a nuevos usos.
- Cambiar aspectos específicos para mejorar la eficiencia o el atractivo de una idea. Este paso incluye ajustar características como tamaño, forma, funcionalidad o estética para optimizar el rendimiento y la aceptación. Modificar asegura que las ideas evolucionen y se perfeccionan continuamente.
- Encontrar nuevos usos o aplicaciones para ideas o elementos existentes. Este paso implica pensar de manera lateral y creativa para descubrir cómo un componente puede ser valioso en un contexto diferente. Este maximiza el valor y la versatilidad de los recursos disponibles.

- Identificar y eliminar componentes innecesarios para simplificar y mejorar una idea. Esto ayuda a enfocar los esfuerzos en los elementos esenciales al eliminar redundancias y optimiza la funcionalidad. Eliminar puede hacer que una idea sea más clara, directa y efectiva.
- Alterar el orden o la estructura de los componentes para optimizar su funcionamiento o impacto. Reorganizar implica reestructurar la disposición o secuencia de los elementos para mejorar la lógica y la eficiencia del proyecto. Este paso puede revelar nuevas formas de organizar y presentar ideas para mayor claridad y efectividad.

Aplicación del método

Figura

S

- **Sustituir imágenes genéricas por fotografías reales de la clínica:** Utilizar fotografías reales del personal, las instalaciones y los resultados de tratamientos para crear una conexión más personal y auténtica con los seguidores en redes sociales.
- **Sustituir publicaciones textuales por contenido visual e interactivo:** Reemplazar publicaciones con texto por imágenes y contenido interactivo que expliquen los tratamientos dentales y cirugías de manera más atractiva y comprensible.

C

- **Combinar promociones de tratamientos con videos explicativos:** Crear publicaciones que integren promociones especiales de tratamientos junto con videos que expliquen el proceso y los beneficios de dichos tratamientos.
- **Combinar contenido interactivo con encuestas y preguntas:** Publicar contenido que no solo informe, sino que también invite a la participación de los seguidores a través de encuestas, preguntas y respuestas en tiempo real.

A

- **Adaptar el contenido a las tendencias actuales en redes sociales:** Utilizar formatos populares en Facebook e Instagram, como Reels para adaptarse a las tendencias actuales y maximizar el alcance y la interacción con los seguidores.
- **Adaptar campañas de branding visual:** Crear series de publicaciones que refuercen la identidad visual de la clínica, adaptando elementos gráficos que sean consistentes con la marca y atractivos para el público.

M

- **Modificar la frecuencia de publicaciones para mantener el interés del público:** Establecer un calendario de publicaciones regular y frecuente, ajustando la cantidad y el tipo de contenido según el análisis de interacción y el comportamiento de la audiencia.
- **Modificar el tono y estilo de comunicación:** Ajustar el tono y estilo de las publicaciones para que sean más cercanas y accesibles, utilizando un lenguaje claro y amigable que invite a la interacción y a la confianza.

P

- **Utilizar imágenes de procedimientos para mostrar experiencia y profesionalismo:** Crear publicaciones detalladas de los procedimientos dentales y cirugías realizados en la clínica para demostrar la experiencia y la calidad del servicio.
- **Usar plataformas de redes sociales para campañas de prevención y mantenimiento dental:** Aprovechar las redes sociales para lanzar campañas que promuevan la prevención y el mantenimiento dental, destacando la importancia de las revisiones regulares y el cuidado bucal.

E

- **Eliminar contenido redundante y de baja calidad:** Revisar y eliminar publicaciones antiguas o de baja calidad que no reflejen la imagen actual y profesional de la clínica, asegurando que todo el contenido en las redes sociales sea relevante y de alta calidad.
- **Eliminar el enfoque en métodos de marketing tradicionales:** Enfocarse completamente en estrategias digitales e interactivas que aprovechen las capacidades de Facebook e Instagram para llegar de manera más efectiva al público objetivo.

R

- **Reorganizar el diseño visual de las publicaciones:** Crear una plantilla de diseño visual coherente para todas las publicaciones que incluya elementos de la identidad visual de la clínica, como el logotipo, colores y tipografía, para mantener una imagen consistente y profesional.
- **Reorganizar el perfil de redes sociales para destacar servicios clave:** Ajustar la estructura del perfil de Facebook e Instagram para que los servicios más importantes y populares sean fácilmente accesibles y visibles, utilizando publicaciones y reels para mostrar tratamientos y cirugías.

Definición del concepto

Luego de aplicar las técnicas de mapa mental y SCAMPER, se llegó a varias frases conceptuales para el proyecto de diseño de material gráfico e interactivo para promover los servicios de tratamiento dental y cirugías a través de las redes sociales Facebook e Instagram de la Dra. Claudia Marroquín en Natural Smile Clínica Dental, que se describen de la siguiente manera:

- Transforma tu sonrisa, transformas la vida
- Sonríe sin límites
- Confianza en cada sonrisa

De acuerdo con las propuestas anteriores, el concepto creativo para el diseño de material gráfico e interactivo es:

“Confianza en cada sonrisa”

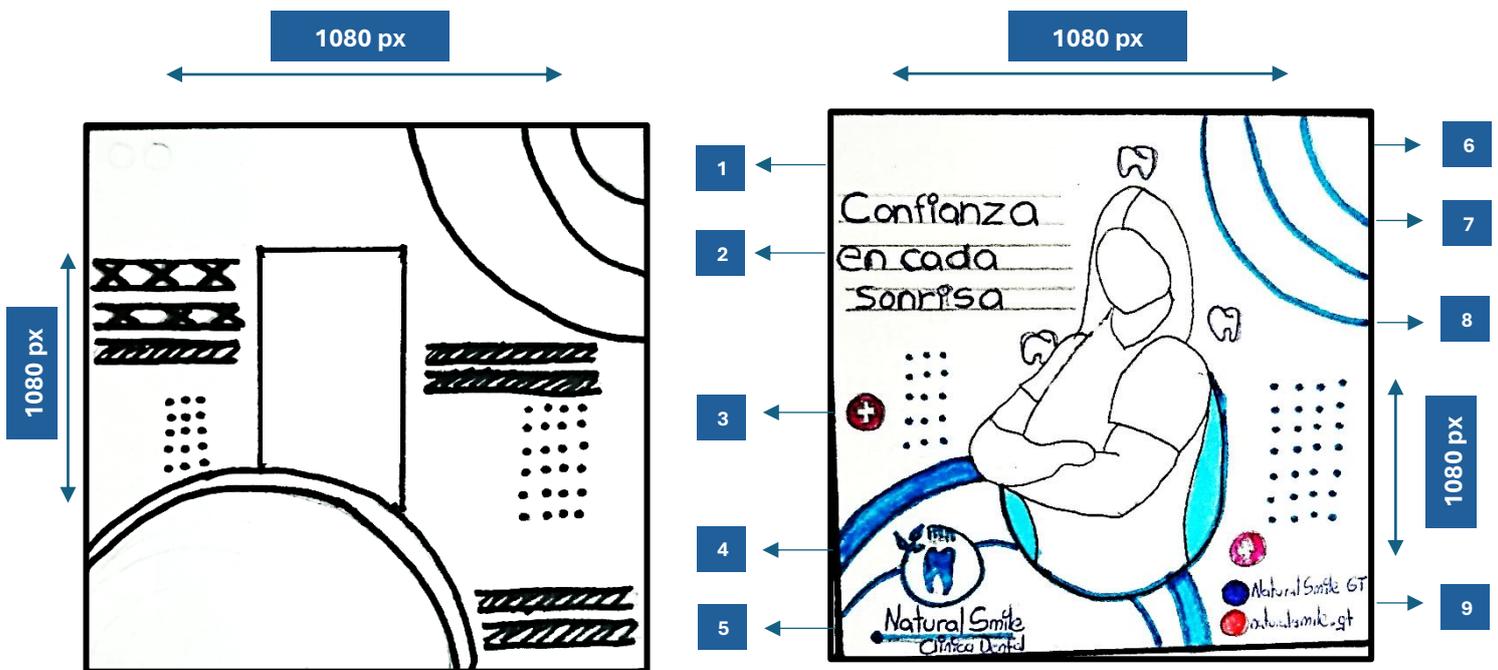
Esta frase encapsula el objetivo y la misión de Natural Smile Clínica Dental ya que, no solo destaca la importancia de tener una sonrisa saludable y estéticamente agradable, sino que también enfatiza el impacto positivo que una sonrisa confiada puede tener en la vida de una persona.

La confianza que viene con una sonrisa bien cuidada puede mejorar significativamente la autoestima y la interacción social de los pacientes. Se integrará como lema en todos los materiales gráficos e interactivos y publicaciones en redes sociales, acompañada de imágenes y textos que hagan referencia a los servicios de la clínica dental.

Ver anexo V: Tabla de requisitos.

Bocetaje

Proceso de bocetaje, propuesta "A"



Identificación de elementos

1. Fondo de imagen
2. Slogan de marca
3. Vector referente a salud
4. Imagotipo clínica dental
5. Vector geométrico 1
6. Vector geométrico 2
7. Fotografía de odontóloga
8. Vector referente a muelas
9. Iconos de redes sociales

Bocetaje

Proceso de bocetaje, propuesta "A"



Descripción

En la parte superior izquierda, el slogan de marca se destaca con una tipografía sencilla y legible. La figura humana estilizada en el centro, sin detalles faciales y con brazos cruzados, transmite confianza y profesionalismo. Iconos de dientes distribuidos alrededor refuerzan el tema odontológico, mientras que líneas y formas geométricas en tonos azules crean un marco visual dinámico. El logotipo de la clínica y sus identificadores de redes sociales se colocan en la parte inferior derecha para asegurar el reconocimiento de la marca. La paleta de colores azul y blanco sugiere limpieza, profesionalismo y confianza. El boceto utiliza una estructura equilibrada que integra los elementos gráficos y tipográficos de manera efectiva para transmitir el mensaje de la clínica.

Bocetaje

Proceso de bocetaje, propuesta "B"

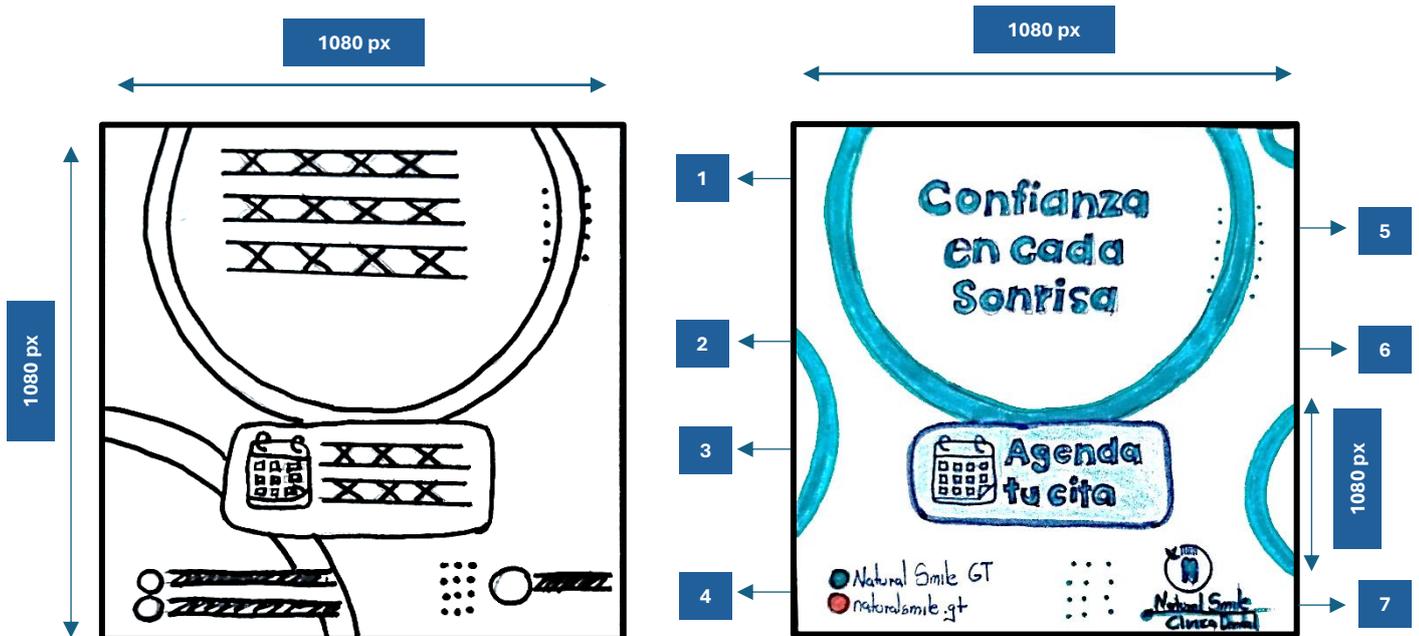


Descripción

En la parte superior derecha, la frase se destaca con una tipografía legible, una figura humana estilizada, sin detalles faciales, que simboliza a un profesional dental. Líneas curvas y formas circulares en tonos de azul enmarcan la figura, dan al post un flujo visual que dirige la atención hacia la izquierda del diseño. El logotipo de "Natural Smile Clínica Dental" colocado superior central asegura el reconocimiento de la marca, mientras que los identificadores de redes sociales de la clínica están ubicados en la parte inferior derecha, establecen la conexión con el público a través de plataformas digitales.

Bocetaje

Proceso de bocetaje, post 3



Identificación de elementos

1. Vector geométrico 1
2. Vector geométrico 2
3. Call to action
4. Redes sociales
5. Slogan de marca
6. Fondo de imagen
7. Imagotipo de marca

Bocetaje

Proceso de bocetaje, post 3

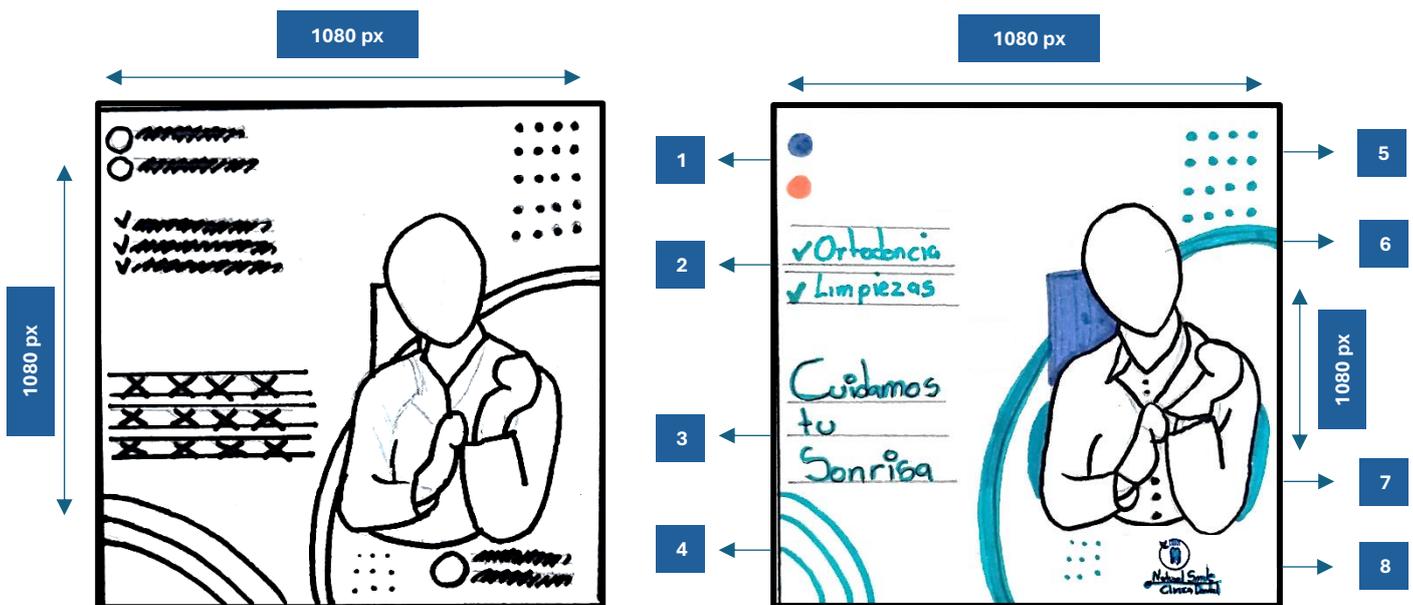


Descripción

Para este post, el slogan de marca se ubica en el centro del diseño con una tipografía en negrita, destacándose en un fondo claro que mejora la legibilidad. Líneas curvas y formas circulares en tonos de azul refieren un flujo visual que guía la atención hacia el mensaje central, esta línea gráfica da la idea de dinamismo y continuidad. La llamada a la acción se presenta en una forma rectangular destacada, que perseguirá a los usuarios a tomar acción inmediata. Por otro lado, el icono de calendario refuerza visualmente este mensaje. Por último, el imagotipo de Natural Smile Clínica Dental ubicado en la parte superior derecha, asegura el reconocimiento de la marca con el target.

Bocetaje

Proceso de bocetaje, post 4



Identificación de elementos

- | | |
|------------------------|-----------------------------|
| 1. Redes sociales | 5. Vectores circulares |
| 2. Servicios | 6. Vector geométrico 2 |
| 3. Entrada de post | 7. Fotografía de odontólogo |
| 4. Vector geométrico 1 | 8. Imagotipo de marca |

Bocetaje

Proceso de bocetaje, post 4

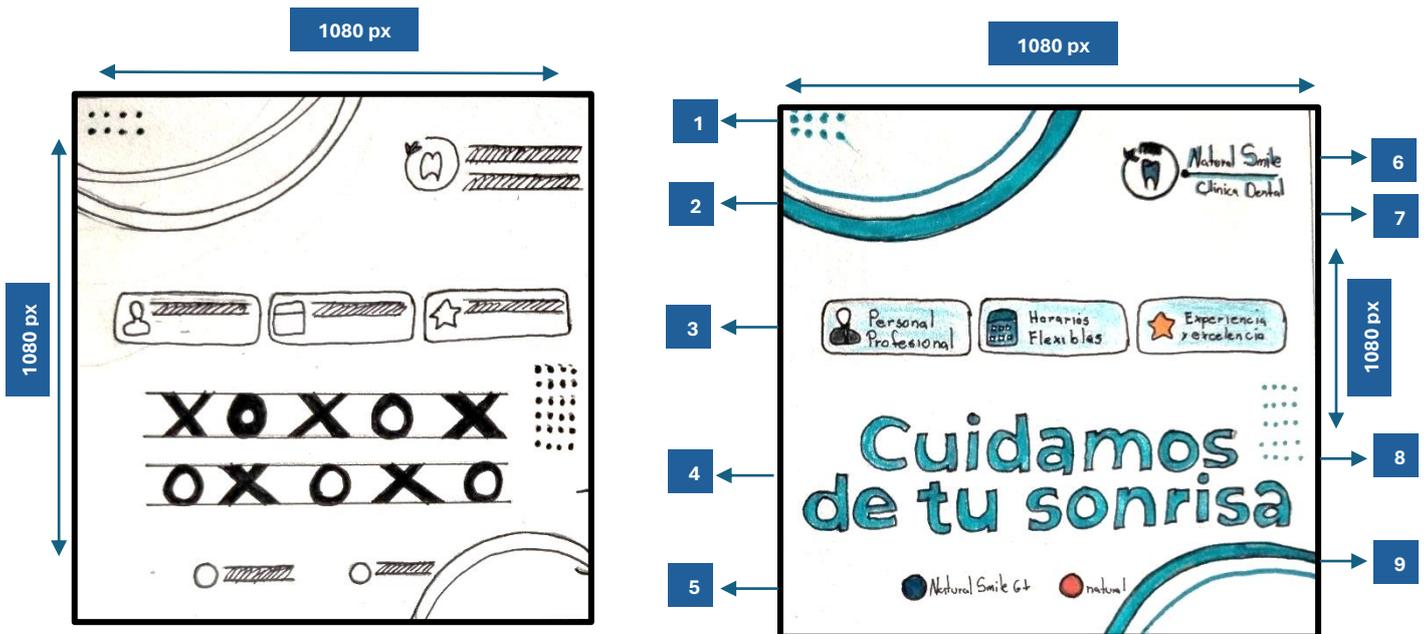


Descripción

Para esta publicación la frase se ubica en la parte inferior izquierda del diseño, destacándose en un fondo claro para mejorar la legibilidad. La figura humana estilizada en la parte superior derecha sugiere una postura de cuidado y profesionalismo. Por su parte los servicios que ofrece la clínica están listados, para reforzar los principales tratamientos ofrecidos. El logotipo de Natural Smile Clínica Dental y los identificadores de redes sociales están ubicados para asegurar el reconocimiento de la marca y establecer la conexión con la marca. Por último, la paleta de colores en tonos de azul refuerza la asociación con limpieza, profesionalismo y confianza.

Bocetaje

Proceso de bocetaje, post 5



Identificación de elementos

1. Forma geométrica 1
2. Forma geométrica 2
3. Identificador de servicios
4. Título de post
5. Redes sociales
6. Imagotipo de marca
7. Forma geométrica 3
8. Forma geométrica 4

Bocetaje

Proceso de bocetaje, post 5

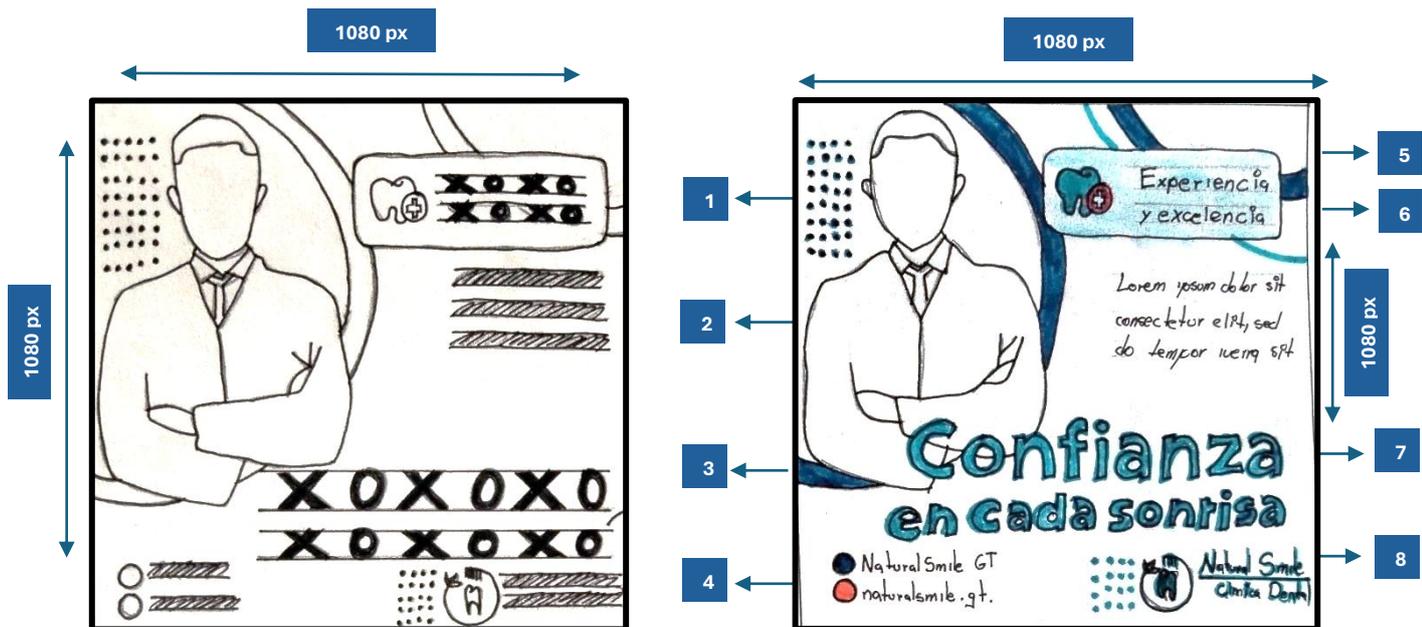


Descripción

La frase de este post se posiciona en el centro con una tipografía destacada lo que asegura una excelente legibilidad. Encima de la frase principal, se presentan tres iconos que resaltan las fortalezas de la clínica, cada uno con un icono representativo que refuerza visualmente el mensaje. En la parte superior derecha, el logotipo de Natural Smile Clínica Dental garantiza el reconocimiento de la marca. Líneas curvas y formas circulares en tonos de azul enmarcan el diseño, que dirige la atención hacia el mensaje central y sugiere dinamismo y continuidad. Los identificadores de redes sociales se encuentran en la parte inferior, facilitan la conexión con el público. La paleta de colores predominantemente azul comunica limpieza, profesionalismo y confianza.

Bocetaje

Proceso de bocetaje, post 6



Identificación de elementos

- | | |
|------------------------------------|------------------------------|
| 1. Forma geométrica 1 | 5. Identificador de servicio |
| 2. Fotografía de odontólogo | 6. Forma geométrica 3 |
| 3. Forma geométrica 2 | 7. Slogan de marca |
| 4. Identificador de redes sociales | 8. Imagotipo de marca |

Bocetaje

Proceso de bocetaje, post 6

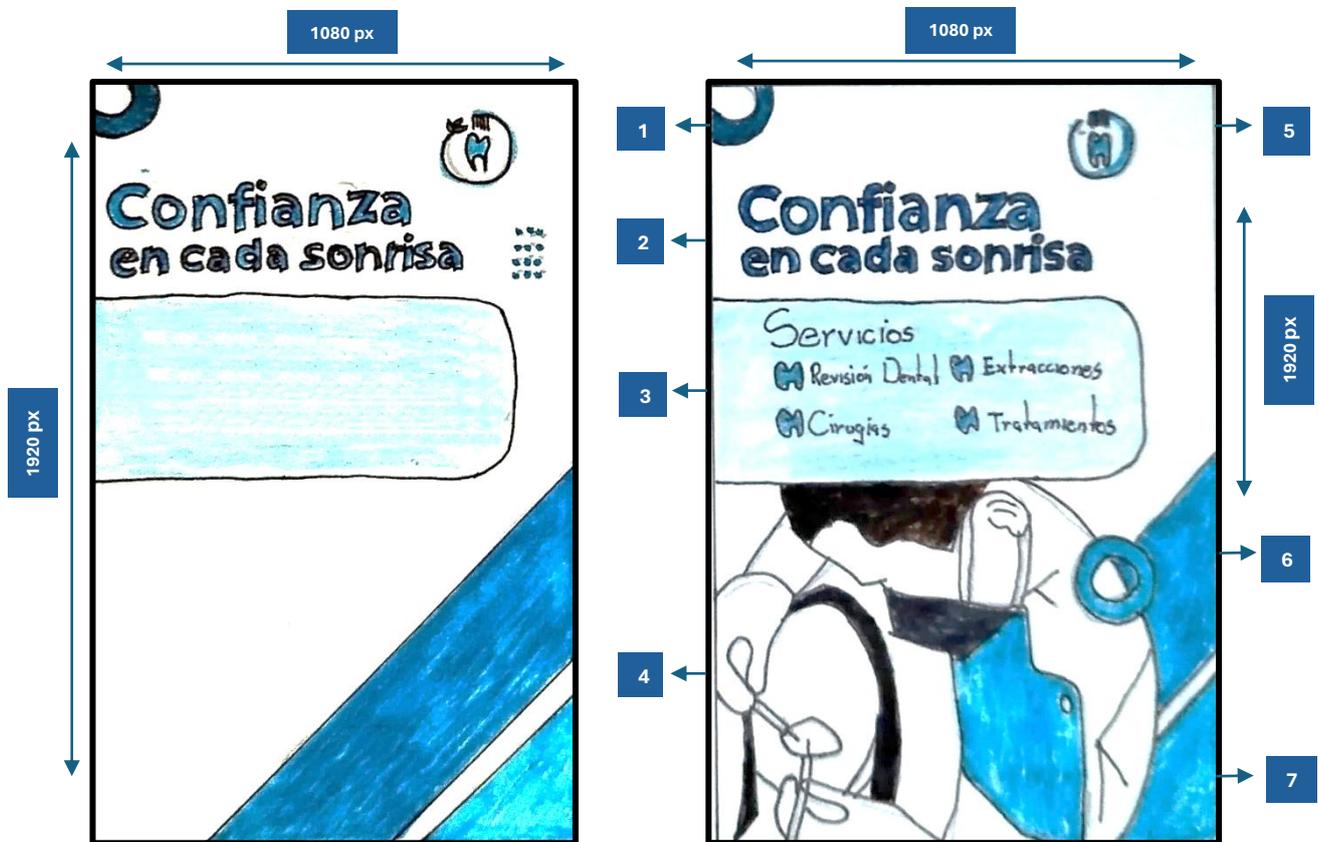


Descripción

Este post se centra en el slogan de marca, ubicado en la parte inferior central con una tipografía de tamaño legible. La fotografía del odontólogo en la parte superior izquierda simboliza el profesionalismo del personal. En la parte superior derecha, un recuadro y un icono dental que resalta uno de los valores clave de la clínica, acompañado de un marcador de posición para texto adicional. El logotipo de la clínica en la parte inferior derecha asegura el reconocimiento de la marca junto con los identificadores de redes sociales.

Bocetaje

Proceso de Bocetaje, reel 1



Identificación de elementos

- | | |
|-------------------------------------|-----------------------|
| 1. Figura geométrica 1 | 5. Imagotipo de marca |
| 2. Slogan de marca | 6. Forma geométrica 2 |
| 3. Identificador de servicios | 7. Forma geométrica 3 |
| 4. Fotografía paciente y odontólogo | |

Descripción

Ubicado en la parte superior izquierda destaca el slogan de marca, por debajo en un recuadro se enumeran los servicios ofrecidos, cada uno acompañado con un icono referente, seguidamente de la fotografía del o la odontóloga junto a un paciente acompañado de figuras geométricas destacables en toda la línea de diseño.

Bocetaje

Guion literario

Guion literario: Natural Smile Clínica Dental

El material interactivo tendrá música de fondo y transiciones de animación.

Secuencia 1

CORTE A:

Se inicia con una animación desvaneciente que muestra el slogan de marca en un fondo claro con la tipografía predominante en la línea de diseño.

CORTE A:

La pantalla muestra un cuadro vacío que gradualmente se llena con un efecto pop, que realza el texto central y mantiene la atención del espectador.

CORTE A:

Se realiza una transición lenta a la siguiente toma, donde la fotografía del odontólogo representa al personal dental en acción.

Secuencia 2

CORTE A:

La imagen se desvanece para mostrar un recuadro con la lista de servicios ofrecidos: Revisión dental, extracciones, cirugías y tratamientos, acompañados de iconos dentales.

CORTE A:

La animación pop resalta cada servicio individualmente, que subraya la diversidad de tratamientos disponibles.

CORTE A:

La figura del profesional dental se mantiene en plano entero, mientras que las animaciones desvanecientes refuerzan la importancia de cada servicio ofrecido.

CORTE A:

Se realiza una transición lenta y gradual a una pantalla final con el logotipo de Natural Smile Clínica Dental y los identificadores, que incentiva al espectador a seguir y contactar a la clínica.

Bocetaje

Storyboard



El material interactivo inicia con algunos elementos del reel, como las figuras geométricas, isologo de la marca y slogan.



En un plano entero con efectos desvanecientes y pop comienzan a aparecer los demás elementos que acompañan la secuencia como los servicios, fotografía y elementos geométricos.

Bocetaje

Guion técnico

Secuencia	No. Escena	No. Plano	Tipo de plano o Encuadre	Ángulo	Movimiento de Cámara	Storyboard	Descripción	Decorado	Locación	Luz	Diálogos	Sonido	Actores
1	1	1	Entero	Normal	N/A		El material interactivo inicia con algunos elementos de reel, como las figuras geométricas, isologo de la marca y slogan.	N/A	Clínica Dental	N/A	N/A	Música de fondo	N/A
2	2	1	Entero	Normal	N/A		En un plano entero con efectos desvanecientes y pop comienzan a aparecer los demás elementos que acompañan la secuencia como los servicios, fotografía y elementos geométricos.	N/A	Clínica Dental	N/A	N/A	Música de fondo	N/A

Proceso de digitalización de bocetos

Prueba tipográfica

Montserrat Black

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ
 abcdefghijklmnñopqrstuvwxyz
 !"#\$%&/()=?;

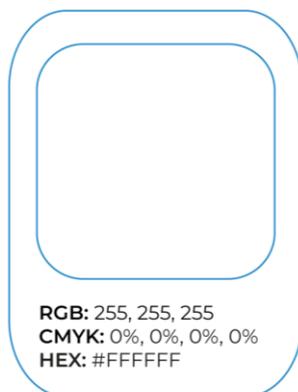
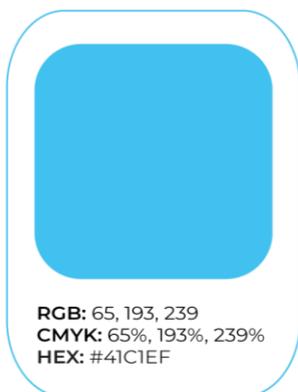
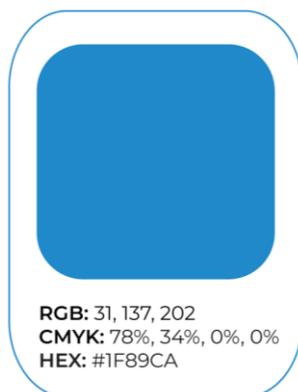
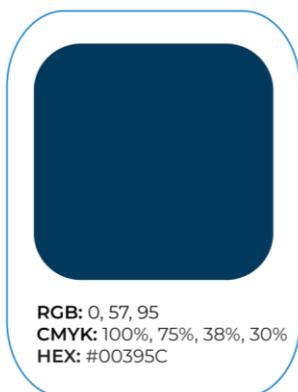
0123456789

Montserrat Regular

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ
 abcdefghijklmnñopqrstuvwxyz
 !"#\$%&/()=?;

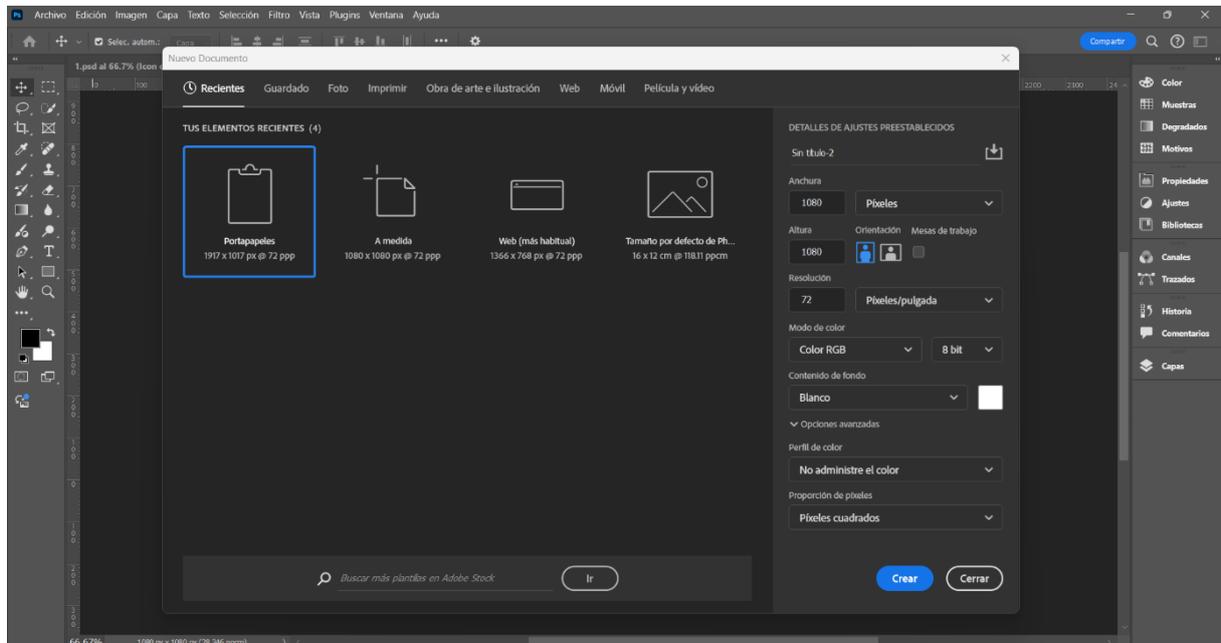
0123456789

Prueba de color

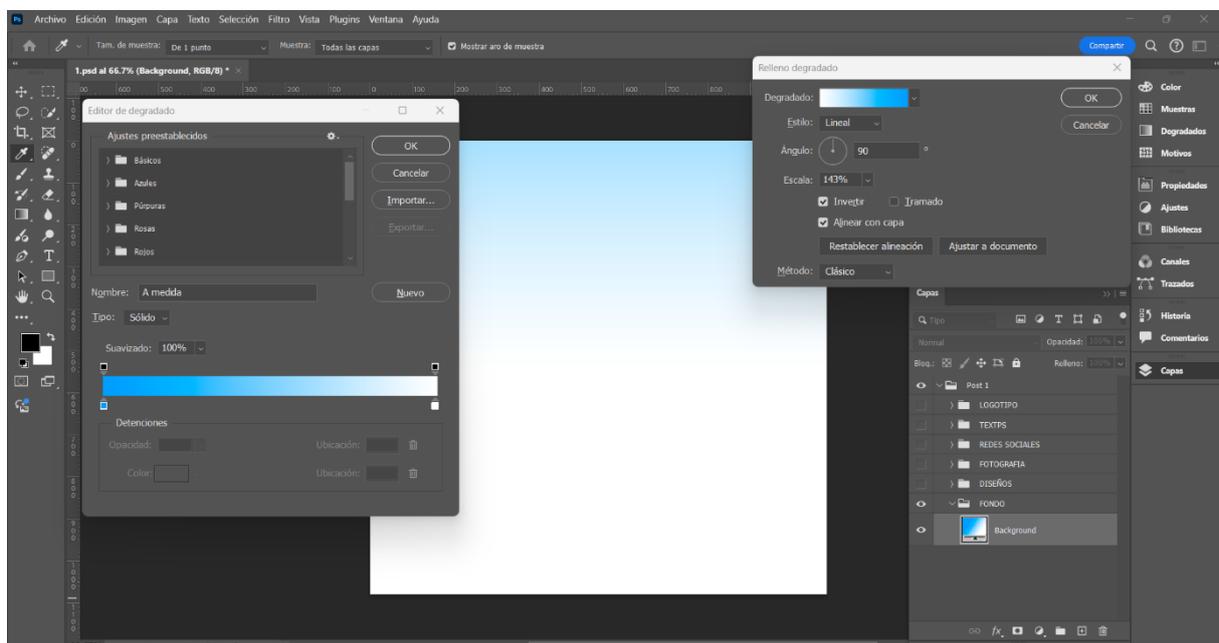


Proceso de digitalización de bocetos

Paso 1: En Adobe Photoshop se crea un nuevo documento en blanco con una relación de 1080px por 1080px, una resolución de 72 pixeles y un modo de color RGB, así como ajustes preestablecidos para la utilización en redes sociales como Facebook e Instagram.

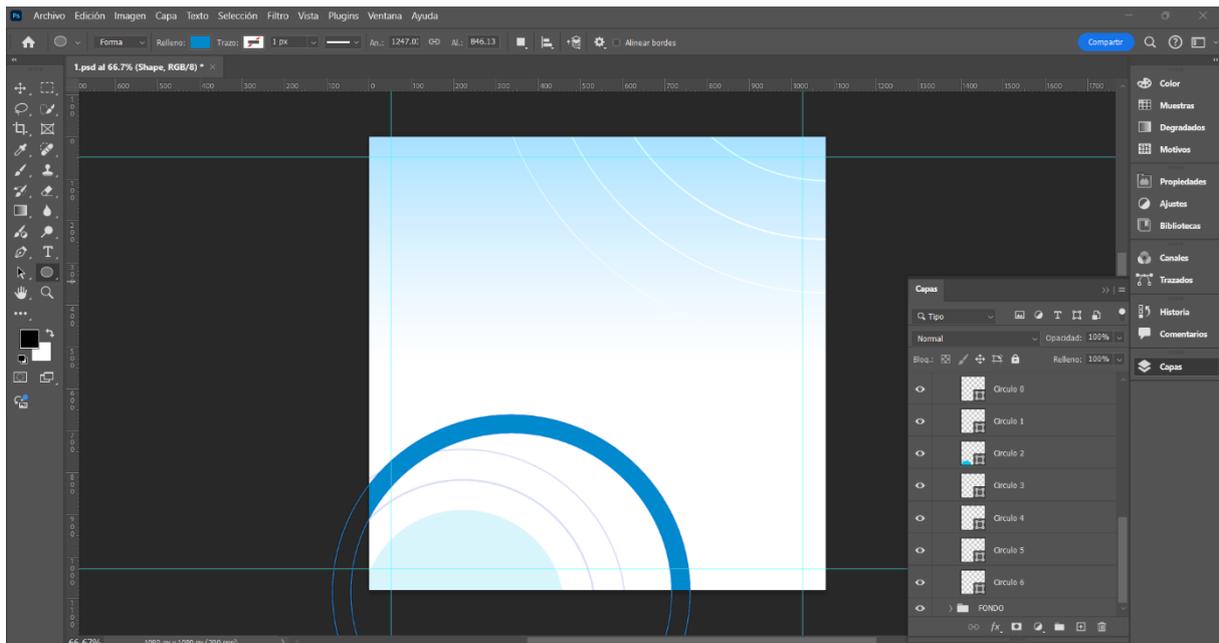


Paso 2: Se agrupan las capas según el tipo de elemento y se establece un relleno degradado lineal celeste y blanco con un ángulo de 90 grados, una escala del 143% y un método de gradiente clásico.

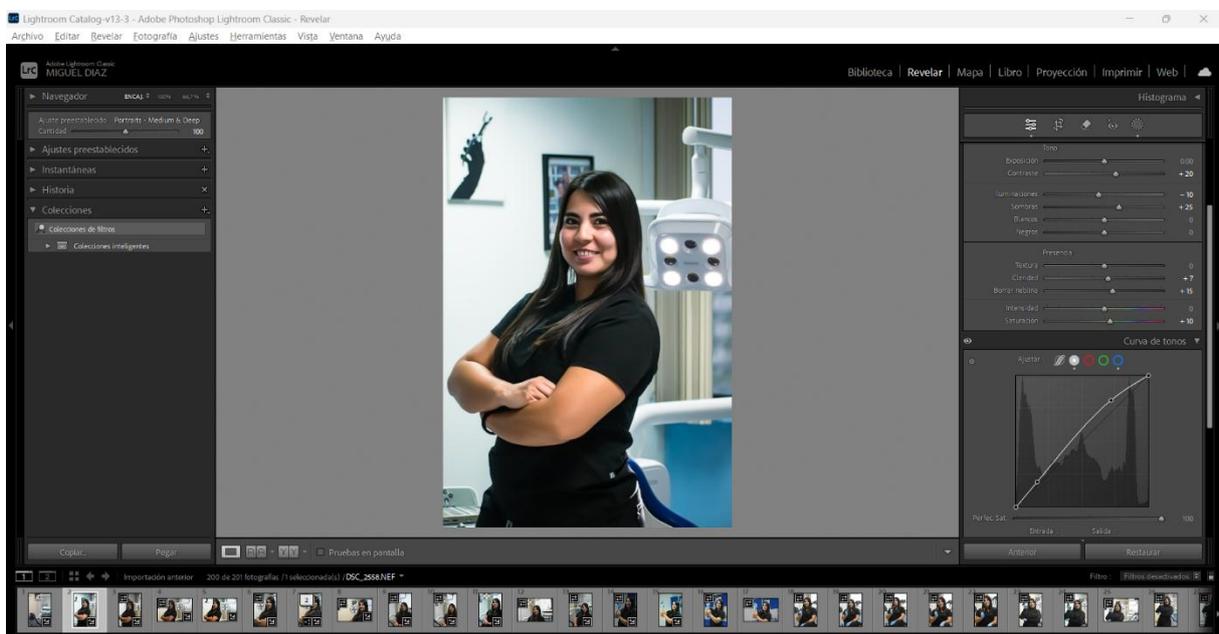


Proceso de digitalización de bocetos

Paso 3: Se agregan líneas guías para conseguir simetría en los elementos y establecer un margen que permita armonizar la construcción del post, seguidamente con la herramienta elipse se dibujan los diferentes elementos vectoriales en tonalidades azules, celestes y blancos. Se agrupan las capas para mantener un orden en la elaboración del diseño.

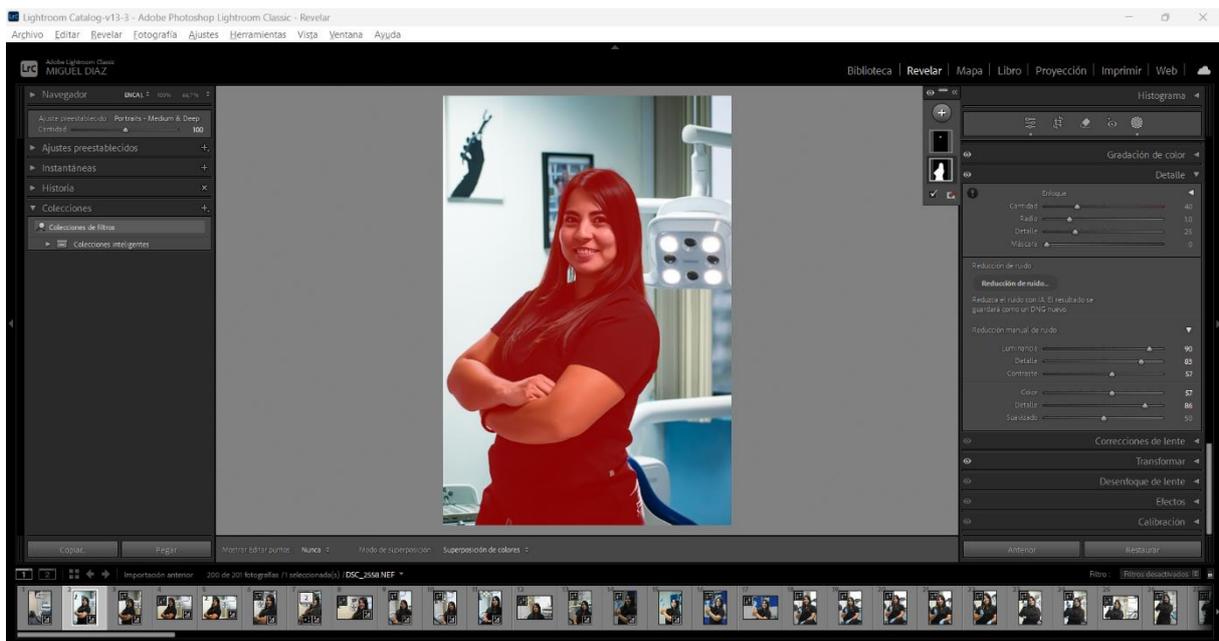


Paso 4: Para la edición de fotografía en Adobe Lightroom, el revelado se procesa en formato RAW y se modifican los rangos tonales como la exposición, contraste, iluminación, sombras, temperatura, matiz, saturación, así como la modificación de los puntos en la curva de tonos.

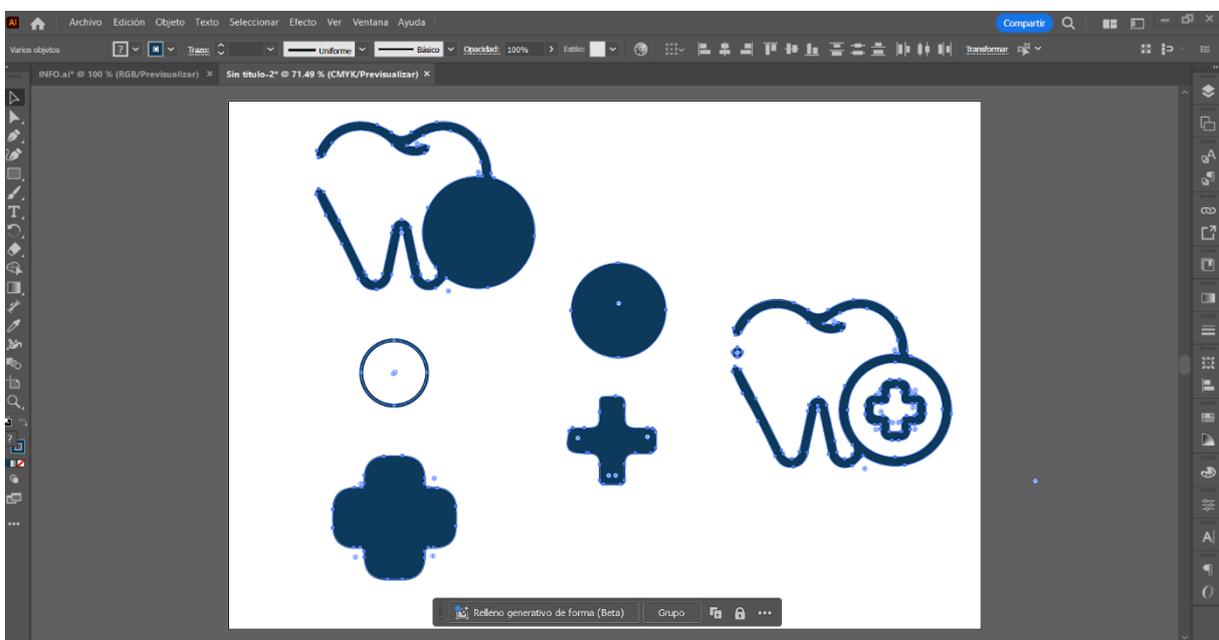


Proceso de digitalización de bocetos

Paso 5: Posteriormente se agrega una máscara de enfoque y se modifican los valores en el histograma de revelado, en donde se realizan cambios en luminancia, detalle, contraste, color, suavizado y la reducción de ruido mediante herramientas de inteligencia artificial que crea un negativo digital independiente que permite conservar el revelado original para futuras modificaciones.

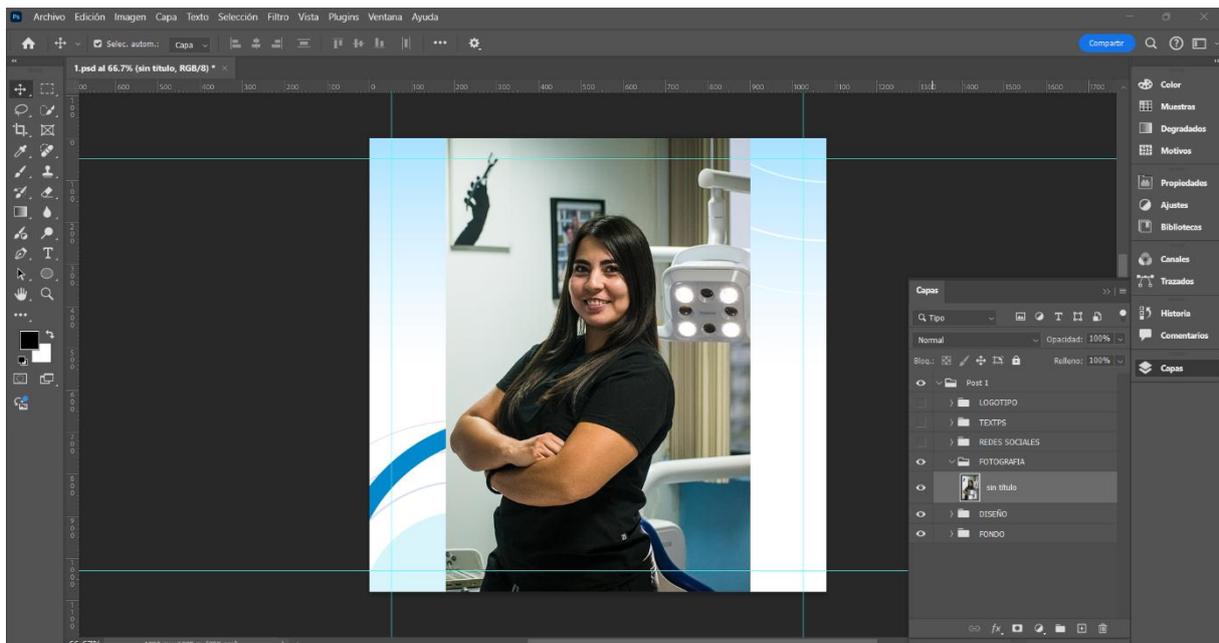


Paso 6: En Adobe Illustrator se utiliza herramientas como pluma y elipses mediante puntos de ancla y controladores, que permiten dibujar elementos relacionados a la odontología y que se utilizarán en la composición de los posts y reels en redes sociales.

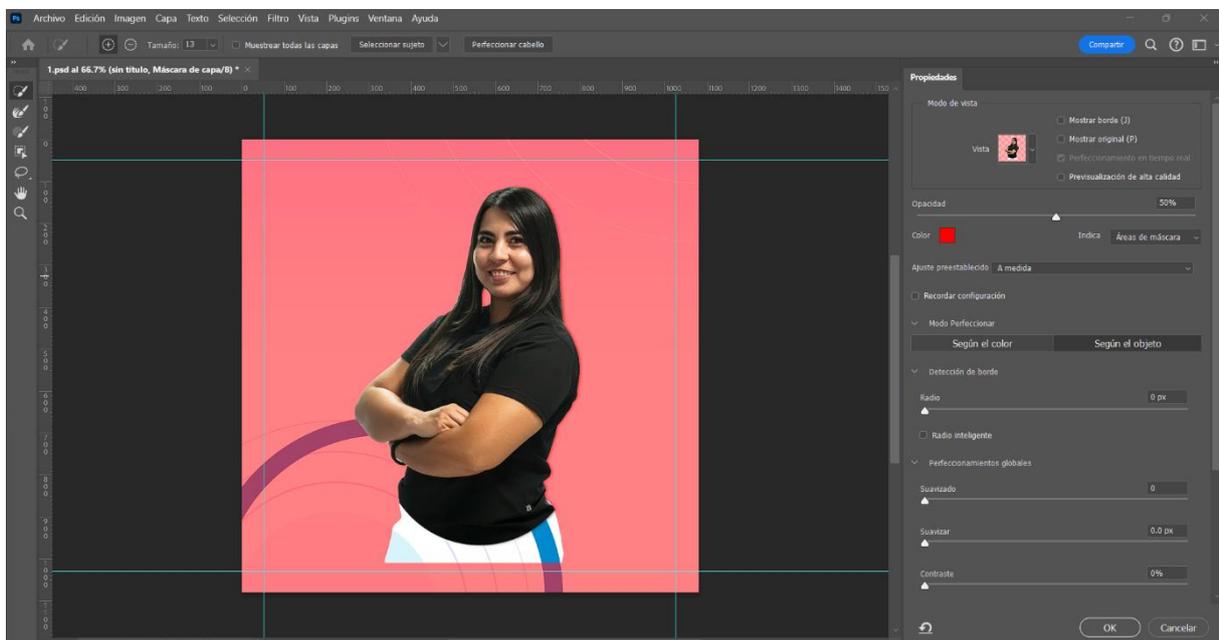


Proceso de digitalización de bocetos

Paso 7: Nuevamente, en Adobe Photoshop se coloca como elemento incrustado la fotografía del profesional odontológico, se aplica una corrección selectiva de color y posteriormente se aplica una máscara de capa por objeto.

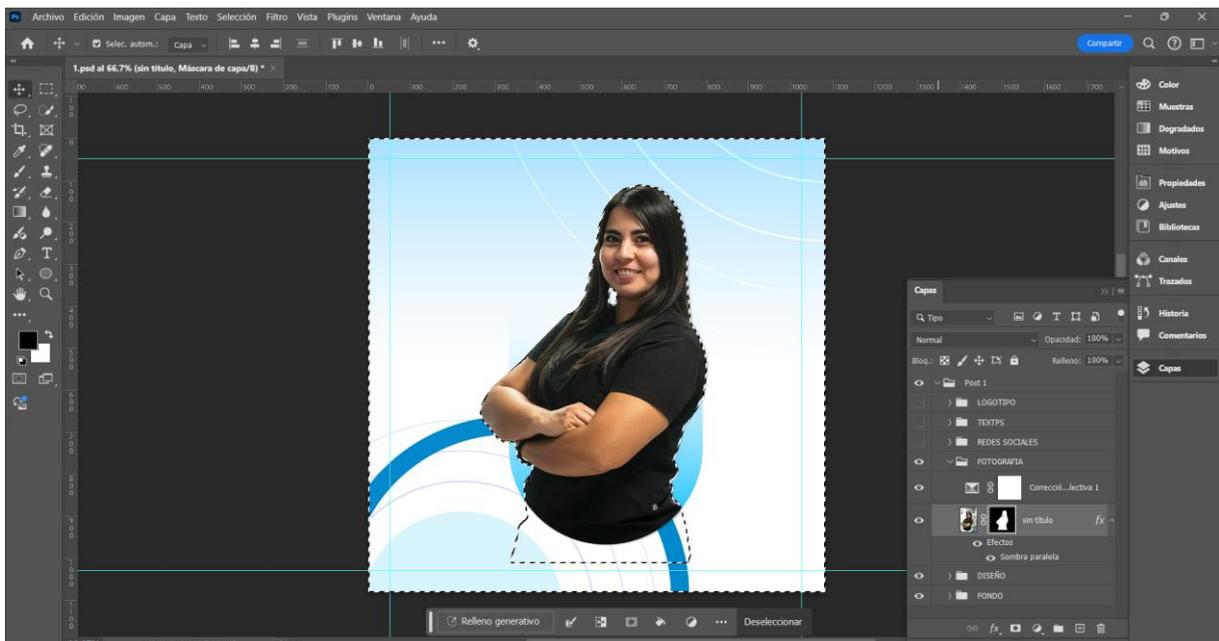


Paso 8: Se selecciona el área de máscara de capa, así como la selección del sujeto y se utiliza la herramienta de pincel para perfeccionar bordes y ajustar la fotografía a la composición del post.

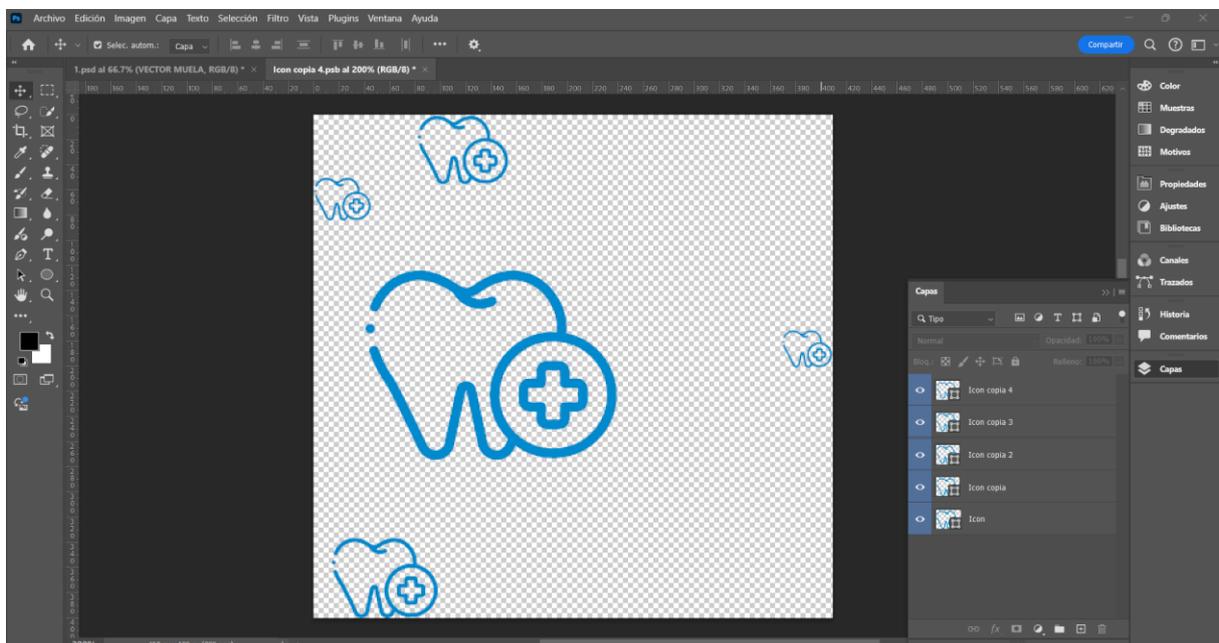


Proceso de digitalización de bocetos

Paso 9: Seleccionada la máscara de capa y sujeto, se inserta una capa de forma enlazada a una máscara de gradiente de color celeste colocada detrás de la fotografía que simulará un efecto fuera de marco.

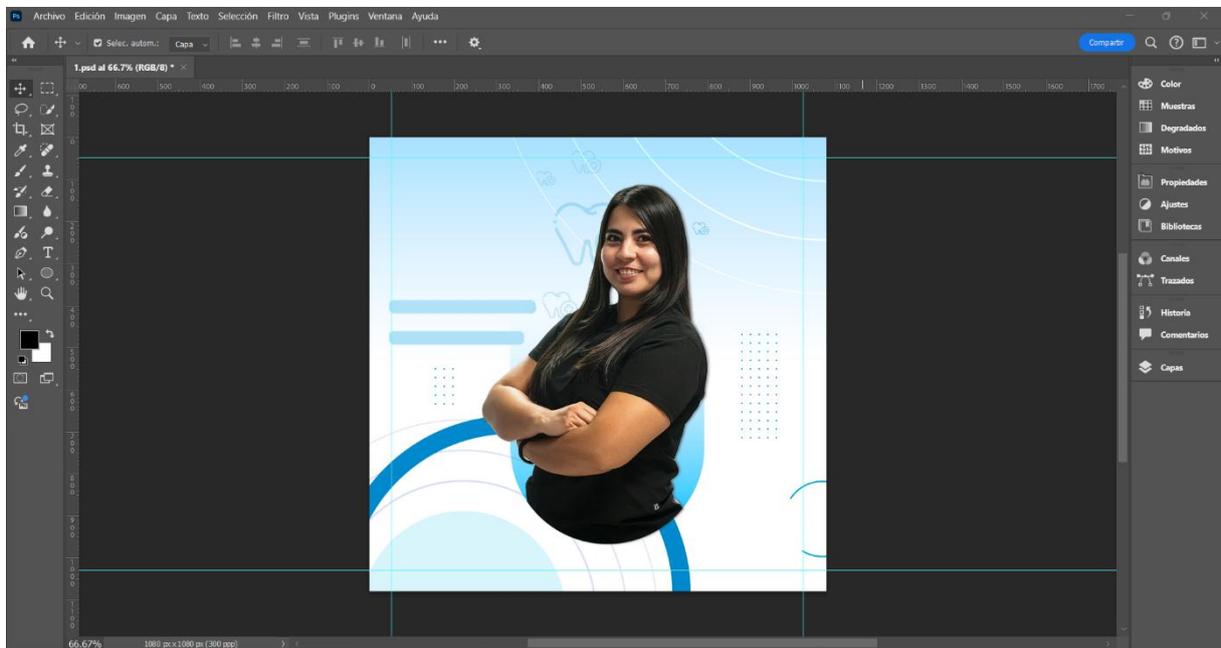


Paso 10: Al ser un elemento vectorial trabajado en Adobe Illustrator, se procede a convertir el mismo en objeto inteligente para luego realizar una composición de elementos congruente que se colocará en el diseño y se modificará la opacidad de cada uno para una mejor legibilidad.

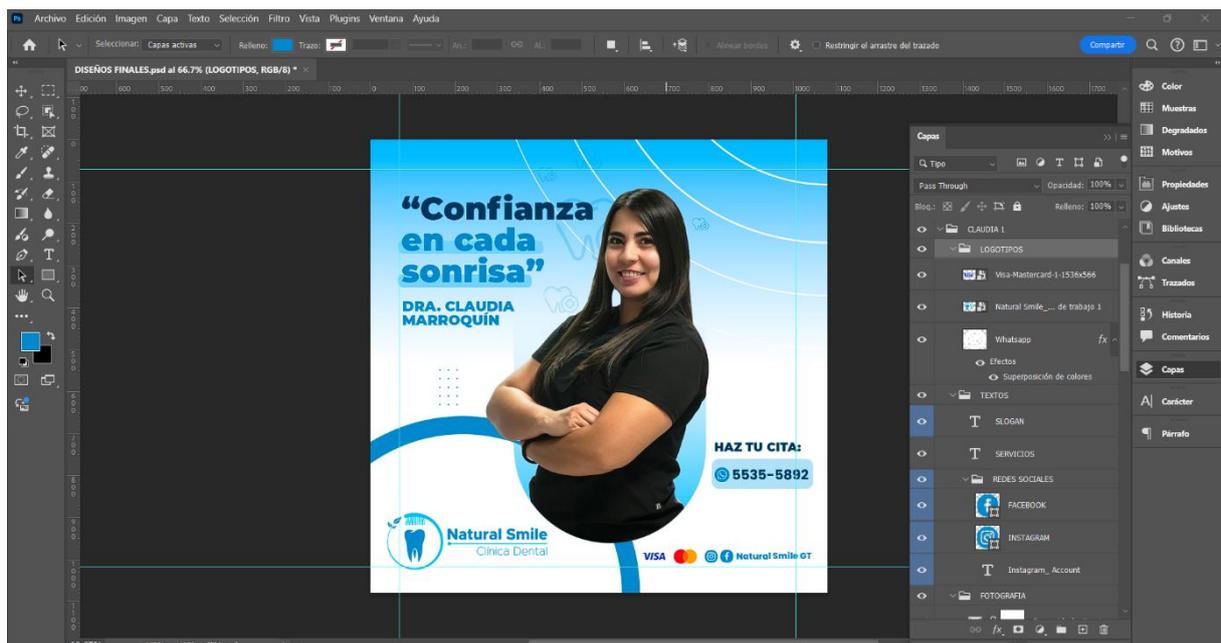


Proceso de digitalización de bocetos

Paso 11: Se insertan todos los elementos vectoriales restantes de la composición que permiten darle una identificación más congruente al diseño.

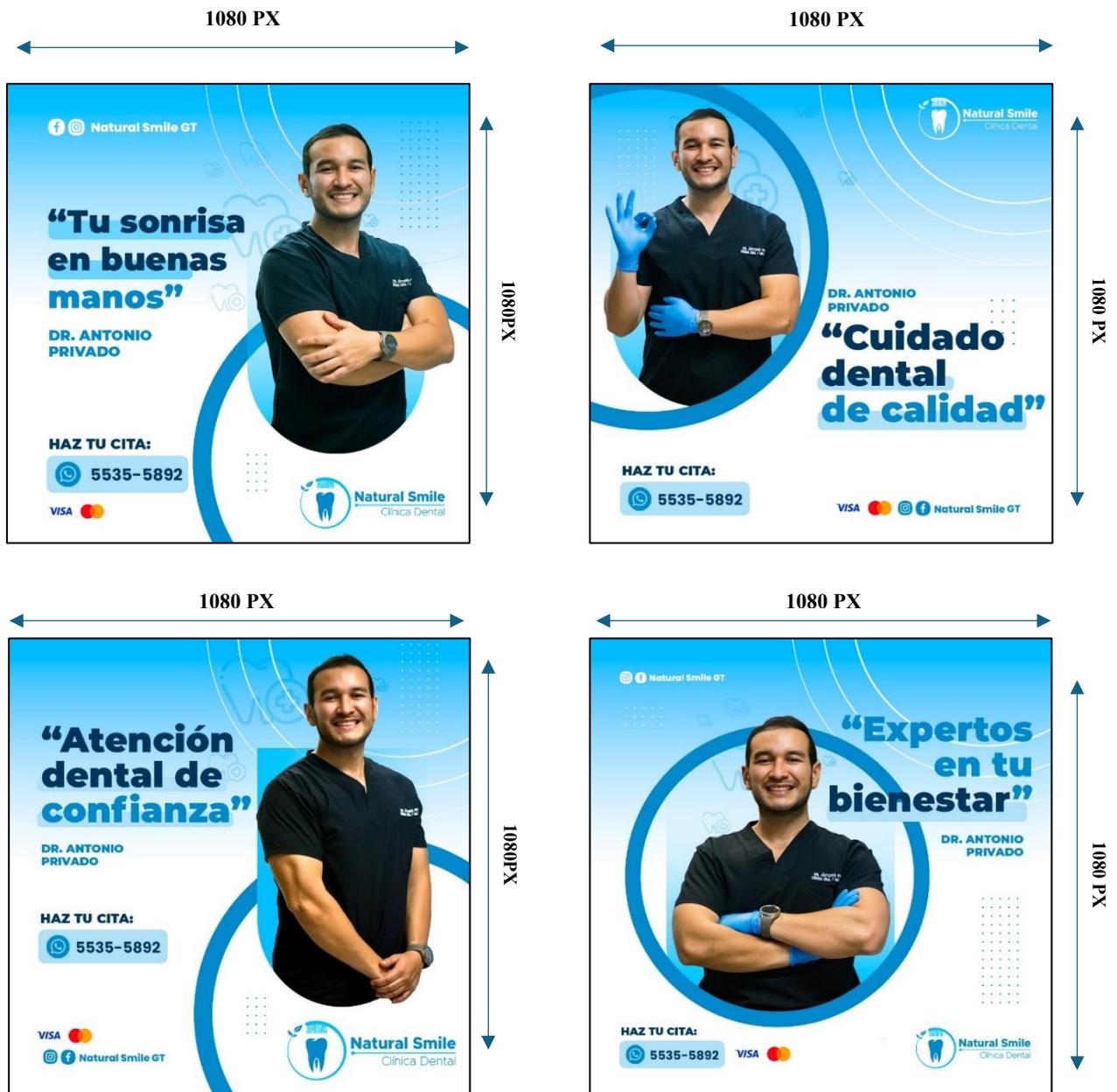


Paso 12: Finalmente agrupados cada uno de los elementos según su tipo se colocan slogan, imago tipo, servicios, redes sociales, e identificadores de marca. Se respeta el margen de las líneas guías colocadas de inicio para mantener un diseño congruente y ordenado.



Propuesta preliminar

Post para Facebook e Instagram



Conjunto de posts individuales para Facebook e Instagram, diseñados para promocionar los servicios de la clínica Natural Smile. Cada pieza destaca al Dr. Antonio Privado con frases que refuerzan la confianza en los servicios ofrecidos. Las dimensiones son de 1080px por 1080px, optimizadas para redes sociales. Esta propuesta está sujeta a validación.

Propuesta preliminar

Post para Facebook e Instagram



Esta propuesta preliminar muestra posts individuales diseñados para Facebook e Instagram, enfocados en destacar la calidad y compromiso de la clínica Natural Smile. Cada pieza, de 1080px por 1080px, presenta a los doctores Antonio Privado y Claudia Marroquín con frases que refuerzan la confianza en sus servicios. Todo el contenido está alineado con el branding de la marca. Esta propuesta está sujeta a validación posterior.

Propuesta preliminar

Post para Facebook e Instagram



Esta propuesta preliminar presenta posts individuales diseñados para Facebook e Instagram, enfocados en comunicar la confianza y excelencia de los servicios de Natural Smile. Cada diseño, de 1080px por 1080px, resalta a los doctores Claudia Marroquín y Antonio Privado, con frases que refuerzan la identidad y profesionalismo de la clínica. Todo el contenido sigue el branding de la marca y está pendiente de validación final.

Propuesta preliminar

Post para Facebook e Instagram



Esta propuesta preliminar presenta una serie de posts diseñados para Facebook e Instagram, con la funcionalidad de carruseles en Instagram. Cada diseño, con dimensiones de 1080px por 1080px, está enfocado en destacar los servicios de rellenos dentales y blanqueamientos ofrecidos por Natural Smile. Los posts permiten una navegación visual e informativa en Instagram, siguiendo el branding de la marca y pendientes de validación final.

Propuesta preliminar

Post para Facebook e Instagram



Esta propuesta preliminar presenta una serie de posts individuales para Facebook e Instagram, con funcionalidad de carrusel en Instagram. Los diseños, con medidas de 1080px por 1080px, destacan los servicios de restauración y ortodoncias ofrecidos por Natural Smile. El formato en carrusel para Instagram permite una experiencia visual más dinámica e informativa. Todo el contenido sigue la identidad visual de la marca y está sujeto a validación.

Propuesta preliminar

Post para Facebook e Instagram



Esta propuesta preliminar muestra una serie de posts para Facebook e Instagram, diseñados como carrusel en Instagram. Los diseños, con dimensiones de 1080px por 1080px, destacan los servicios de prótesis y evaluaciones dentales que ofrece Natural Smile. Cada post mantiene la coherencia con la identidad visual de la marca y está orientado a informar y atraer a potenciales clientes. Esta propuesta está pendiente de validación.

Propuesta preliminar

Reels para Facebook e Instagram



Esta propuesta preliminar muestra una serie de reels diseñados para Facebook e Instagram, con dimensiones de 1080px x 1920px, orientados a promocionar los servicios de Natural Smile. Cada reel destaca diferentes aspectos de la clínica. Los diseños están alineados con la identidad visual de la marca y está sujeta a validación antes de su implementación final.

Capítulo VIII

Validación Técnica

Capítulo VIII: Validación técnica

“El 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 evaluará el nivel de percepción de los encuestados con respecto a la propuesta preliminar del diseño.

La herramienta a utilizar es una encuesta de respuesta múltiple que se aplicará a 2 clientes, a 10 personas, hombres y mujeres del grupo objetivo y a 5 expertos en el área de comunicación y diseño”.

Población y muestreo

Población.

Conjunto total de individuos o unidades que, para la realización del presente proyecto de tesis, comparten características específicas y sobre los que se busca obtener información.

Muestra.

Subconjunto representativo de la población seleccionada para la realización del presente proyecto de tesis, con el fin de obtener datos que permitan generalizar los resultados al conjunto total.

Cientes.

- Dr. Lizandro Antonio Privado Méndez, representante legal, cirujano dentista.
- Dra. Claudia Gabriela Marroquín Herrera, propietaria, cirujano dentista.

Grupo objetivo.

10 personas, hombres y mujeres comprendidos entre los 20 a los 50 años que residen en la Región Metropolitana y que pertenecen al nivel socioeconómico C1, C2 y C3 usuarios de Facebook e Instagram.

Expertos.

1. Ing. Christian Emmanuel López Rossell, Ingeniero en Sistemas y Ciencias de la Computación, experto en redes sociales y comunicación.
2. Lcda. María Eugenia Aguilar Melgar, Licenciada en Comunicación y Diseño, experta en proyectos de graduación y de diseño gráfico.
3. Mgtr. Rolando Barahona Cifuentes, Magister en Tecnología Educativa y Producción e-Learning y Licenciado en Diseño Gráfico, experto en comunicación y diseño gráfico.
4. M.Sc. Lourdes Lorena Donis Sanhueza, Maestría en Dirección y Producción de e-Learning y Licenciada en Comunicación, experta en comunicación, diseño gráfico y fotografía.
5. Mgtr. Carmen Andrea Aguilar Flores, Magister en Consultoría e Imagen Pública y Planificación Estratégica de Medios de Comunicación, experta en manejo de redes sociales e imagen pública.

Método e instrumento

Método.

El método utilizado en la investigación de este proyecto es mixto, pues se empleará un enfoque cualitativo a través de una encuesta virtual desarrollada en Google Forms dirigida a clientes, grupo objetivo y expertos. Esta encuesta permitirá observar el agrado o desagrado hacia el material. Paralelamente, se aplicará un enfoque cuantitativo mediante una encuesta virtual similar, dirigida a los mismos grupos, para obtener datos numéricos que complementen el análisis en los campos de comunicación y diseño.

Instrumento.

El instrumento por utilizar es la encuesta virtual, que esta dividida en tres partes:

La primera, es la parte objetiva, en la que se realizaran cinco preguntas, que evalúen los aspectos relacionados con los objetivos del material gráfico e interactivo, con base a respuestas dicotómicas de Sí y No.

La segunda, es la parte semiológica en la que se validará, por medio de cinco preguntas y respuestas de escala de Likert de 3 variables, los elementos gráficos e interactivos utilizadas en el diseño.

La última, es la parte operativa en la que se evaluara la funcionalidad de la propuesta gráfica e interactiva, por medio de cinco preguntas y respuestas de escala de Likert de 3 variables.

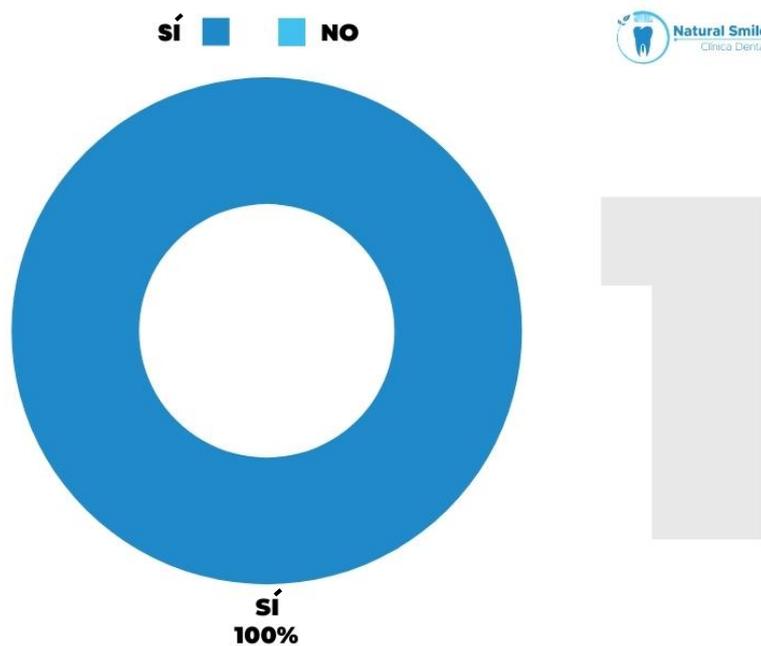
Ver anexo VI Instrumento de validación.

Resultados e interpretación de resultados

A continuación, se presentan los resultados de la validación técnica de la propuesta preliminar, obtenidos a través de la encuesta a los clientes, grupo objetivo y expertos.

Parte objetiva

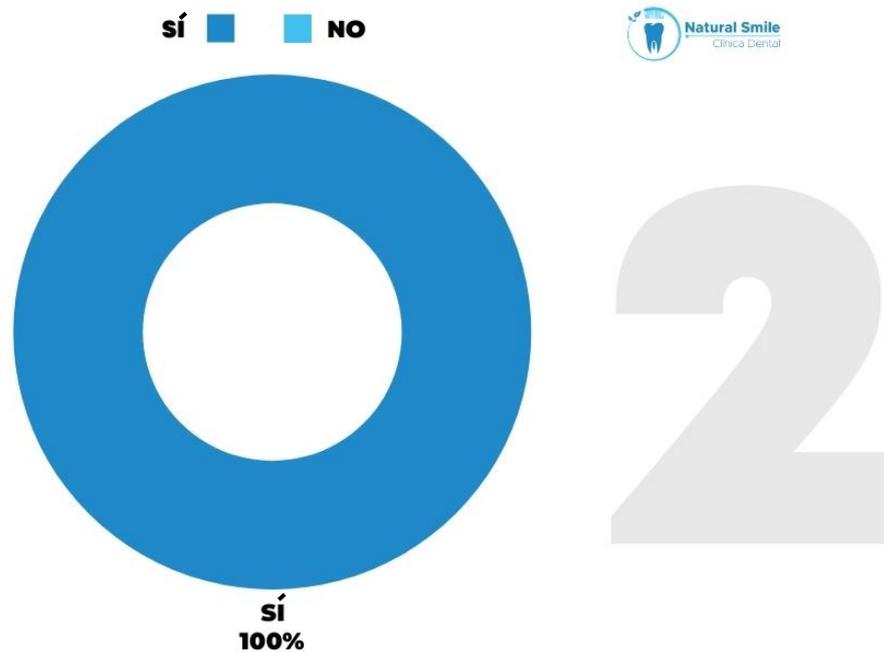
Pregunta 1. ¿Considera usted necesario diseñar material gráfico e interactivo para promover a través de las redes sociales Facebook e Instagram los servicios de tratamiento dental y cirugías que ofrece la Dra. Claudia Marroquín en Natural Smile Clínica Dental?



Interpretación. El 100% de los encuestados considera necesario diseñar material gráfico e interactivo para promover a través de las redes sociales Facebook e Instagram los servicios de tratamiento dental y cirugías que ofrece la Dra. Claudia Marroquín en Natural Smile Clínica Dental. Por lo tanto, se cumple el objetivo general de este proyecto.

Resultados e interpretación de resultados

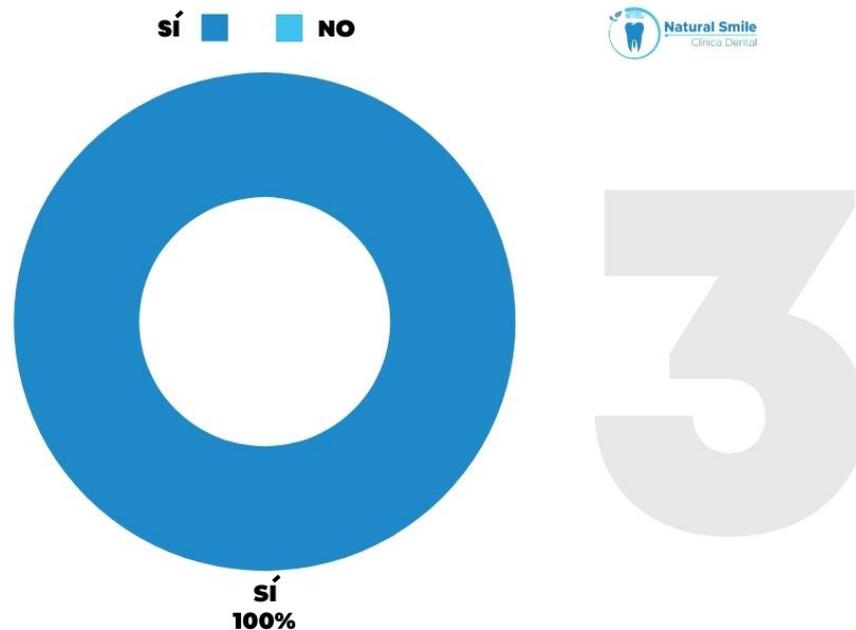
Pregunta 2. ¿Considera usted necesario recopilar información proporcionada por Natural Smile Clínica Dental a través de su brief, acerca de los tratamientos dentales y cirugías, ¿para fundamentar el desarrollo del material gráfico e interactivo para redes sociales?



Interpretación. El 100% de los encuestados considera necesario recopilar información proporcionada por Natural Smile Clínica Dental a través de su brief, acerca de los tratamientos dentales y cirugías, para fundamentar el desarrollo del material gráfico e interactivo para redes sociales. Por lo tanto, se cumple el primer objetivo específico de este proyecto.

Resultados e interpretación de resultados

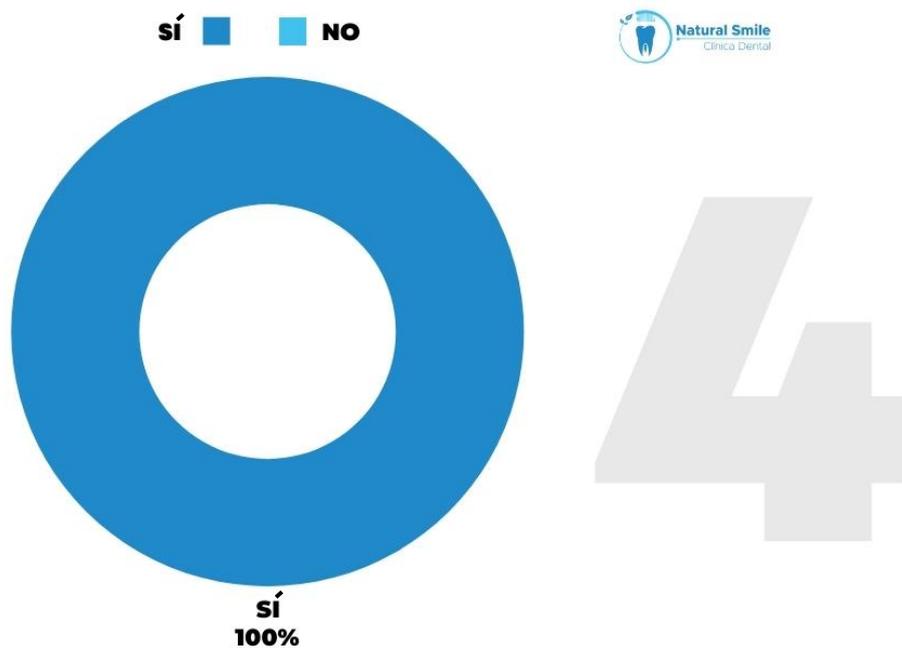
Pregunta 3. ¿Considera usted importante investigar tendencias y recursos de diseño a través de fuentes fiables de información para respaldar la propuesta gráfica de este proyecto?



Interpretación. El 100% de los encuestados considera importante investigar tendencias y recursos de diseño a través de fuentes fiables de información para respaldar la propuesta gráfica de este proyecto. Por lo tanto, se cumple el segundo objetivo específico de este proyecto.

Resultados e interpretación de resultados

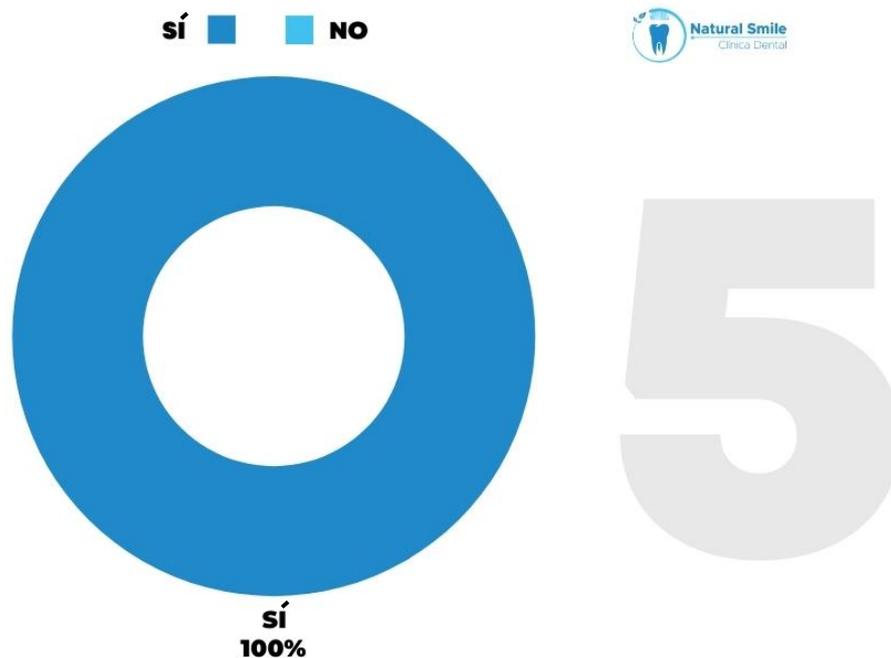
Pregunta 4. ¿Considera adecuado diagramar los elementos gráficos e interactivos, en los que se aplicara los principios de jerarquía visual para organizar de manera clara y efectiva los elementos clave que faciliten la comprensión de los servicios que ofrece Natural Smile Clínica Dental?



Interpretación. El 100% de los encuestados considera adecuado diagramar los elementos gráficos e interactivos, en los que se aplicara los principios de jerarquía visual para organizar de manera clara y efectiva los elementos clave que faciliten la comprensión de los servicios que ofrece Natural Smile Clínica Dental. Por lo tanto, se cumple el tercer objetivo específico de este proyecto.

Resultados e interpretación de resultados

Pregunta 5. ¿Considera usted necesario calendarizar la publicación del material gráfico e interactivo que detalle la frecuencia y los tipos de contenido a publicar en Facebook e Instagram para asegurar una cobertura continua y sistemática que optimice el engagement y alcance al público objetivo?

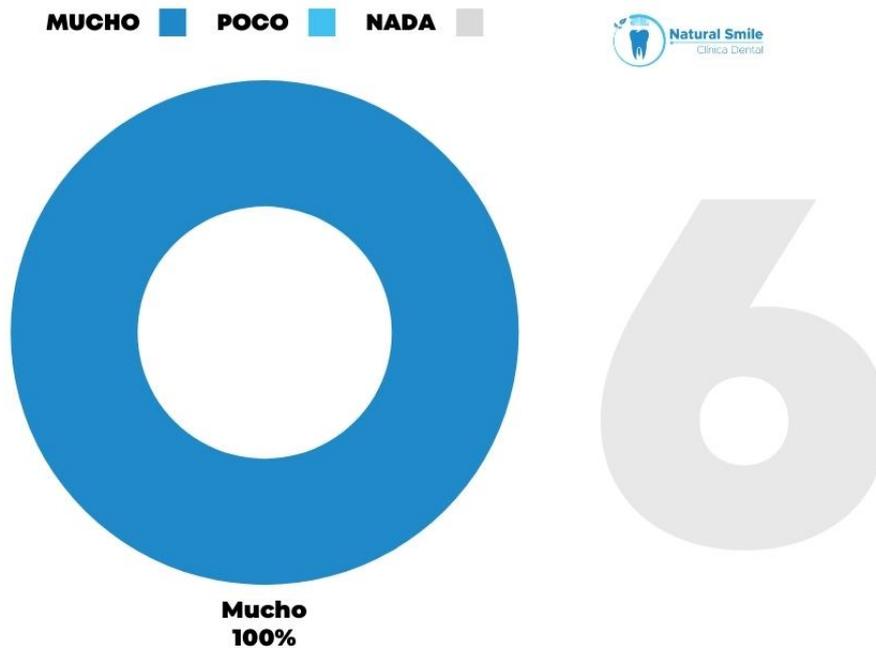


Interpretación. El 100% de los encuestados considera necesario calendarizar la publicación del material gráfico e interactivo que detalle la frecuencia y los tipos de contenido a publicar en Facebook e Instagram para asegurar una cobertura continua y sistemática que optimice el engagement y alcance al público objetivo. Por lo tanto, se cumple el cuarto objetivo específico de este proyecto.

Resultados e interpretación de resultados

Parte semiológica

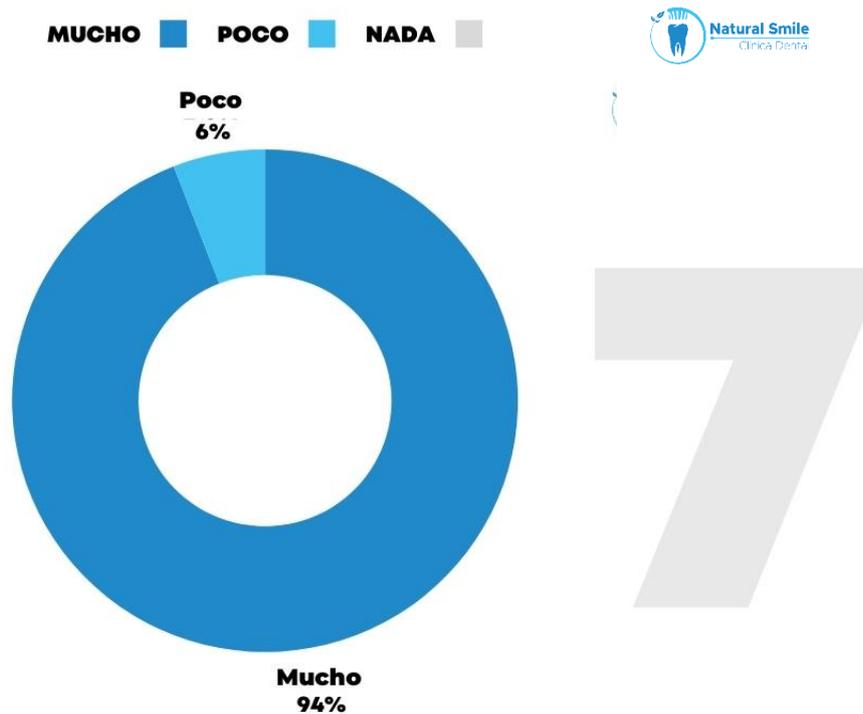
Pregunta 6. ¿Considera que los colores empleados en el material gráfico e interactivo reflejan la profesionalidad y limpieza que caracteriza a Natural Smile Clínica Dental?



Interpretación. El 100% de los encuestados considera que los colores empleados en el material gráfico e interactivo reflejan mucho la profesionalidad y limpieza que caracteriza a Natural Smile Clínica Dental, mientras que el 0% de estos ni poco ni nada.

Resultados e interpretación de resultados

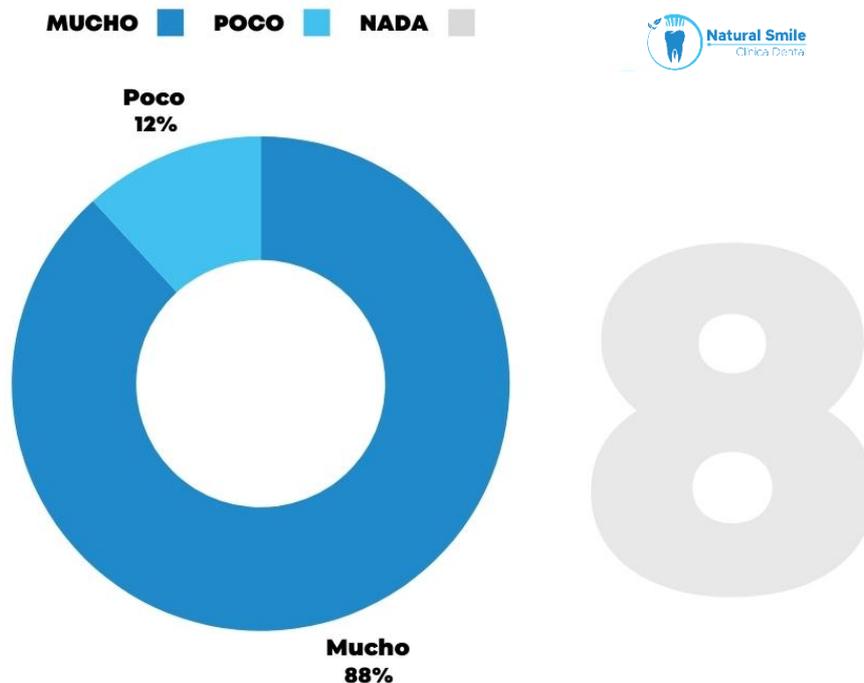
Pregunta 7. ¿Cree que la tipografía seleccionada en los diseños comunica efectivamente la modernidad y accesibilidad de la clínica?



Interpretación. El 94% de los encuestados cree mucho que la tipografía seleccionada en los diseños comunica efectivamente la modernidad y accesibilidad de la clínica, mientras que el 6% de estos lo considera poco y el 0% nada.

Resultados e interpretación de resultados

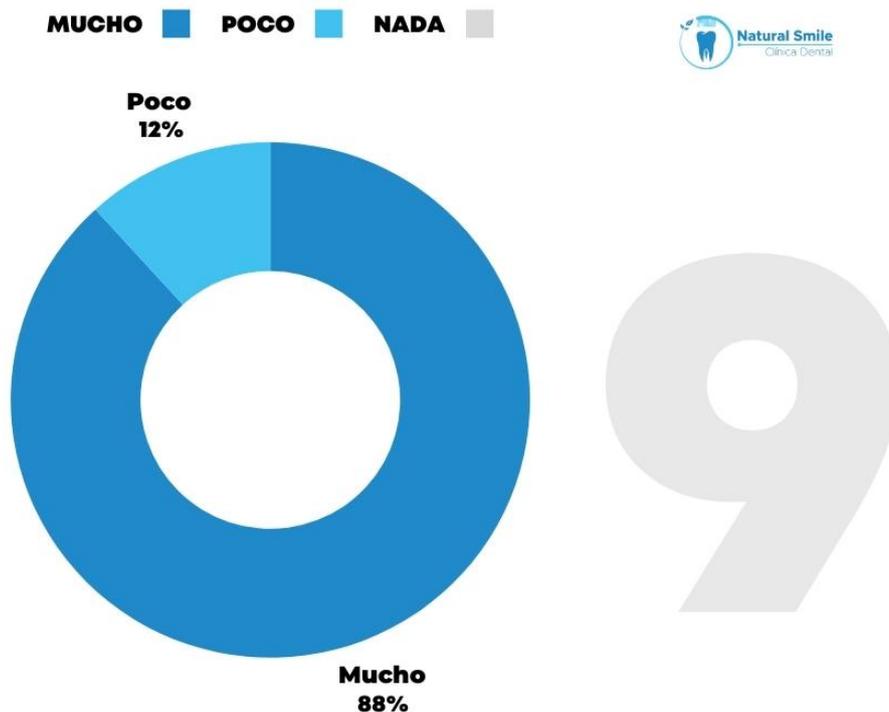
Pregunta 8. ¿Cree usted que los iconos utilizados en los reels y posts son claros y ayudan a entender mejor los servicios ofrecidos por la clínica?



Interpretación. El 88% de los encuestados cree mucho que los iconos utilizados en los reels y posts son claros y ayudan a entender mejor los servicios ofrecidos por la clínica, mientras que el 12% de estos lo considera poco y el 0% nada.

Resultados e interpretación de resultados

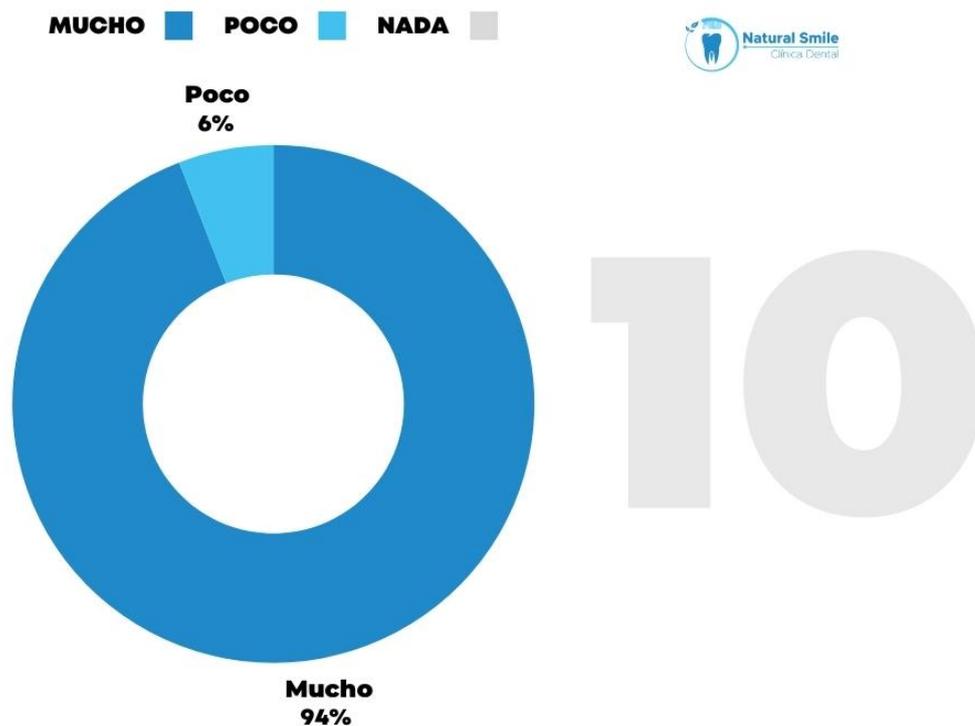
Pregunta 9. ¿Piensa que las imágenes y fotografías empleadas en material gráfico e interactivo son representativas de la calidad y cuidado que Natural Smile Clínica Dental ofrece a sus pacientes?



Interpretación. El 88% de los encuestados piensa mucho que las imágenes y fotografías empleadas en material gráfico e interactivo son representativas de la calidad y cuidado que Natural Smile Clínica Dental ofrece a sus pacientes, mientras que el 12% de estos lo considera poco y el 0% nada.

Resultados e interpretación de resultados

Pregunta 10. ¿Considera que la diagramación de los elementos en el material gráfico e interactivo facilita la comprensión clara del mensaje?

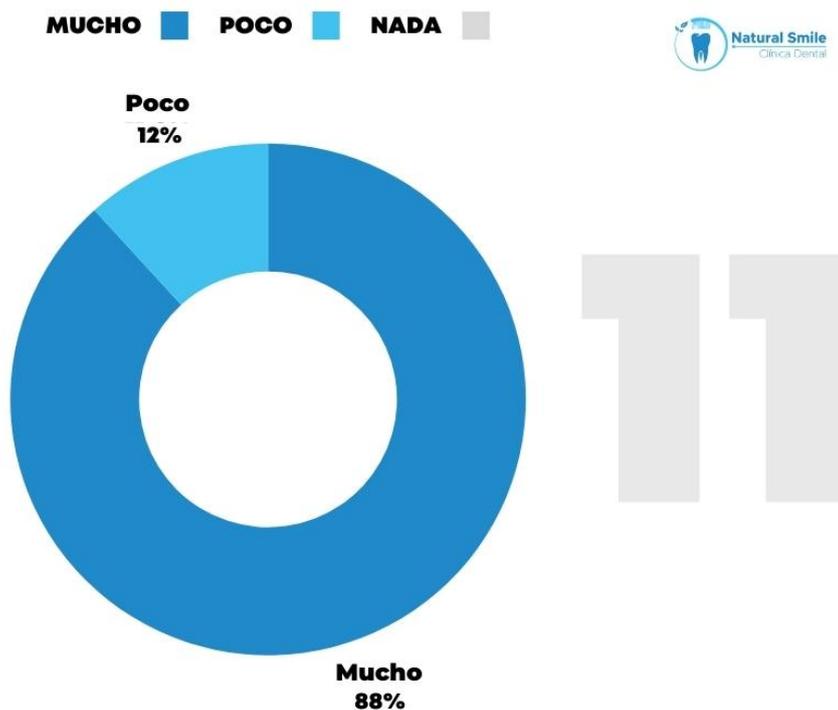


Interpretación. El 94% de los encuestados considera que la diagramación de los elementos en el material gráfico e interactivo facilita mucho la comprensión clara del mensaje, mientras que el 6% de estos lo considera poco y el 0% nada.

Resultados e interpretación de resultados

Parte operativa

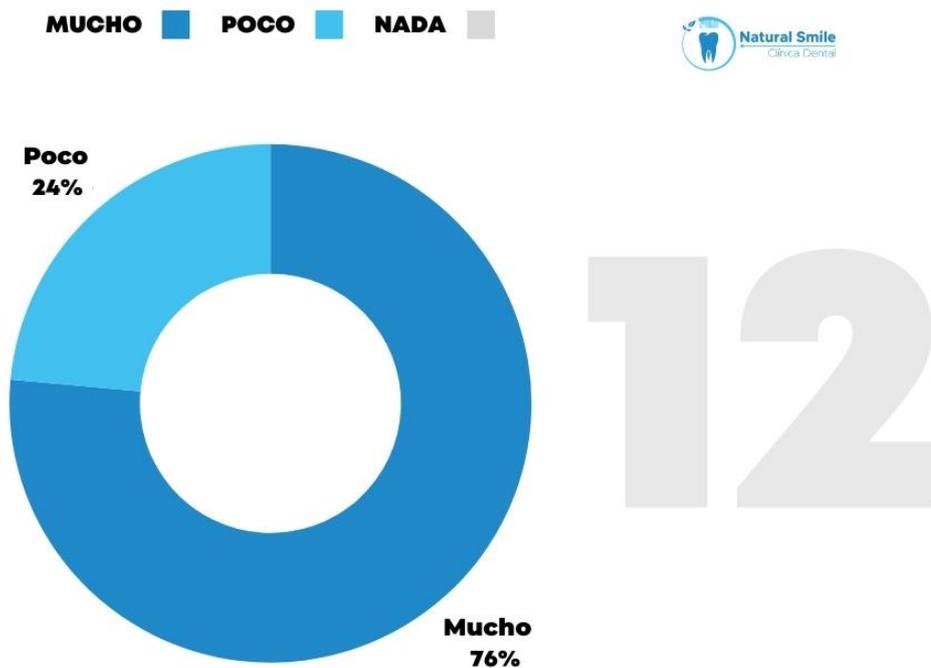
Pregunta 11. ¿Considera que el tamaño de la tipografía en los posts y reels de Facebook e Instagram es adecuado para ser leído cómodamente por personas entre 20 a 50 años?



Interpretación. El 88% de los encuestados considera mucho que el tamaño de la tipografía en los posts y reels de Facebook e Instagram es adecuado para ser leído cómodamente por personas entre 20 a 50 años, mientras que el 12% de estos lo considera poco y el 0% nada.

Resultados e interpretación de resultados

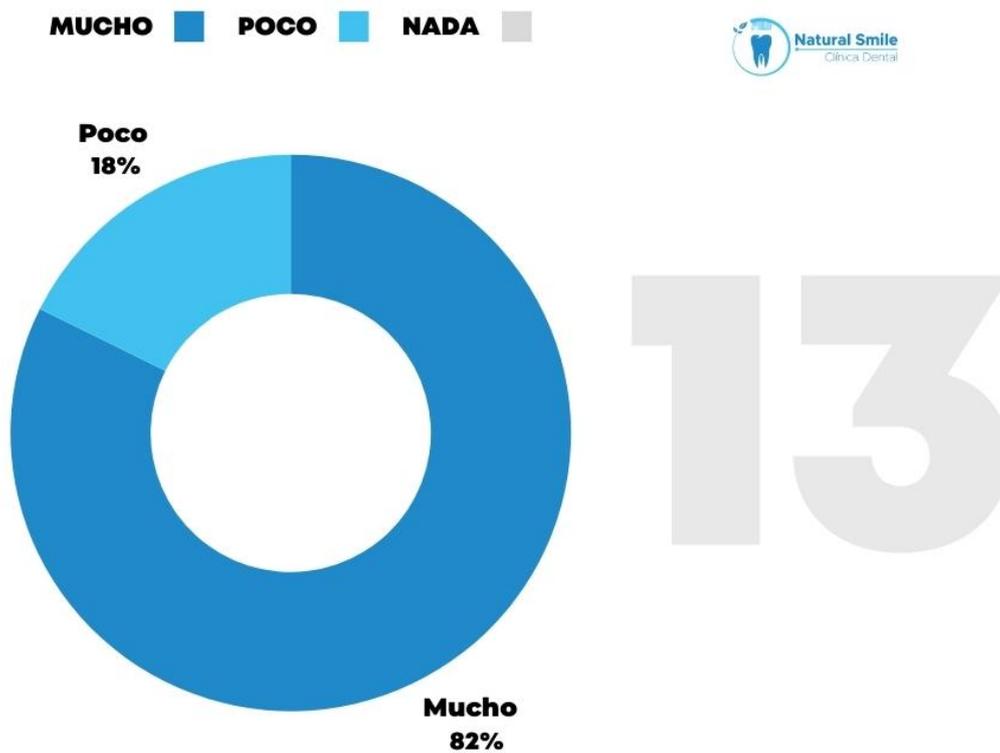
Pregunta 12. ¿Cree que las descripciones de los servicios y tratamientos ofrecidos en el material gráfico e interactivo proporcionan información suficiente para tomar una decisión informada?



Interpretación. El 76% de los encuestados cree que las descripciones de los servicios y tratamientos ofrecidos en el material gráfico e interactivo proporcionan mucha información, suficiente para tomar una decisión informada, mientras que el 24% de estos lo considera poco y el 0% nada.

Resultados e interpretación de resultados

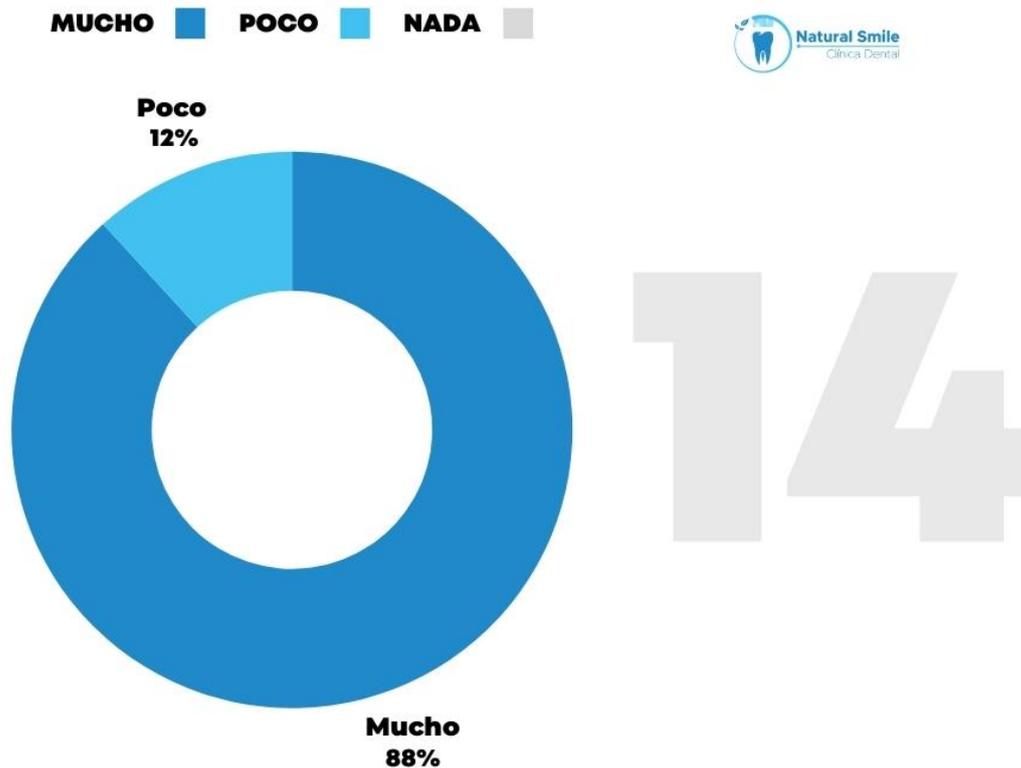
Pregunta 13. ¿Cree usted que los servicios y productos muestran la información esencial para el cliente?



Interpretación: El 82% de los encuestados cree mucho que los servicios y productos muestran la información esencial para el cliente, mientras que el 18% de estos lo considera poco y el 0% nada.

Resultados e interpretación de resultados

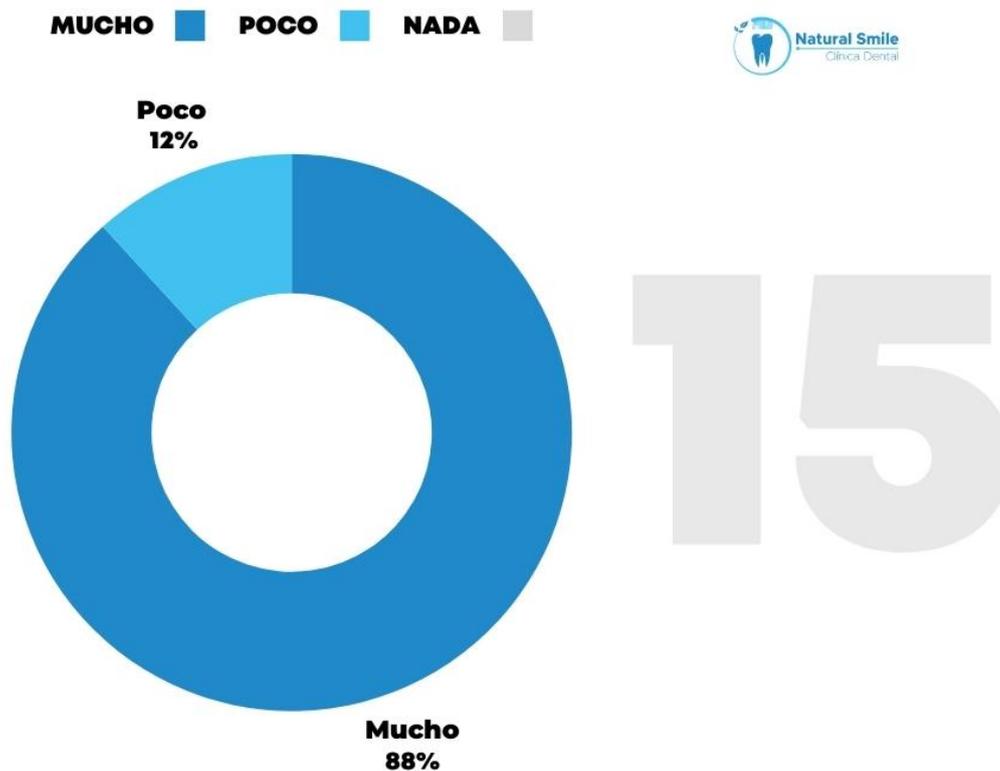
Pregunta 14. ¿Piensa que la adaptabilidad de estos diseños a diferentes plataformas y dispositivos es efectiva para asegurar una experiencia de usuario coherente y satisfactoria?



Interpretación: El 88% de los encuestados piensa mucho que la adaptabilidad de estos diseños a diferentes plataformas y dispositivos es efectiva para asegurar una experiencia de usuario coherente y satisfactoria, mientras que el 12% de estos lo considera poco y el 0% nada.

Resultados e interpretación de resultados

Pregunta 15. ¿Encuentra el recorrido visual a través de las publicaciones y reels intuitiva y fácil de entender?



Interpretación: El 88% de los encuestados encuentra el recorrido visual a través de las publicaciones y reels muy intuitivas y fáciles de entender, mientras que el 12% de estos lo considera poco y el 0% nada.

Nota. Ver Anexo VII: Muestra de validación técnica

Cambios con base a los resultados



Justificación

1. Se aumentó el tamaño del imagotipo para mejorar la identificación de marca.
2. Para agregar contenido de valor y el aprovechamiento del espacio, se añadió un breve listado de servicios a promocionar.
3. Se aumentó a 10 puntos el texto del identificador de social media e iconos para una mayor legibilidad y se eliminaron los métodos de pago.
4. Para destacar la llamada a la acción se aumentó a 10 puntos la frase por encima del número de contacto.
5. Se reorganizaron los vectores de muelas y se modificó su opacidad y posición para mantener armonía dentro de la composición.

Cambios con base a los resultados



Justificación

1. Se modificó la posición del imago tipo y se añadió la versión en negativo para asegurar un mejor reconocimiento de marca.
2. Se reorganizaron los vectores de las ruedas y se redujo su cantidad para mantener armonía en la composición.
3. Se aumentó a 10 puntos el texto del identificador de social media e iconos para una mayor legibilidad y se eliminaron los métodos de pago.
4. Para destacar mejor la llamada a la acción, se reposicionó su lugar en la composición y se aumentó a 10 puntos su tamaño.
5. Para agregar contenido de valor y el aprovechamiento del espacio, se añadió un breve listado de servicios a promocionar.

Cambios con base a los resultados



Justificación

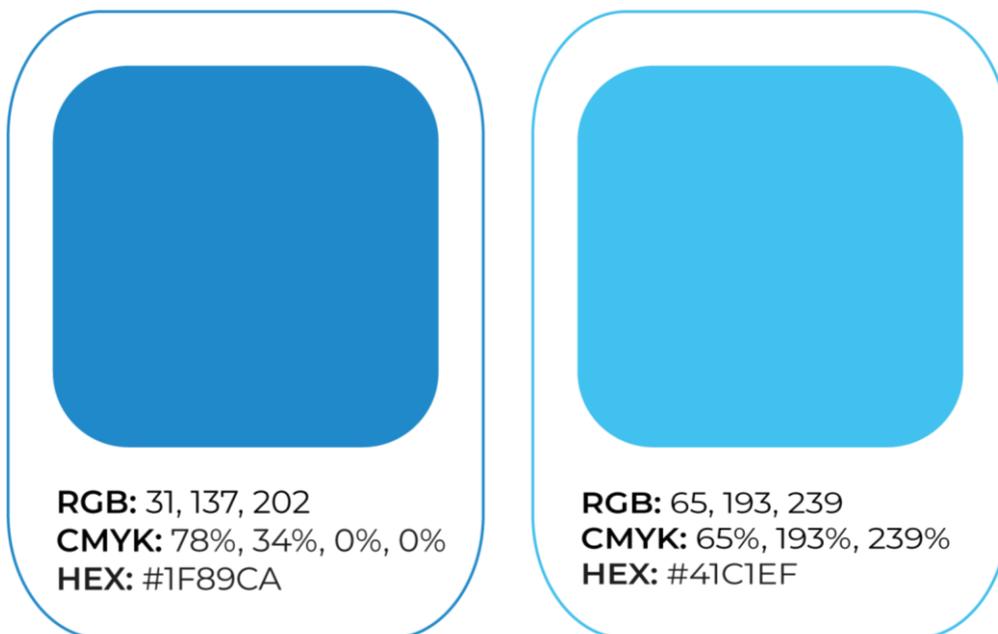
1. Se reorganizaron los vectores de las muelas y se redujo su cantidad para mantener armonía en la composición.
2. Se aumentó a 10 puntos el texto del identificador de social media e iconos para una mayor legibilidad y se eliminaron los métodos de pago.
3. Para destacar mejor la llamada a la acción, se reubicó su lugar en la composición y se aumentó a 10 puntos su tamaño.
4. Se reubicó la frase principal, así como los nombres que identifican a cada médico y, para agregar contenido de valor y el aprovechamiento del espacio se añadió un breve listado de servicios a promocionar.

Capítulo IX

Propuesta Final

Capítulo IX: Propuesta final

Paleta de color corporativa



Tipografía

Montserrat Black

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnñopqrstuvwxyz
!#\$%&/()=?;

0123456789

Montserrat Regular

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnñopqrstuvwxyz
!#\$%&/()=?;

0123456789

Propuesta final post 1



Descripción: Diseño final de post para Facebook e Instagram con dimensiones de 1080px por 1080px en tonos corporativos azul y blanco de Natural Smile Clínica Dental presenta al Dr. Antonio Privado, jerarquiza el valor de marca a través de su frase.

Copy: ✨ ¡Tu sonrisa en buenas manos! ✨ Pon tu confianza en expertos que cuidan cada detalle de tu salud dental. 🦷 ❤️ 📞 Agenda tu cita: 5535-5892

#NaturalSmileGT #SonrisaPerfecta #CuidadoDental #ConfianzaDental

Propuesta final post 2

1080 px

Natural Smile
Clínica Dental

DR. ANTONIO
PRIVADO

**“Cuidado
dental
de calidad”**

- Tratamientos estéticos
- Ortodoncias
- Cirugías y más.

HAZ TU CITA:

5535-5892

Natural Smile GT

1080 px

Descripción: Post final para Facebook e Instagram de dimensiones de 1080px por 1080px en colores azul y blanco, el Dr. Antonio Privado a la izquierda que remarca el cuidado dental; diseño estructurado con íconos alusivos y contacto directo a las redes sociales de la clínica.

Copy: ✨ ¡Cuidado dental en cada detalle! 🦷 ¹⁰⁰ Confía en manos expertas para una sonrisa perfecta. 😊 📞 Agenda tu cita: 5535-5892

#NaturalSmileGT #CuidadoDental #SonrisaSaludable #CalidadDental

Propuesta final post 3



Descripción: Diseño final de post para Facebook e Instagram de 1080px por 1080px con paleta azul y blanca de Natural Smile Clínica Dental; el Dr. Antonio Privado en posición lateral resalta sobre fondo degradado con líneas curvas y detalles gráficos, promueve servicios clave e información de contacto.

Copy: 🦷 Atención dental de confianza 😊💙 ¡Tu sonrisa merece lo mejor!
📞 Agenda ya: 5535-5892

#NaturalSmileGT #ConfianzaDental #SonrisaCuidada #SaludDental

Propuesta final post 4



Descripción: Diseño final de post para Facebook e Instagram de 1080px por 1080px.

Presenta al doctor en posición central transmite confianza y profesionalismo. Uso de figuras circulares y colores corporativos azul y blanco para resaltar la identidad visual.

Copy: ❤️ ¡Expertos en tu bienestar! ❤️ Cuida tu sonrisa con tratamientos personalizados y profesionales. 🦷 ✨ 📞 Agenda tu cita: 5535-5892

#NaturalSmileGT #BienestarDental #SonrisaSaludable #CuidadoProfesional

Propuesta final post 5

1080 px

Natural Smile
Clínica Dental

DR. ANTONIO PRIVADO

“Salud dental garantizada”

Asesoría e higiene dental ●
Diagnóstico digital ●
Rayos X y más. ●

HAZ TU CITA:

 **5535-5892**

  **Natural Smile GT**

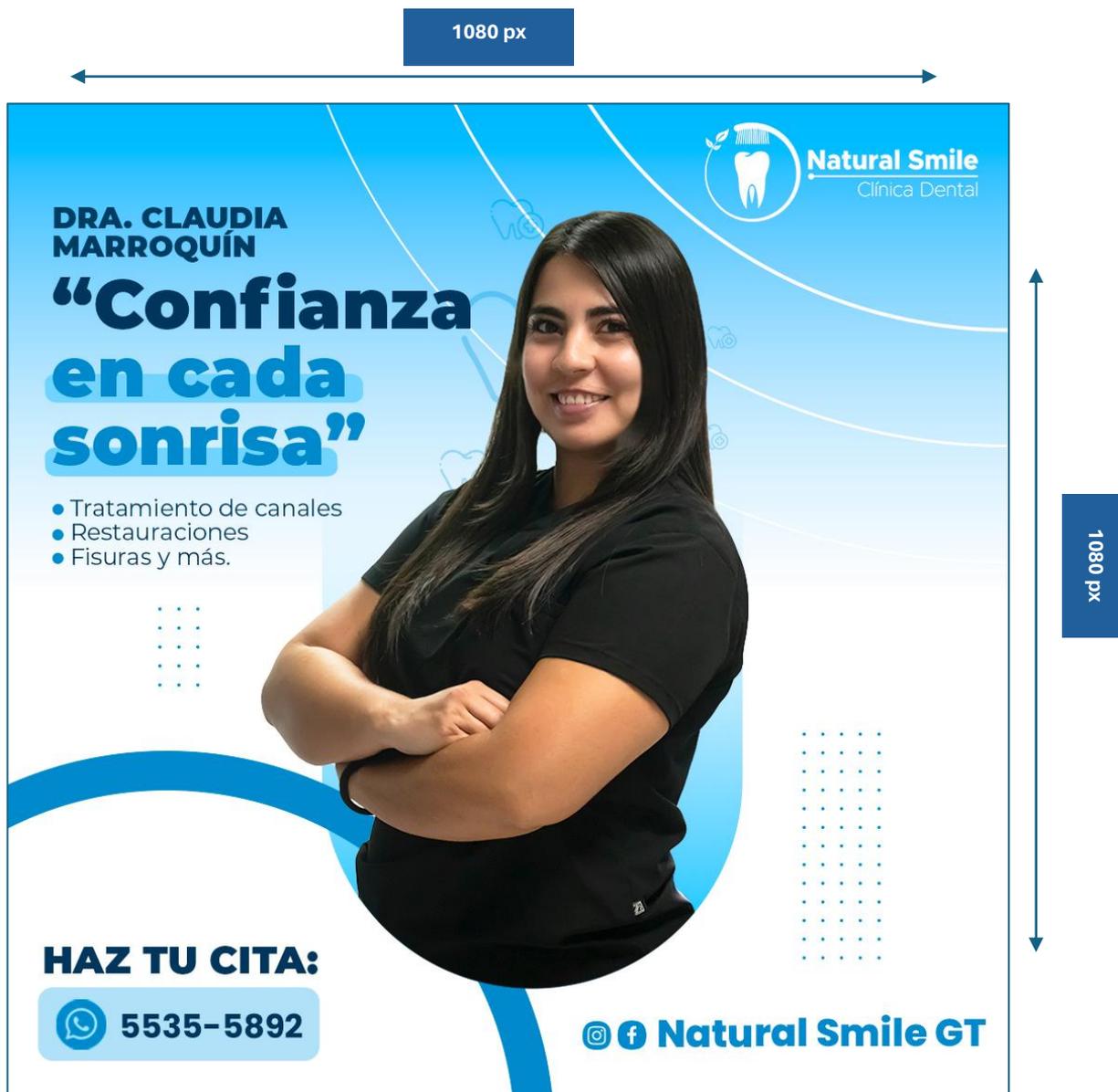
1080 px

Descripción: Diseño final de post para Facebook e Instagram de 1080px por 1080px. El doctor se presenta en perfil, proyecta profesionalismo y atención al detalle. Se utilizan figuras geométricas circulares y colores corporativos que transmiten limpieza y confianza.

Copy: 🦷 ¡Salud dental garantizada! Confía en tecnología y experiencia para una sonrisa impecable. ❤️ 📞 Agenda tu cita: 5535-5892

#NaturalSmileGT #SaludDental #DiagnósticoPreciso #SonrisaSegura

Propuesta final post 6



Descripción: Diseño final de post para Facebook e Instagram de 1080px por 1080px. La doctora aparece en posición frontal, proyecta cercanía y confianza. Se integran formas geométricas y colores corporativos que enfatizan profesionalismo.

Copy: ✨ Confianza en cada sonrisa ✨ Deja tu salud dental en manos de la Dra. Claudia Marroquín 🦷 ❤️ 📞 Agenda tu cita: 5535-5892

#NaturalSmileGT #ConfianzaDental #SonrisaSegura #CuidaTuSonrisa

Propuesta final post 7

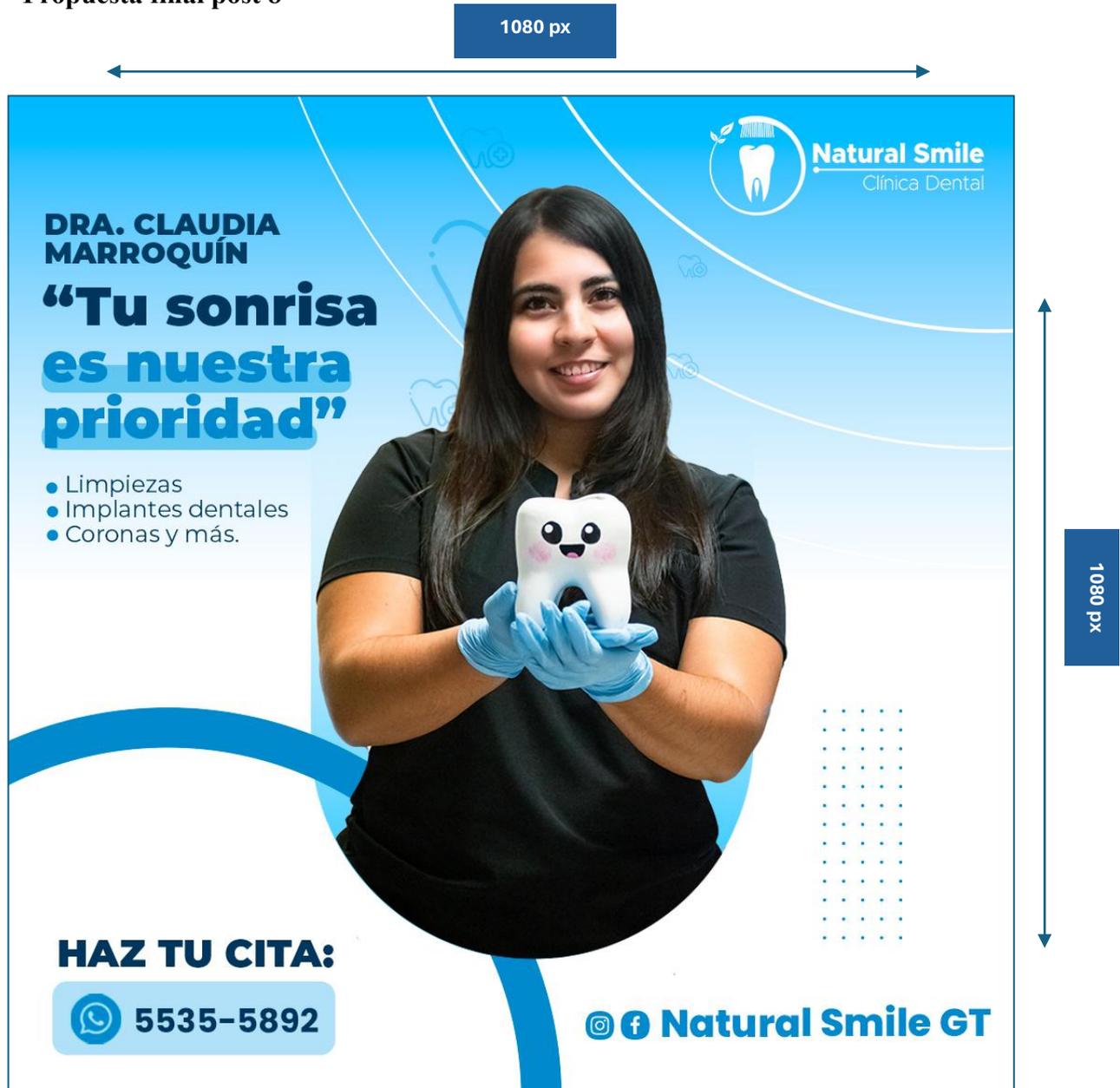


Descripción: Diseño final de post para Facebook e Instagram con dimensiones de 1080px por 1080px. La postura del profesional transmite seguridad y amabilidad. Las figuras geométricas y colores corporativos refuerzan la identidad visual. La tipografía destaca la frase motivadora, acompañada de una llamada a la acción clara y visible.

Copy: 😊 Tu sonrisa, nuestro compromiso ❤️ Descubre tratamientos especializados con la Dra. Claudia Marroquín 🦷 ✨ 📞 Agenda tu cita: 5535-5892

#NaturalSmileGT #SonrisaPerfecta #CompromisoDental #CuidadoEspecializado

Propuesta final post 8



Descripción: Diseño final de post para Facebook e Instagram con dimensiones de 1080px por 1080px. La doctora en posición frontal sostiene una figura dental, comunica cercanía y cuidado. Los elementos gráficos y colores corporativos refuerzan la identidad de la clínica, con una tipografía clara que resalta la llamada a la acción.

Copy: 😊 ¡Tu sonrisa es nuestra prioridad! ❤️ Ven y descubre todos los servicios que tenemos para el cuidado de tu salud dental 🦷 ✨ 📞 Agenda tu cita: 5535-5892

#NaturalSmileGT #SonrisaSaludable #PrioridadDental #CuidaTuSonrisa

Propuesta final post 9

1080 px

Natural Smile
Clínica Dental

DRA. CLAUDIA MARROQUÍN

“Cuidamos lo que más te importa”

- Endodoncias
- Diseño de sonrisa
- Rayos X y más.

HAZ TU CITA:

5535-5892

Natural Smile GT

1080 px

Descripción: Diseño final de post para Facebook e Instagram con dimensiones de 1080px por 1080px. La doctora alineada al lado izquierdo transmite seguridad. Figuras geométricas y colores corporativos refuerzan la identidad visual, mientras que la tipografía destaca el mensaje y la llamada a la acción para agendar citas.

Copy: ❤️ Cuidamos lo que más te importa ❤️ Confía en Natural Smile para el cuidado completo de tu sonrisa 🦷 ✨ 📞 Agenda tu cita: 5535-5892

#NaturalSmileGT #CuidadoDental #SaludYConfianza #SonrisaSegura

Propuesta final post 10

1080 px

Natural Smile
Clínica Dental

DRA. CLAUDIA MARROQUÍN

“Somos tu clínica de confianza”

- Asesoría e higiene dental ●
- Diagnóstico digital ●
- Aplicación de flúor y más. ●

HAZ TU CITA:

5535-5892

Natural Smile GT

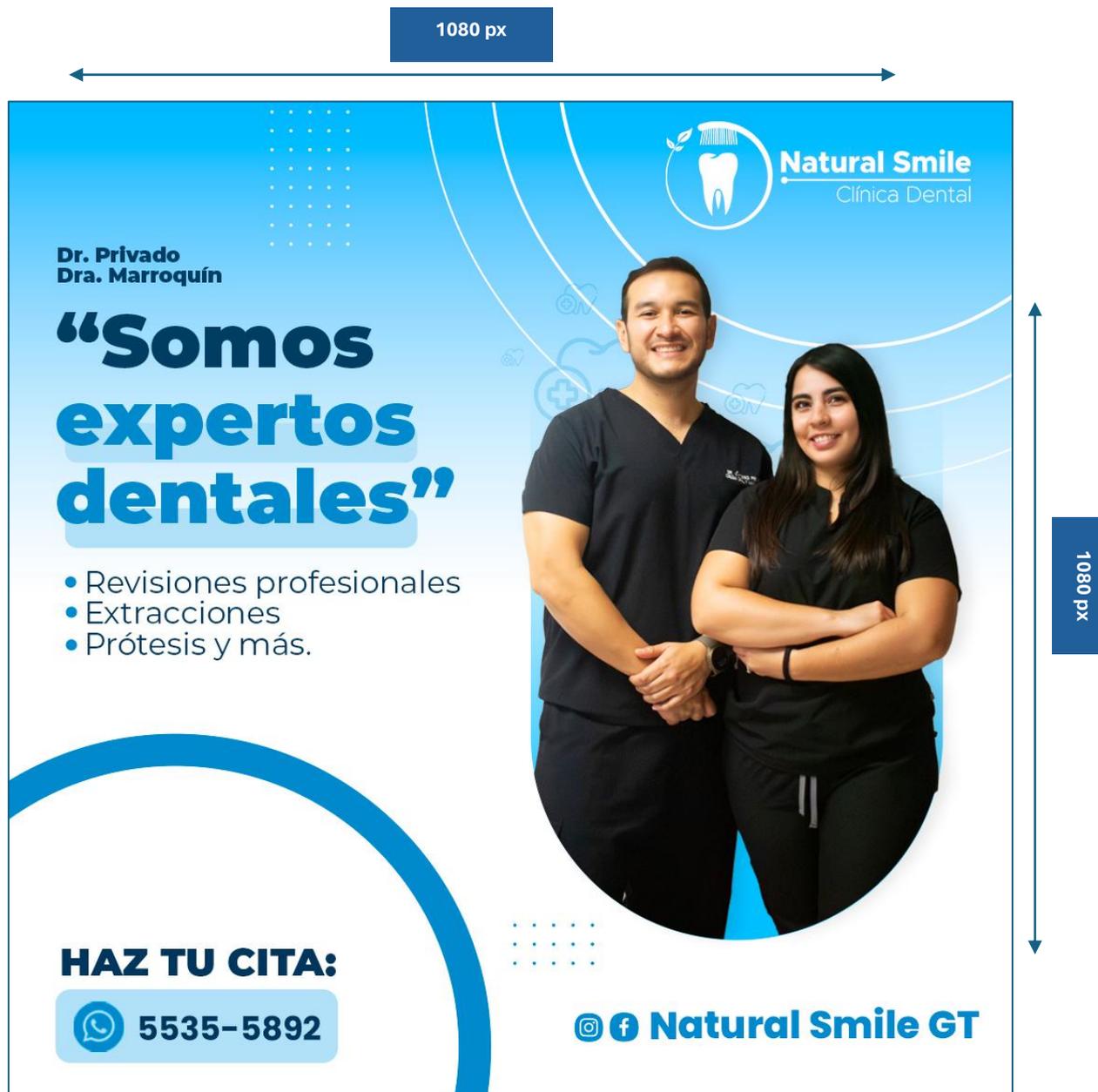
1080 px

Descripción: Diseño final de post para Facebook e Instagram con dimensiones de 1080px por 1080px. La doctora se muestra en una pose relajada y profesional, transmite confianza y cercanía. Las figuras circulares y el uso estratégico del color corporativo aportan dinamismo, mientras la tipografía clara destaca la propuesta de valor y servicios ofertados.

Copy: 😊 Somos tu clínica de confianza 😊 Servicios completos para el cuidado y bienestar de tu sonrisa 🦷 ✨ 📞 Agenda tu cita: 5535-5892

#NaturalSmileGT #ConfianzaDental #CuidadoIntegral #SonrisaSegura

Propuesta final post 11



Descripción: Diseño final de post para Facebook e Instagram con dimensiones de 1080px por 1080px. Ambos doctores transmiten colaboración y experiencia. Los elementos geométricos y el color corporativo crean armonía visual, mientras la tipografía refuerza el mensaje de especialización en servicios dentales.

Copy: 🦷 Somos expertos dentales 🦷 Confía en nuestro equipo para el cuidado completo de tu sonrisa 😊❤️📞 Agenda tu cita: 5535-5892#NaturalSmileGT #ExpertosDentales #SonrisaSegura #CuidadoProfesional

Propuesta final post 12

1080 px

**Dr. Privado
Dra. Marroquín**

**“Somos
excelencia
dental”**

- Limpiezas
- Ortodoncias
- Correcciones y más.

HAZ TU CITA:

 **5535-5892**

  **Natural Smile GT**

1080 px

Descripción: Diseño final de post para Facebook e Instagram con dimensiones de 1080px por 1080px. Las posturas reflejan profesionalismo y cercanía. Los colores corporativos transmiten frescura y confianza, mientras las figuras geométricas añaden dinamismo al diseño mientras que la tipografía resalta el mensaje de excelencia dental.

Copy: ★ Somos excelencia dental ★ Comprometidos con el cuidado y la perfección en cada sonrisa 😊🦷📞 Agenda tu cita: 5535-5892

#NaturalSmileGT #ExcelenciaDental #SonrisaPerfecta #CuidadoOral

Propuesta final carrusel 1



Descripción: Diseño final de carrusel para Instagram de 1080px por 1080px. La primera imagen presenta un gráfico alusivo al servicio, mientras la segunda detalla sus beneficios, se utilizan colores corporativos y tipografía clara para una lectura fácil.

Copy: 🦷 Rellenos dentales de calidad para devolverle a tu sonrisa su salud y funcionalidad. Con nuestros tratamientos, previenes caries y mantienes una sonrisa radiante. 💙

📱 ¡Escríbenos y agenda tu cita hoy!

#NaturalSmileGT #RellenosDentales #SonrisaSaludable #CuidadoDental

Propuesta final carrusel 2



Descripción: Diseño final de carrusel para Instagram con dimensiones de 1080px por 1080px. La primera imagen destaca un gráfico representativo del servicio y la segunda explica sus ventajas, se mantiene una estructura visual clara y atractiva.

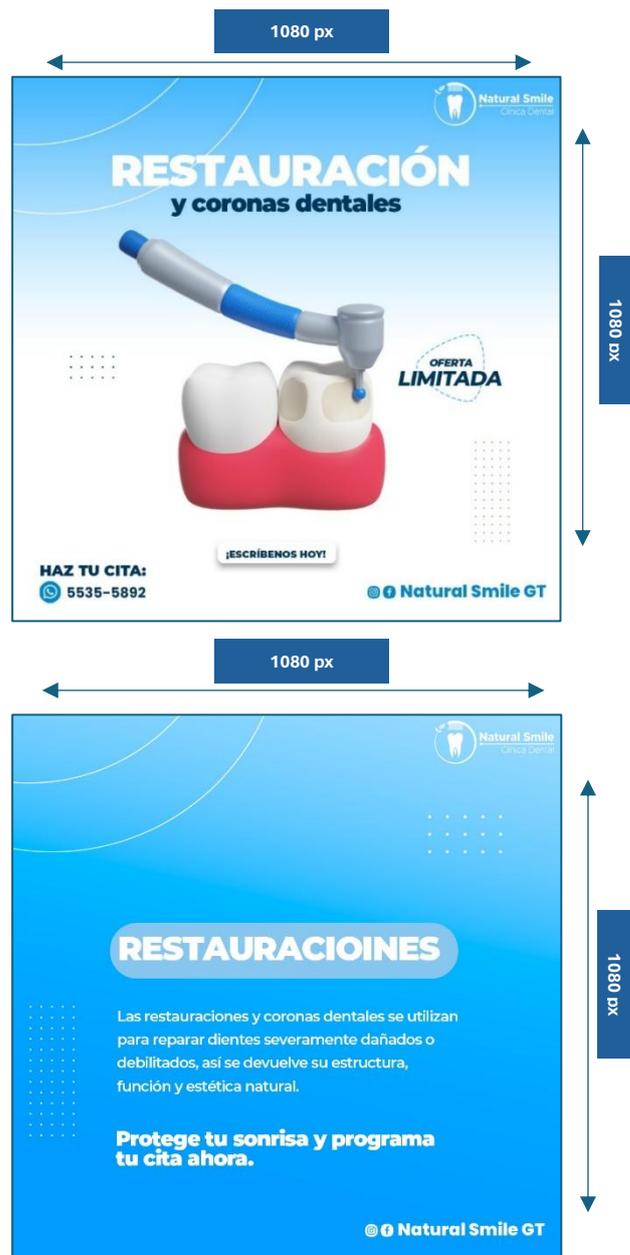
Copy: ✨ Blanqueamiento dental profesional para una sonrisa más brillante y atractiva. ✨

Despídete de manchas y decoloraciones y recupera el brillo de tus dientes. 🦷💎

📱 ¡Escríbenos hoy para aprovechar esta promoción exclusiva!

#NaturalSmileGT #BlanqueamientoDental #SonrisaRadiante #CuidadoEstético

Propuesta final carrusel 3



Descripción: Diseño final de carrusel para Instagram con dimensiones de 1080px por 1080px. La primera imagen presenta el servicio de restauración y coronas dentales, mientras que la segunda detalla sus beneficios de manera clara.

Copy: 🦷 ¡Restaura y protege tu sonrisa con nuestras coronas dentales de calidad! 🦷

Recupera la estructura y estética de tus dientes con una oferta limitada.

📱 ¡Escríbenos hoy para programar tu cita!

#NaturalSmileGT #RestauraciónDental #CoronasDentales #SonrisaSaludable

Propuesta final carrusel 4



Descripción: Diseño final de carrusel para Instagram con dimensiones de 1080px por 1080px. La primera imagen resalta el servicio de ortodoncias, mientras que la segunda explica sus beneficios de manera informativa.

Copy: 😊 Corrige y alinea tu sonrisa con nuestros tratamientos de ortodoncia profesional. 😊 Obtén una sonrisa funcional y estética con este beneficio especial. 📱 ¡Escríbenos para más información y agenda tu consulta hoy!

#NaturalSmileGT #Ortodoncia #SonrisaAlineada #CuidadoDental

Propuesta final carrusel 5



Descripción: Diseño final de carrusel para Instagram con dimensiones de 1080px por 1080px. La primera imagen introduce el servicio de prótesis dentales con un gráfico distintivo y la segunda detalla sus beneficios para el paciente.

Copy: 🦷 ¡Recupera tu sonrisa con nuestras prótesis dentales! 🦷

Tanto fijas como removibles, son la solución perfecta para reemplazar dientes perdidos y mejorar tu calidad de vida. 📅 ¡Escríbenos hoy y agenda tu consulta!

#NaturalSmileGT #PrótesisDental #SonrisaRestaurada #ConfianzaDental

Propuesta final carrusel 6



Descripción: Diseño final de carrusel para Instagram con dimensiones de 1080px por 1080px. La primera imagen resalta las evaluaciones y limpiezas dentales, y la segunda describe sus beneficios para la salud bucal.

Copy: ✨ ¡Mantén tu salud bucal en óptimas condiciones! ✨ Nuestras evaluaciones y limpiezas dentales son clave para prevenir problemas y mantener tu sonrisa radiante. 🦷 💙

📅 Agenda tu cita hoy y disfruta de nuestro servicio premium.

#NaturalSmileGT #SaludBucal #LimpiezaDental #CuidadoDental

Propuesta final reel 1



Descripción: Diseño final para reels de Facebook e Instagram con dimensiones de 1080px por 1920px. Las imágenes integran fotografías del personal y textos claros que resaltan la confianza y los servicios ofrecidos, se combina la paleta corporativa y elementos gráficos sutiles para reforzar la identidad visual de la clínica.

Copy:

🌟 ¡Confianza en cada sonrisa!

🦷 Servicios: Periodoncia, Blanqueamiento, Bichectomías y más.

📍 Visítanos en Tikal Futura, Torre Sol, Oficina 9C.

#NaturalSmileGT #ConfianzaDental

Link: <https://goo.su/s5rdNVe>

Propuesta final reel 2



Descripción: Diseño final para reels de Facebook e Instagram con dimensiones de 1080px por 1920px. La primera imagen destaca la frase principal junto con información de contacto, mientras que la segunda enumera los servicios principales con iconografía dental. La última imagen refuerza la identidad de la clínica a través de su logotipo, se demuestra la secuencia del video.

Copy:

💎 ¡Expertos en sonrisas!

🦷 Servicios: Limpiezas, Ortodoncia, Blanqueamiento y más.

📍 Tikal Futura, Torre Sol, Oficina 9C. Agenda al: 5535-5892

#NaturalSmileGT #CuidadoDental #SonrisaPerfecta

Link: <https://goo.su/s5rdNVe>

Capítulo X

Producción, Reproducción y Distribución

Capítulo X: Producción, reproducción y distribución

Plan de costos de elaboración

El siguiente cuadro detalla el plan de costos relacionado con la producción y reproducción. Este presenta los costos asociados a las horas invertidas en el análisis del proyecto, la conceptualización, el bocetaje y el desarrollo de propuestas tanto preliminares, así como finales. Para fines académicos, se estima una base de Q25.00 por hora trabajada.

COSTOS DE ELABORACIÓN	
CANTIDAD DE SEMANAS DE DESARROLLO	4 SEMANAS
CANTIDAD DE DÍAS INVERTIDOS	12 DÍAS (3 DÍAS POR SEMANA)
CANTIDAD DE HORAS DE ELABORACIÓN	60 HORAS (5 HORAS POR DÍA)
TOTAL	Q1,500.00

Plan de costos de producción

A continuación, se muestra la cantidad de tiempo dedicado y los costos asociados a la creación de los posts, reels, la toma de fotografías, la digitalización y elaboración de artes finales. Para fines académicos, se estima una base de Q25.00 por hora trabajada.

COSTOS DE PRODUCCIÓN	
CANTIDAD DE SEMANAS DE DESARROLLO	4 SEMANAS
CANTIDAD DE DÍAS INVERTIDOS	16 DÍAS (4 DÍAS POR SEMANA)
CANTIDAD DE HORAS DE ELABORACIÓN	64 HORAS (4 HORAS POR DÍA)
TOTAL	Q1,600.00

Plan de costos de reproducción

Dado que el proyecto se centra en el diseño de material gráfico e interactivo para redes sociales, este no implica procesos de impresión litográfica en general. Por lo tanto, no existen gastos asociados con la producción física de materiales.

COSTOS DE REPRODUCCIÓN	
TOTAL	Q0.00

Plan de costos de distribución

Para este proyecto se sugiere una inversión a través de las redes sociales Facebook e Instagram, para impulsar el contenido en estos medios de comunicación virtuales.

COSTOS DE DISTRIBUCIÓN				
RED SOCIAL	DÍAS	COSTO POR DÍA	# DE POST Y REELS	SUBTOTALES
FACEBOOK	18	Q50.00	18	Q900.00
INSTAGRAM	18	Q50.00	18	Q900.00
TOTAL				Q1,800.00

Nota. Ver Anexo IX: Proceso y cotización de Publicidad en las plataformas Facebook e Instagram

Margen de utilidad

Este cuadro presenta el cálculo del margen de utilidad del 20% aplicado a los costos estimados del proyecto. Se toman en cuenta los costos de elaboración, producción, reproducción y distribución, para luego sumar la utilidad obtenida. El margen de utilidad ayuda a reflejar el ingreso extra generado por encima de los costos básicos.

TIPO DE COSTO	TOTAL
COSTOS DE ELABORACIÓN	Q1,500.00
COSTOS DE PRDUCCIÓN	Q1,600.00
COSTOS DE REPRODUCCIÓN	Q0.00
COSTOS DE DISTRIBUCIÓN	Q1,800.00
SUBOTAL	Q4,900.00
MARGEN DE UTILIDAD SOSBRE EL 20%	Q980.00
TOTAL	Q5,880.00

IVA

En este cuadro se realiza el cálculo del IVA correspondiente, aplicado al total de los costos más el margen de utilidad. Se aplica el 12% de IVA sobre el subtotal del proyecto, se refleja el monto que se debe agregar en concepto de impuestos. Este cálculo es fundamental para obtener el total final con impuestos incluidos.

TIPO DE COSTO	TOTAL
COSTOS TOTALES	Q5,880.00
IVA SOBRE EL 12%	Q705.60
TOTAL	Q6,585.60

Cuadro con resumen general de costos

Este cuadro ofrece un resumen global de los costos involucrados en el proyecto, incluye el desglose de elaboración, producción y distribución. También se incluye el margen de utilidad del 20%, el IVA correspondiente, y finalmente, el total general el cual permite una representación clara y completa de todos los gastos relacionados, desde el costo base hasta el total con impuestos.

DETALLE	TOTAL
COSTOS DE ELABORACIÓN	Q1,500.00
COSTOS DE PRODUCCIÓN	Q1,600.00
COSTOS DE REPRODUCCIÓN	Q0.00
COSTOS DE DISTRIBUCIÓN	Q1,800.00
SUBTOTAL 1	Q4,900.00
MARGEN DE UTILIDAD (20%)	Q980.00
SUBTOTAL 2	Q5,880.00
IVA (12%)	Q705.60
GRAN TOTAL	Q6,585.60

Capítulo XI

Conclusiones y Recomendaciones

Capítulo XI: Conclusiones y recomendaciones

Conclusiones

En conclusión, se afirma que fue necesario diseñar material gráfico e interactivo para promover, a través de las redes sociales Facebook e Instagram, los servicios de tratamiento dental y cirugías que ofrece la Dra. Claudia Marroquín en Natural Smile Clínica Dental. Este proyecto permitió ampliar la presencia de la clínica, atraer nuevos pacientes y reforzar la confianza de los clientes actuales mediante una estrategia de comunicación coherente y atractiva.

Además, se considera que la información proporcionada por Natural Smile Clínica Dental a través del brief fue fundamental para desarrollar piezas gráficas que reflejaran con precisión los servicios ofrecidos. Esta información permitió al proyecto cumplir con las expectativas de la clínica y dirigir el contenido de manera clara al público objetivo.

Por otro lado, se concluye que la investigación de tendencias, teorías y recursos de diseño fue clave para respaldar la propuesta gráfica. Estos conocimientos contribuyeron a la creación de un material visualmente atractivo y eficaz que se alinea con las mejores prácticas del diseño en redes sociales.

Finalmente, se puede observar que la correcta diagramación de los elementos gráficos e interactivos, basados en principios de jerarquía visual, fue crucial para organizar los contenidos de manera efectiva, facilitó la comprensión de los servicios ofrecidos. Así mismo, la calendarización del material aseguró una publicación continua y estratégica, optimiza el engagement y el alcance del público objetivo en las plataformas de Facebook e Instagram.

Recomendaciones

En primer lugar, se recomienda revisar y actualizar de manera periódica el material gráfico e interactivo utilizado en las redes sociales de Natural Smile Clínica Dental. Mantener el contenido renovado y en sintonía con las últimas tendencias de diseño permitirá que la clínica siga siendo relevante y atractiva para su público objetivo.

Asimismo, es importante realizar análisis periódicos del engagement y alcance de las publicaciones. Evaluar los datos de interacción proporcionará información valiosa para ajustar las estrategias de comunicación, permitirá que las campañas sean más efectivas en captar la atención de los usuarios.

Por otro lado, se sugiere ajustar la calendarización de las publicaciones en función de los momentos de mayor interacción del público. Mantener una programación flexible y adaptada a los hábitos de consumo de los seguidores mejorará el impacto de las publicaciones y maximizará el alcance de estas.

También, se recomienda mantener un contacto constante con los pacientes a través de las redes sociales. Responder a consultas, interactuar con los comentarios y brindar atención personalizada generará un vínculo más cercano con los usuarios, lo que aumentará la confianza y la lealtad hacia la clínica.

Es igualmente importante optimizar el uso de diferentes formatos multimedia, esto permitirá llegar a una mayor audiencia y mejorar la retención de los seguidores, mantendrá su interés y motivación para interactuar con la clínica.

Finalmente, se aconseja la implementación de campañas publicitarias en Facebook e Instagram. Invertir en publicidad dirigida a audiencias específicas permitirá captar nuevos pacientes y aumentar la visibilidad de la clínica, así logrará un mayor retorno de inversión y un crecimiento sostenido.

Capítulo XII

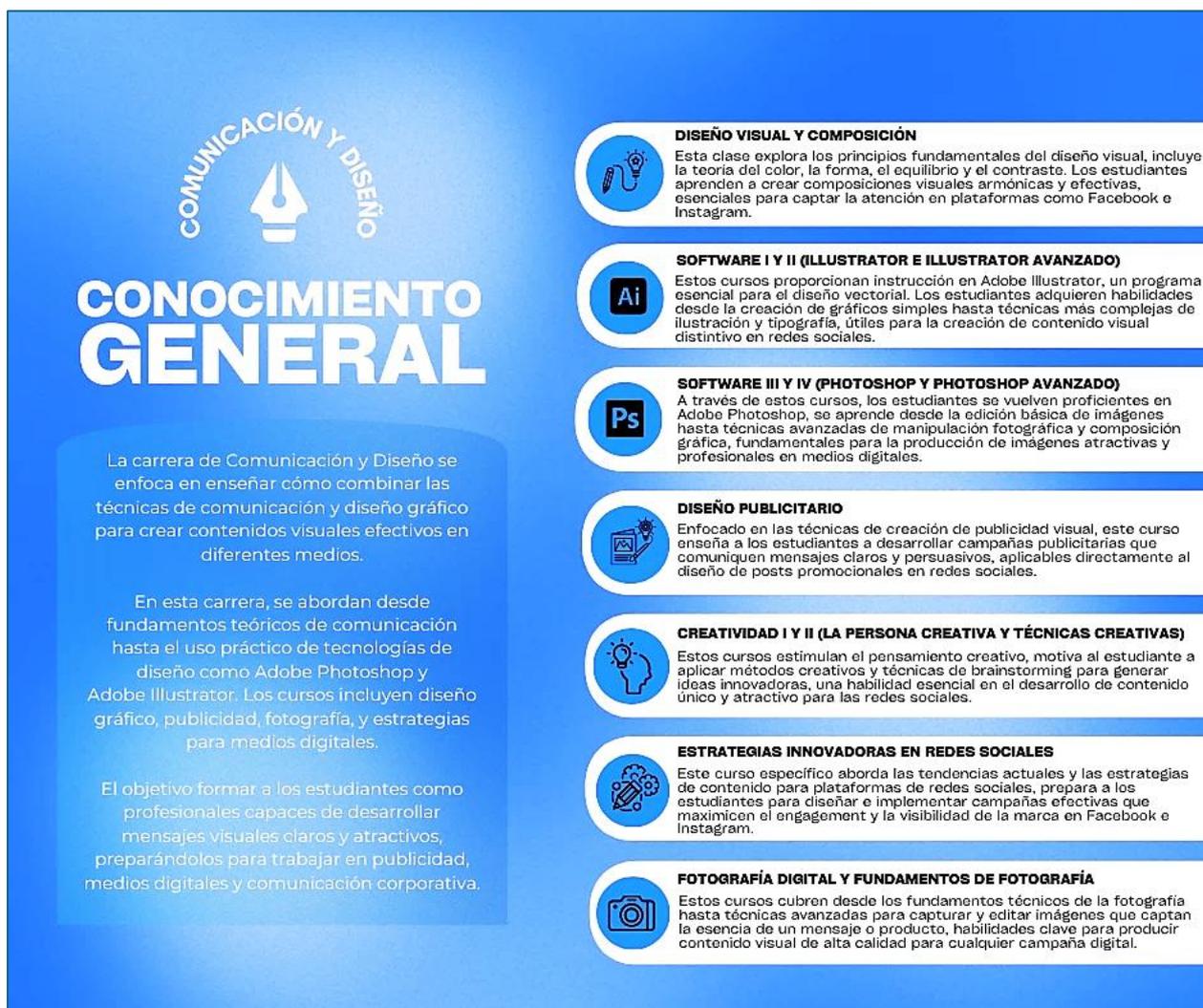
Conocimiento General

Capítulo XII: Conocimiento general

Demostración de los conocimientos adquiridos en los cursos de universidad

Figura

Infografía de conocimiento general adquirido



Capítulo XIII

Referencias

Capítulo XIII: Referencias

Referencias de documentos electrónicos

A.

Adobe. (26 de Mayo de 2024). *Adobe.com*. Obtenido de Adobe.com:

<https://www.adobe.com/mx/products/illustrator.html>

Adobe. (26 de Mayo de 2024). *Adobe.com*. Obtenido de Adobe.com:

<https://www.adobe.com/gt/products/photoshop.html>

Adobe. (26 de Mayo de 2024). *Adobe.com*. Obtenido de Adobe.com:

<https://www.adobe.com/gt/products/premiere-rush.html>

Adobe. (2 de Junio de 2024). *Adobe.com*. Obtenido de Adobe.com:

<https://www.adobe.com/es/creativecloud/illustration/discover/typography.html>

Asana. (2 de Junio de 2024). *Asana.com*. Obtenido de Asana.com:

<https://asana.com/es/resources/corporate-communication>

B.

blog.genial.ly. (26 de Mayo de 2024). *blog.genial.ly*. Obtenido de blog.genial.ly:

<https://blog.genial.ly/que-es-interactividad/>

Blog.hubspot. (26 de Mayo de 2024). *Blog.hubspot.es*. Obtenido de Blog.hubspot.es:

<https://blog.hubspot.es/marketing/definicion-publicidad>

Bolteam. (2 de Junio de 2024). *Bolteam.com*. Obtenido de Bolteam.com:

<https://www.bolteam.com/tendencias-de-diseno-grafico-para-el-2024/#:~:text=En%20resumen%2C%20el%20dise%C3%B1o%20gr%C3%A1fico,un%20toque%20moderno%20y%20futurista.>

C.

Cigna. (26 de Mayo de 2024). *Cigna.com*. Obtenido de Cigna.com:

<https://www.cigna.com/es-us/knowledge-center/guide-to-dental-implants>

Clinicaeverest. (26 de Mayo de 2024). *Clinicaeverest.cl*. Obtenido de Clinicaeverest.cl:

<https://clinicaeverest.cl/tratamientos-dentales/#:~:text=Los%20tratamientos%20dentales%20sirven%20para,perfectamente%20alineada%20que%20todos%20desean.>

Clinicafdental. (26 de Mayo de 2024). *Clinicafdental.com*. Obtenido de Clinicafdental.com:

<https://clinicafdental.com/cirugia-dental-que-es-tipos/>

Concepto.de. (26 de Mayo de 2024). *Concepto.de*. Obtenido de Concepto.de:

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

Concepto.de. (2 de Junio de 2024). *Concepto.de*. Obtenido de Concepto.de:

<https://concepto.de/semiologia/>

Concepto.de. (2 de Junio de 2024). *Concepto.de*. Obtenido de Concepto.de:

<https://concepto.de/fotografia/>

Concepto.de. (2 de Junio de 2024). *Concepto.de*. Obtenido de Concepto.de:

<https://concepto.de/fotografia/>

Concepto.de. (2 de Junio de 2024). *Concepto.de*. Obtenido de Concepto.de:

<https://concepto.de/teoria-del-color/>

E.

Elisava. (2 de Junio de 2024). *Elisava.net*. Obtenido de Elisava.net:

<https://www.elisava.net/que-es-branding/>

G.

Gacetadental. (26 de Mayo de 2024). *Gacetadental.com*. Obtenido de Gacetadental.com:

<https://gacetadental.com/2022/06/que-es-una-limpieza-dental-y-en-que-consiste-30982/>

H.

Humanipedia. (2 de Junio de 2024). *es.humanipedia.org*. Obtenido de es.humanipedia.org:

https://es.humanipedia.org/index.php/Psicolog%C3%ADa_de_la_Imagen

M.

Mailchimp. (26 de Mayo de 2024). *Mailchimp.com*. Obtenido de Mailchimp.com:

<https://mailchimp.com/es/marketing-glossary/content-marketing/>

P.

Piktochart. (26 de Mayo de 2024). *Piktochart*. Obtenido de Piktochart:

<https://piktochart.com/es/blog/que-es-el-diseno-grafico/>

Psicologiaymente. (2 de Junio de 2024). *Psicologiaymente.com*. Obtenido de

Psicologiaymente.com: <https://psicologiaymente.com/psicologia/teoria-gestalt>

Psicologiaymente. (2 de Mayo de 2024). *Psicologiaymente.com*. Obtenido de

Psicologiaymente.com: <https://psicologiaymente.com/miscelanea/psicologia-color-significado>

R.

Rdstation. (26 de Mayo de 2024). *Rdstation.com*. Obtenido de Rdstation.com:

<https://www.rdstation.com/es/redes-sociales/>

Rockcontent. (26 de Mayo de 2024). *Rockcontent.com*. Obtenido de Rockcontent.com:

<https://rockcontent.com/es/blog/identidad-corporativa/>

S.

Significados. (2 de Junio de 2024). *Significados.com*. Obtenido de Significados.com:

<https://www.significados.com/psicologia/>

Sise. (2 de Junio de 2024). *Sise.edu.pe*. Obtenido de Sise.edu.pe:

<https://www.sise.edu.pe/blog/tendencias-diseno-grafico-2024>

Sise. (2 de Junio de 2024). *Sise.edu.pe*. Obtenido de Sise.edu.pe:

<https://www.sise.edu.pe/blog/tendencias-diseno-grafico-2024>

T.

Tiendanube. (26 de Mayo de 2024). *Tiendanube.com*. Obtenido de Tiendanube.com:

<https://www.tiendanube.com/mx/blog/identidad-visual-importancia-beneficios/>

U.

Unilabs. (26 de Mayo de 2024). *Unilabs.es*. Obtenido de Unilabs.es:

<https://www.unilabs.es/glosario/clinica>

Universitatcarlemany. (2 de Junio de 2024). *Universitatcarlemany.com*. Obtenido de

Universitatcarlemany.com: [https://www.universitatcarlemany.com/actualidad/blog/semiotica-](https://www.universitatcarlemany.com/actualidad/blog/semiotica-visual-diseno-grafico/#:~:text=Esta%20disciplina%20ayuda%20a%20estudiar,composici%C3%B3n%20de%20signos%20y%20elementos.)

[visual-diseno-](https://www.universitatcarlemany.com/actualidad/blog/semiotica-visual-diseno-grafico/#:~:text=Esta%20disciplina%20ayuda%20a%20estudiar,composici%C3%B3n%20de%20signos%20y%20elementos.)

[grafico/#:~:text=Esta%20disciplina%20ayuda%20a%20estudiar,composici%C3%B3n](https://www.universitatcarlemany.com/actualidad/blog/semiotica-visual-diseno-grafico/#:~:text=Esta%20disciplina%20ayuda%20a%20estudiar,composici%C3%B3n%20de%20signos%20y%20elementos.)

[%20de%20signos%20y%20elementos.](https://www.universitatcarlemany.com/actualidad/blog/semiotica-visual-diseno-grafico/#:~:text=Esta%20disciplina%20ayuda%20a%20estudiar,composici%C3%B3n%20de%20signos%20y%20elementos.)

V.

Vitis. (26 de Mayo de 2024). *Vitis.es*. Obtenido de Vitis.es: <https://vitis.es/soluciones-vitis-salud-bucal/ortodoncia/ortodoncia-que-es/>

W,

Wikipedia. (2 de Junio de 2024). *Wikipedia.org*. Obtenido de Wikipedia.org: https://es.wikipedia.org/wiki/Arte_digital

Wikipedia. (26 de Mayo de 2024). *Wikipedia.org*. Obtenido de Wikipedia.org: <https://es.wikipedia.org/wiki/Facebook>

Wikipedia. (26 de Mayo de 2024). *Wikipedia.org*. Obtenido de Wikipedia.org: <https://es.wikipedia.org/wiki/Instagram>

Wikipedia. (2 de Junio de 2024). *Wikipedia.org*. Obtenido de Wikipedia.org: <https://es.wikipedia.org/wiki/Medicina>

Wikipedia. (2 de Junio de 2024). *Wikipedia.org*. Obtenido de Wikipedia.org: https://es.wikipedia.org/wiki/Teor%C3%ADa_de_la_comunicaci%C3%B3n

Wikipedia. (2 de Junio de 2024). *Wikipedia.org*. Obtenido de Wikipedia.org: https://es.wikipedia.org/wiki/C%C3%ADrculo_crom%C3%A1tico

Wikipedia. (2 de Junio de 2024). *Wikipedia.org*. Obtenido de Wikipedia.org: https://es.wikipedia.org/wiki/Color_primario

Wikipedia. (2 de Junio de 2024). *Wikipedia.org*. Obtenido de Wikipedia.org: https://es.wikipedia.org/wiki/Color_secundario

Wikipedia. (2 de Junio de 2024). *Wikipedia.org*. Obtenido de Wikipedia.org: https://es.wikipedia.org/wiki/Color_intermedio

Capítulo XIV
Anexos

Capítulo XIV: Anexos

Anexo I: Investigación

Redes sociales

Plataformas online donde los usuarios interactúan, comparten contenido y se conectan socialmente. Facilitan la distribución de texto, imágenes y vídeos entre usuarios o entre usuarios y marcas. Ejemplos notables incluyen Facebook, Instagram, Twitter y LinkedIn que son esenciales para el marketing digital debido a su alcance masivo y la capacidad de segmentar audiencias específicas.

Post para redes sociales

Son unidades de contenido publicadas en plataformas de redes sociales. Pueden incluir texto, imágenes, vídeos y enlaces. Estos posts son fundamentales para estrategias de marketing digital, ya que ayudan a las marcas a comunicar mensajes, promover productos y servicios, y enganchar a la audiencia.

Engagement

Refiere a la interacción de los usuarios con el contenido de las redes sociales, incluye acciones como likes, comentarios y compartidos. Un alto nivel de engagement indica que el contenido es relevante y está bien recibido por la audiencia, que es crucial para el éxito de las campañas de marketing en redes sociales.

Estrategia de contenido

Planificación meticulosa de la creación, publicación y gestión del contenido en redes sociales. Incluye la definición de objetivos, la identificación del público objetivo, la selección del tipo de contenido y la frecuencia de las publicaciones

Anexo I: Investigación

Identidad visual

Conjunto de elementos gráficos consistentes que representan visualmente una marca o producto en medios digitales. Incluye logotipos, paletas de colores, tipografías y otros componentes visuales que deben ser coherentes en todos los canales para fortalecer el reconocimiento de la marca.

Métricas de redes sociales

Conjunto de datos que mide el rendimiento de los contenidos publicados en redes sociales. Estas métricas, como alcance, impresiones y clics, son vitales para evaluar la eficacia de las estrategias de contenido y ajustar las tácticas de marketing según sea necesario.

Algoritmo de redes sociales

Sistema que utilizan plataformas como Facebook e Instagram para determinar qué contenidos mostrar a cada usuario, basado en la relevancia y las interacciones previas.

Content marketing

Estrategia de marketing enfocada en la creación y distribución de contenido valioso, relevante y consistente para atraer y retener una audiencia claramente definida. Su objetivo es impulsar acciones rentables de los consumidores y fortalecer la relación con el cliente a través de contenido útil y pertinente.

Anexo I: Investigación

Branding digital

Creación de una identidad de marca en el entorno digital, que incluye redes sociales, páginas web y correos electrónicos. Se centra en desarrollar una imagen coherente y distintiva que resuene con el público objetivo y fortalece la presencia de la marca en plataformas digitales.

Paleta de colores

Conjunto de colores seleccionados para representar visualmente una marca o producto en todos los medios de comunicación. La consistencia en esta paleta de colores es crucial para mantener una identidad visual coherente y profesional en las publicaciones de redes sociales.

Target audience

Grupo específico de personas al que una campaña de marketing está dirigida. Definir con precisión el público objetivo es esencial para el éxito del contenido en redes sociales, ya que permite personalizar el mensaje y aumentar la eficacia de la comunicación.

User experience en redes sociales

Diseño y estructuración de las interacciones digitales que los usuarios experimentan en una plataforma de redes sociales. Incluye la facilidad de navegación, el diseño visual, y la interactividad general y buscan maximizar la satisfacción del usuario y mejorar su interacción con el contenido.

Anexo I: Investigación

Hashtags

Palabras o frases clave precedidas por el símbolo # que facilitan la búsqueda de contenido en redes sociales y ayudan a aumentar la visibilidad de las publicaciones. Son herramientas esenciales para ampliar el alcance y organizar el contenido en categorías temáticas específicas.

Feed

Secuencia de publicaciones o contenido que los usuarios ven en su cuenta de redes sociales. El diseño y la coherencia del feed son fundamentales para captar y mantener la atención de la audiencia, es especialmente importante en plataformas visuales como Instagram.

Call to action

Frase o botón en un post que incita directamente a los usuarios a realizar una acción deseada, como suscribirse a un boletín, visitar un sitio web o comprar un producto. Los CTA son clave para convertir el interés del usuario en acciones concretas que benefician a la marca.

Analytics de redes sociales

Conjunto de herramientas y metodologías que analizan el rendimiento de las publicaciones y la interacción de los usuarios en las redes sociales. Proporcionan insights valiosos para optimizar estrategias y mejorar el engagement y la conversión.

Anexo I: Investigación

Adobe Photoshop

Software de edición de imágenes líder en la industria, ampliamente utilizado para el diseño gráfico de todo tipo de contenido visual para redes sociales. Permite a los usuarios crear, editar y retocar imágenes con una gran precisión.

Adobe Ilustrador

Programa de gráficos vectoriales que se utiliza para crear y editar logos, gráficos, y tipografías para redes sociales y otros medios digitales. Maneja vectores, lo que permite que los diseños se escalen sin perder calidad.

Adobe Premiere Rush

Aplicación de edición de video simplificada, diseñada especialmente para creadores de contenido en redes sociales que buscan producir y compartir videos de manera rápida y eficiente. Ofrece una interfaz de usuario más accesible y herramientas de edición optimizadas que facilitan la creación de videos atractivos sin necesidad de experiencia en edición profesional.

Adobe Lightroom Classic

Herramienta integral diseñada para fotógrafos profesionales y aficionados que buscan organizar, editar y retocar sus imágenes con precisión y control detallado. Lightroom Classic ofrece una amplia gama de funciones, incluye ajustes de exposición, balance de blancos, corrección de color, reducción de ruido, y muchas más opciones de edición avanzada, permite a los usuarios trabajar con archivos RAW, que mantiene la calidad máxima de las imágenes.

Anexo II: Tendencias

Diseño de IA

Se refiere a la integración emergente de la Inteligencia Artificial en el ámbito del diseño, un fenómeno que remodela no solo las herramientas y metodologías convencionales, sino también las propias estéticas del campo.

Producto realizado por IA



Nota. Producto realizado por ia. [s.f.]. agendarweb.com.ar. Recuperado de <https://agendarweb.com.ar/wp-content/uploads/2019/09/NotMayo-NotCo.jpg>

Anexo II: Tendencias

Lujo silencioso

Se consolida como una tendencia clave en diseño para 2024, destacándose por su elegancia subestimada y enfoque en la calidad atemporal. Esta corriente prescinde del uso ostentoso de logotipos y joyas al favorecer tonos camel. En el ámbito gráfico, esta tendencia se refleja en la selección meticulosa de materiales con texturas finas y acabados metálicos, así como en la utilización de colores neutros y tipografías serif condensadas, evoca un lujo discreto pero palpable.

Envases de producto con diseño de tipo lujo silencioso



Nota. Envases de producto con diseño de tipo lujo silencioso. [s.f.]. shutterstock.com.

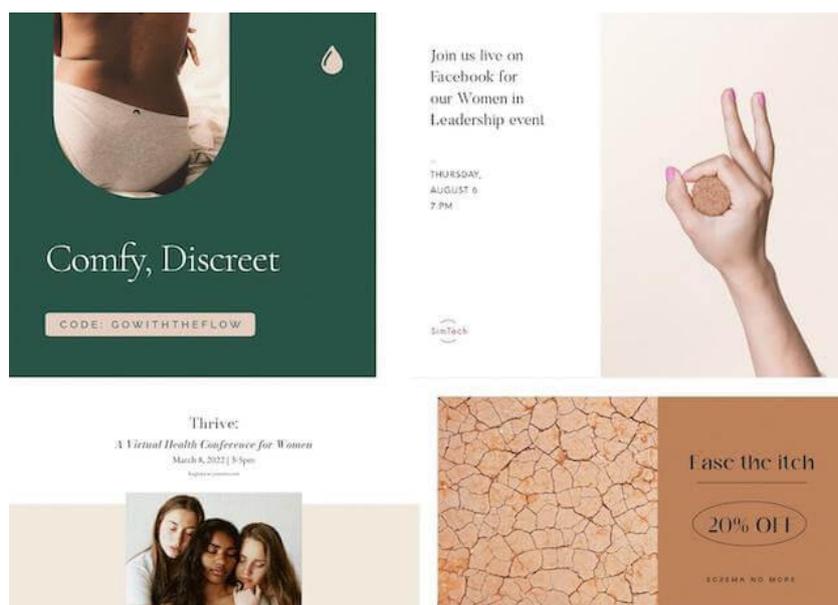
Recuperado de <https://i2.wp.com/www.shutterstock.com/es/blog/wp-content/uploads/sites/18/2024/01/envases.jpg?strip=info&w=1024&ssl=1>

Anexo II: Tendencias

Minimalismo honesto

Tendencia de diseño emergente que privilegia la simplicidad. Especialmente relevante para productos de cuidado personal y servicios relacionados con el bienestar físico, este enfoque se centra en una comunicación transparente y directa, evita que el diseño eclipse el mensaje central. Opta por un estilo despejado y auténtico, el minimalismo honesto se apoya en el uso de líneas rectas, espacios amplios en la composición, tipografías claras y un equilibrio visual, contribuye así a una atmósfera de tranquilidad y apertura.

Plantilla de post para redes sociales



Nota. Plantilla de post para redes sociales. [s.f.]. godaddy.com. Recuperado de <https://www.godaddy.com/resources/es/wp-content/uploads/comfy-discreet-es.jpeg>

Anexo II: Tendencias

Tonos atrevidos

Se manifiesta como una confluencia de audacia, minimalismo y ludicidad, marca su presencia en el panorama del diseño actual. Se caracteriza por una estética depurada, libre de excesos. Con colores vibrantes y formas expresivas, los diseños bajo esta tendencia dan un aspecto de energía vigorosa y capturan la atención de forma instantánea. Adopta tonalidades poco convencionales y contrastes pronunciados, junto con formas abstractas contundentes y tipografías en negrita o atípicas.

Plantilla de post para redes sociales que muestran la tendencia de tonos atrevidos



Nota. Plantilla de post para redes sociales que muestran la tendencia de tonos atrevidos. [s.f.].

godaddy.com. Recuperado de <https://www.godaddy.com/resources/es/wp-content/uploads/tipografias-gruesas-duotono.jpeg>

Anexo II: Tendencias

Formas geométricas

Destaca por el uso estratégico de formas simples como marcos conceptuales que revelan ventanas hacia escenarios visuales cautivadores. Inicialmente vinculada a estilos minimalistas y paletas suaves, esta tendencia ha evolucionado hacia una diversificación de colores más amplia, incorpora tonos más vivos. La tipografía contemporánea con serifa se combina frecuentemente con estas formas para añadir un aire de sofisticación. La clave de esta tendencia radica en la armonía de colores, la elección de fuentes y una composición equilibrada que realza imágenes meticulosamente seleccionadas sin saturar el diseño con elementos superfluos.

Diseño de post con formas geométricas



Nota. Diseño de post con formas geométricas. [s.f.]. godaddy.com. Recuperado de <https://www.godaddy.com/resources/es/wp-content/uploads/disenos-con-formas-2.png>

Anexo II: Tendencias

Diseño 3D

Proceso técnico que implica la creación de modelos tridimensionales que utiliza software especializado. Este método permite representar objetos con dimensiones de ancho, alto y profundidad, proporciona una visualización realista y detallada de productos, estructuras o escenarios. A través de técnicas como modelado, texturizado y renderizado, el Diseño 3D se aplica en campos como la arquitectura, la ingeniería, el entretenimiento y la medicina, facilita la simulación y análisis de objetos en un entorno virtual antes de su fabricación o implementación en el mundo real.

Ilustración de figuras y formas 3D.

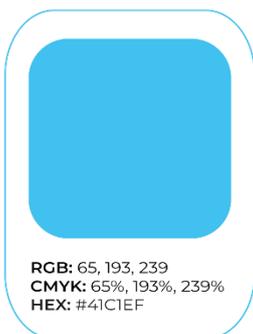
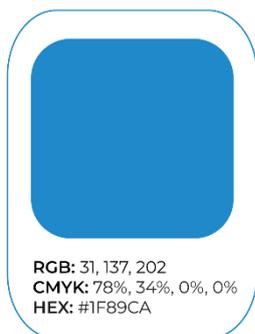


Nota. Ilustración de figuras y formas 3D. [s.f.]. storylab.ai. Recuperado de <https://storylab.ai/wp-content/uploads/2023/10/Graphic-Design-Trends-Example-3D-Depth-and-Realism.png>

Anexo II: Tendencias

Cuadro de tendencias

Recopilación de imágenes para la representación del cuadro de tendencias



Montserrat Black

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ
 abcdefghijklmñopqrstuvwxyz
 !"#%&/()=?;`

0123456789



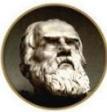
Montserrat Regular

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ
 abcdefghijklmñopqrstuvwxyz
 !"#%&/()=?;`

0123456789



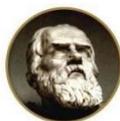
Anexos III: Brief del cliente

	Galileo UNIVERSIDAD <small>La Mención en la Educación</small>	FACOM Facultad de Ciencias de la Comunicación
Brief		
<p>Es un documento escrito que debe contener toda la información necesaria para el desarrollo del proyecto de graduación. Este instrumento sirve como plataforma para definir los objetivos de mercado y de comunicación que requiere la organización.</p>		
Datos del estudiante		
Nombre del estudiante	Juan Miguel Diaz	
No de Carné	21000512	
Teléfono	3905-2640	
E-mail	mk.diaz_@outlook.com	
Proyecto	“Diseño de material gráfico e interactivo para promover a través de las redes sociales Facebook e Instagram los servicios de tratamiento dental y cirugías que ofrece la Dra. Claudia Marroquín en Natural Smile Clínica Dental. Guatemala, Guatemala. 2025”	
Datos del cliente		
Empresa	Natural Smile Clínica Dental	
Nombre del cliente	Claudia Gabriela Marroquín Herrera	
Teléfono	4211-1729 / 5535-5892	
E-mail	clinicadentalnaturalsmilegt@gmail.com	
Antecedentes	La clínica se fundó en el año abril del 2022, con el objetivo de prestar atención odontológica a pacientes con patologías dentales preexistentes.	
Oportunidad identificada	Carece de material gráfico e interactivo en redes sociales que promuevan los servicios de tratamiento dental y cirugías que ofrece la Dra. Claudia Marroquín en Natural Smile Clínica Dental.	
Datos de la empresa		
Misión	Proporcionar atención odontológica de primera calidad, centrada en las necesidades específicas de nuestros pacientes. Nos especializamos en tratamientos de ortodoncia y cirugías dentales, llevados a cabo por un equipo de profesionales altamente calificados. Nos dedicamos a superar las expectativas de nuestros pacientes mediante un trato empático y resultados estéticos excepcionales.	
Visión	Ser la clínica dental de referencia en nuestra región por la calidad y la innovación de nuestros tratamientos. Estamos dedicados a la actualización continua de nuestro personal y tecnologías para asegurar los mejores cuidados posibles. Nuestro objetivo es ampliar el acceso a nuestros servicios de alta calidad a una comunidad más amplia, promoviendo la salud dental integral y mejorando el bienestar general de nuestros pacientes.	

Anexos III: Brief del cliente

   	
Delimitación geográfica	Zona 11 Ciudad de Guatemala, Guatemala.
Grupo objetivo	Usuarios activos en Facebook e Instagram que interactúan con las redes sociales de Natural Smile Clínica Dental.
Principal beneficio al Grupo Objetivo	Proporcionar acceso inmediato a consultas y tratamientos dentales personalizados a través de las plataformas en redes sociales, mejorando la eficiencia y comodidad de los usuarios interesados en cuidado dental de calidad.
Competencia	Odontóloga del mismo edificio: Centro Dental Integral, Dra. Margarita Privado
Posicionamiento	Especialista en ortodoncia y salud pública.
Factores de diferenciación	Enfoque de atención personalizado garantizando un contacto directo y continuo entre médicos y pacientes, desde la primera consulta hasta la conclusión del tratamiento.
Objetivo de mercado	Captación de nuevos pacientes a través de las plataformas de Facebook e Instagram que busquen servicios de tratamiento dental y cirugías.
Objetivo de comunicación	Posicionar la clínica dental Natural Smile en plataformas digitales a través del diseño de material gráfico e interactivo que permitan dar a conocer los servicios dentales y cirugías que ofrece la Dra. Marroquín.
Mensaje clave a comunicar	Confianza en cada sonrisa.
Estrategia de comunicación	Diseño de material gráfico e interactivo y posicionamiento de marca para la captación de clientes.
Reto del diseñador	Diseñar material gráfico para la captación de nuevos pacientes a través de redes sociales como Facebook e Instagram y promuevan objetivamente los servicios dentales y cirugías de la clínica dental Natural Smile.
Trascendencia	Transformar la percepción pública sobre la atención odontológica al enfocarse en una comunicación que resalte la atención personalizada y directa del médico, la clínica no solo espera atraer más pacientes, sino también establecer nuevos estándares de cuidado en la industria dental.
Materiales a realizar	Historias, post y reels.
Presupuesto	Q6,585.60

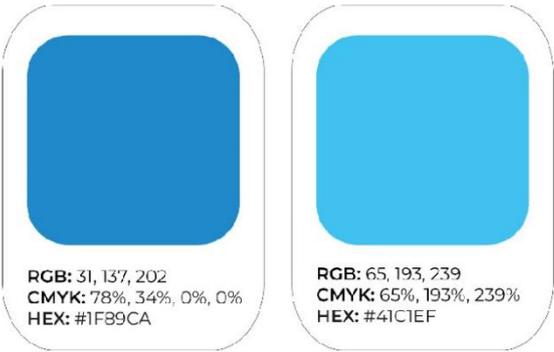
Anexos III: Brief del cliente



Galileo
UNIVERSIDAD
La Revolución en la Educación

FACOM
Facultad de Ciencias
de la Comunicación

Datos de la imagen gráfica

Logotipo	 <p>Natural Smile Clínica Dental</p>
Colores	 <p> Dark Blue: RGB: 31, 137, 202 CMYK: 78%, 34%, 0%, 0% HEX: #1F89CA </p> <p> Light Blue: RGB: 65, 193, 239 CMYK: 65%, 193%, 239% HEX: #41C1EF </p>
Tipografía	<p>Montserrat ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ abcdefghijklmnñopqrstuvwxyz 0123456789 !"#%&/()=?;`</p>
Forma	<p>El imagotipo cuenta con una ilustración de una muela enmarcado en un círculo que combina formas de hojas naturales y un cepillo de dientes.</p>

Fecha: Guatemala 03 de mayo de 2024



Claudia Marroquín
 Dra. Claudia Marroquín
 Cirujana Dentista
 Colegiada No. 4327

Anexos IV: Tabla de niveles socioeconómicos

Tabla de niveles socioeconómicos 2018/Multivex

Tabla Niveles Socio Económicos

Actualización 2018

CARACTERÍSTICAS	1.80%		35.40%			62.80%		
	0.70%	1.10%	5.9	11.80%	17.90%	50.70%	12.10%	Indeterminado
	NIVEL A	NIVEL B	NIVEL C1	NIVEL C2	NIVEL C3	NIVEL D1	NIVEL D2	NIVEL E
Ingresos	+ de Q100,000.00	Q61,200.00	Q25,800.00	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 escuelas, mayores en U estatal	Hijos en escuela	Hijos en escuela	Sin estudios
Desempeño	Propietario, Director Profesional exitoso	Empresario, Ejecutivos de alto nivel, Profesional, Comerciantes	Ejecutivo medio, comerciante, vendedor	Ejecutivo, comerciante, vendedor, dependiente	Comerciante, vendedor, dependiente	Obrero, dependiente	Obrero, dependiente	Dependiente o sujeto de caridad
Vivienda	Casa/departamento de lujo, en propiedad, 5-6 recámaras, 4 a 6 baños, 3-4 salas, pantry, alacena, estudios area 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 area de servicio separada, garage para 2-4 vehículos	Casa/departamento, rentada o financiado, 2-3 recámaras, 2-3 baños, 1 sala, estudio area 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 baños, sala	Casa/cuarto rentado, 1-2 recámaras, 1 baños, sala-comedor	Casa improvisada o sin hogar
Otras propiedades	Finca, 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, asegurados contra todo riesgo, 4x4, Van, Lancha, moto acuatica, moto, helicoptero-avion-avioneta	Autos de 2-3 años, asegurados contra todo riesgo, 4x4, Van, moto	Autos compactos de 3-5 años, asegurados por Financiera	Auto compacto de 4-5 años, sin seguro	Auto compacto de 8-10 años, sin seguro	moto, por trabajo		
Bienes de comodidad	3 tel mínimo, cel cada miembro de la familia, Tv satelital, Internet de alta velocidad, 2 o + equipos de audio, 3-5 TV, maquinas de lavar y secar platos, ropa, computadoras/miembro, seguridad domiciliar, todos los electrodomesticos. Todos los servicios de Internet.	2 tel mínimo, cel cada miembro de la familia, TV satelital, internet de alta velocidad, 2 equipos de audio, 3 TV, maquinas de lavar y secar platos ropa, computadora, internet 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 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	

Anexo V: Tabla de requisitos

Tabla de elementos gráficos del proyecto

Elemento gráfico	Propósito	Técnica	Emoción
Color	Representar la identidad y presencia de la clínica de manera visual.	Adobe Color: seleccionar y armonizar una paleta de colores que refleje los valores de la clínica, como limpieza, profesionalismo y confianza.	Confianza, profesionalismo, limpieza.
Tipografía	Crear jerarquías de forma visual. Facilitar e incentivar la lectura de los textos. Permitir que el material sea accesible y de lectura sencilla.	Adobe Stock: Utilizar la tipografía Montserrat para todos los textos en sus diversas variaciones. Utilizar los títulos y subtítulos importantes en negrita.	Claridad, confianza, modernidad.
Fotografías	Complementar los textos. Ser una referencia visual para la clínica y sus tratamientos.	Fotografías reales de la clínica y odontólogos . Adobe Lightroom para edición y mejora de las imágenes.	Seguridad, autenticidad, empatía.
Ilustraciones	Demostrar de manera visual el contenido. Ser un complemento explicativo de las instrucciones para mejorar el entendimiento.	Illustrator: elaboración de iconografías y símbolos complementarios a las ilustraciones.	Claridad, pertenencia, integración.
Diagramación	Ordenar toda la información textual y visual de manera que pueda ser comprendida de manera sencilla. Establecer un espacio en el que haya orden y uniformidad en los contenidos.	Photoshop: elaboración de guías y retículas para la colocación del contenido textual y visual, así como el uso de herramientas como medio para diagramar.	Orden, seguridad, atención
Elementos gráficos	Complementar la información textual dentro de los materiales. Generar presencia de la clínica.	Illustrator: crear elementos gráficos complementarios al tema. Brand de Natural Smile: para la extracción de elementos propios de la clínica.	Identidad, pertenencia, entendimiento.

Anexo VI: Instrumento de validación



Licenciatura en Comunicación y Diseño Proyecto de Graduación

Género: F M Experto Cliente Nombre: _____
 Profesión: _____
 Edad: _____ Grupo Objetivo Puesto: _____
 Años de experiencia: _____

Encuesta de validación de proyecto

Diseño de material gráfico e interactivo para promover a través de las redes sociales Facebook e Instagram los servicios de tratamiento dental y cirugías que ofrece la Dra. Claudia Marroquín en Natural Smile Clínica Dental.

Antecedentes:

Natural Smile Clínica Dental es una clínica odontológica ubicada en la zona 11 de la ciudad de Guatemala que se dedica a ofrecer servicios de tratamiento dental y cirugías de alta calidad. Constituida en el año 2022 por la Dra. Claudia Marroquín y el Dr. Lizandro Privado, destacados odontólogos con formación nacional en salud pública, la clínica ha establecido un fuerte compromiso en la salud bucal de sus pacientes. Con el objetivo de mejorar la visibilidad y conexión con su público, se inicia este proyecto de diseño de material gráfico e interactivo que será promocionado a través de las redes sociales Facebook e Instagram. Este esfuerzo busca no solo aumentar la base de clientes, sino también reforzar la confianza en los servicios de la clínica, bajo el lema: "Confianza en cada sonrisa".

Instrucciones:

Con base en lo anterior, observe la propuesta del material gráfico e interactivo en el siguiente enlace o escaneando el código QR: <https://goo.su/US6mT> y según su criterio, conteste las siguientes preguntas de validación, por favor coloque una "X" en los espacios designados.



Anexo VI: Instrumento de validación



Parte objetiva:

1. ¿Considera usted necesario diseñar material gráfico e interactivo para promover a través de las redes sociales Facebook e Instagram los servicios de tratamiento dental y cirugías que ofrece la Dra. Claudia Marroquín en Natural Smile Clínica Dental?
Sí No
2. ¿Considera usted necesario recopilar información proporcionada por Natural Smile Clínica Dental a través de su brief, acerca de los tratamientos dentales y cirugías, para fundamentar el desarrollo del material gráfico e interactivo para redes sociales?
Sí No
3. ¿Considera usted importante investigar tendencias y recursos de diseño a través de fuentes fiables de información para respaldar la propuesta gráfica de este proyecto?
Sí No
4. ¿Considera adecuado diagramar los elementos gráficos en interactivos, en los que se aplicara los principios de jerarquía visual para organizar de manera clara y efectiva los elementos clave que faciliten la comprensión de los servicios que ofrece Natural Smile Clínica Dental?
Sí No
5. ¿Considera usted necesario calendarizar la publicación del material gráfico e interactivo que detalle la frecuencia y los tipos de contenido a publicar en Facebook e Instagram para asegurar una cobertura continua y sistemática que optimice el engagement y alcance al público objetivo?
Sí No

Parte semiológica:

6. ¿Considera que los colores empleados en el material gráfico e interactivo reflejan la profesionalidad y limpieza que caracteriza a Natural Smile Clínica Dental?
Mucho Poco Nada
7. ¿Cree que la tipografía seleccionada en los diseños comunica efectivamente la modernidad y accesibilidad de la clínica?
Mucho Poco Nada
8. ¿Cree usted que los iconos utilizados en los reels y posts son claros y ayudan a entender mejor los servicios ofrecidos por la clínica?
Mucho Poco Nada

Anexo VI: Instrumento de validación

9. ¿Piensa que las imágenes y fotografías empleadas en material gráfico e interactivo son representativas de la calidad y cuidado que Natural Smile Clínica Dental ofrece a sus pacientes?

Mucho Poco Nada

10. ¿Considera que la diagramación de los elementos en el material gráfico e interactivo facilita la comprensión clara del mensaje?

Mucho Poco Nada

Parte operativa:

11. ¿Considera que el tamaño de la tipografía en los posts y reels de Facebook e Instagram es adecuado para ser leído cómodamente por personas entre 20 a 50 años?

Mucho Poco Nada

12. ¿Cree que las descripciones de los servicios y tratamientos ofrecidos en el material gráfico e interactivo proporcionan información suficiente para tomar una decisión informada?

Mucho Poco Nada

13. ¿Cree usted que los servicios y productos muestran información esencial para el cliente?

Mucho Poco Nada

14. ¿Piensa que la adaptabilidad de estos diseños a diferentes plataformas y dispositivos es efectiva para asegurar una experiencia de usuario coherente y satisfactoria?

Mucho Poco Nada

15. ¿Encuentra el recorrido visual a través de las publicaciones y reels intuitiva y fácil de entender?

Mucho Poco Nada

Anexo VI: Instrumento de validación**Comentarios:**

Gracias por dedicar tiempo a completar esta encuesta. Su retroalimentación es esencial para ayudar a mejorar continuamente la calidad de los servicios en Natural Smile Clínica Dental.

Guatemala, agosto de 2024.

Anexo VI: Instrumento de validación

ENCUESTA DE VALIDACIÓN
PROYECTO DE GRADUACIÓN
 JUAN MIGUEL DIAZ | 21000512 | LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN Y DISEÑO

ENCUESTA DE VALIDACIÓN | FACOM 2025

Diseño de material gráfico e interactivo para promover a través de las redes sociales Facebook e Instagram los servicios de tratamiento dental y cirugías que ofrece la Dra. Claudia Marroquín en Natural Smile Clínica Dental. Guatemala, Guatemala 2025.

ANTECEDENTES

Natural Smile Clínica Dental es una clínica odontológica ubicada en la zona 11 de la ciudad de Guatemala que se dedica a ofrecer servicios de tratamiento dental y cirugías de alta calidad. Constituida en el año 2022 por la Dra. Claudia Marroquín y el Dr. Lizandro Privado, destacados odontólogos con formación nacional en salud pública, la clínica ha establecido un fuerte compromiso en la salud bucal de sus pacientes. Con el objetivo de mejorar la visibilidad y conexión con su público, se inicia este proyecto de diseño material gráfico e interactivo que será promocionado a través de las redes sociales Facebook e Instagram. Este esfuerzo busca no solo aumentar la base de clientes, sino también reforzar la confianza en los servicios de la clínica, bajo el lema:

"Confianza en cada sonrisa"

[Siguinte](#) Página 1 de 4 [Borrar formulario](#)

Nunca envíes contraseñas a través de Formularios de Google.

Anexo VI: Instrumento de validación

ENCUESTA DE VALIDACIÓN | FACOM 2025



INFORMACIÓN DEL ENCUESTADO

NOMBRE COMPLETO

Tu respuesta

GÉNERO

Masculino

Femenino

EDAD

Elige

TIPO DE ENCUESTADO

Elige

Anexo VI: Instrumento de validación

TIPO DE ENCUESTADO

Elige 

PROFESIÓN

Tu respuesta _____

PUESTO

Tu respuesta _____

AÑOS DE EXPERIENCIA

Tu respuesta _____

[Atrás](#) [Siguiete](#)  Página 2 de 4 [Borrar formulario](#)

Nunca envíes contraseñas a través de Formularios de Google.

Este contenido no ha sido creado ni aprobado por Google. [Denunciar abuso](#) - [Términos del Servicio](#) - [Política de Privacidad](#)

Google Formularios

Anexo VI: Instrumento de validación

ENCUESTA DE VALIDACIÓN | FACOM 2025

mikediaz010@gmail.com [Cambiar de cuenta](#) 

 No compartido

INSTRUCCIONES

Con base a lo anterior, observe la propuesta del material gráfico e interactivo en el siguiente link: <https://goo.su/US6mT> y según su criterio conteste las siguientes preguntas de validación y seleccione la opción que considere en los espacios que encontrara debajo de cada pregunta.

PARTE OBJETIVA

1. ¿Considera usted necesario diseñar material gráfico e interactivo para promover a través de las redes sociales Facebook e Instagram los servicios de tratamiento dental y cirugías que ofrece la Dra. Claudia Marroquín en Natural Smile Clínica Dental?

Sí

No

2. ¿Considera usted necesario recopilar información proporcionada por Natural Smile Clínica Dental a través de su brief, acerca de los tratamientos dentales y cirugías, para fundamentar el desarrollo del material gráfico e interactivo para redes sociales?

Sí

No

Anexo VI: Instrumento de validación

3. ¿Considera usted importante investigar tendencias y recursos de diseño a través de fuentes fiables de información para respaldar la propuesta gráfica de este proyecto?

- Sí
- No

4. ¿Considera adecuado diagramar los elementos gráficos en interactivos, en los que se aplicara los principios de jerarquía visual para organizar de manera clara y efectiva los elementos clave que faciliten la comprensión de los servicios que ofrece Natural Smile Clínica Dental?

- Sí
- No

5. ¿Considera usted necesario calendarizar la publicación del material gráfico e interactivo que detalle la frecuencia y los tipos de contenido a publicar en Facebook e Instagram para asegurar una cobertura continua y sistemática que optimice el engagement y alcance al público objetivo?

- Sí
- No

PARTE SEMIOLÓGICA

6. ¿Considera que los colores empleados en el material gráfico e interactivo reflejan la profesionalidad y limpieza que caracteriza a Natural Smile Clínica Dental?

- Mucho
- Poco
- Nada

Anexo VI: Instrumento de validación

7. ¿Cree que la tipografía seleccionada en los diseños comunica efectivamente la modernidad y accesibilidad de la clínica?

Mucho

Poco

Nada

8. ¿Cree usted que los iconos utilizados en los reels y posts son claros y ayudan a entender mejor los servicios ofrecidos por la clínica?

Mucho

Poco

Nada

9. ¿Piensa que las imágenes y fotografías empleadas en material gráfico e interactivo son representativas de la calidad y cuidado que Natural Smile Clínica Dental ofrece a sus pacientes?

Mucho

Poco

Nada

10. ¿Considera que la diagramación de los elementos en el material gráfico e interactivo facilita la comprensión clara del mensaje?

Mucho

Poco

Nada

Anexo VI: Instrumento de validación**PARTE OPERATIVA**

11. ¿Considera que el tamaño de la tipografía en los posts y reels de Facebook e Instagram es adecuado para ser leído cómodamente por personas de 20 a 50 años?

- Poco
- Mucho
- Nada

12. ¿Cree que las descripciones de los servicios y tratamientos ofrecidos en el material gráfico e interactivo proporcionan información suficiente para tomar una decisión informada?

- Poco
- Mucho
- Nada

13. ¿Cree usted que los servicios y productos muestran la información esencial para el cliente?

- Poco
- Mucho
- Nada

Anexo VI: Instrumento de validación

14. ¿Piensa que la adaptabilidad de estos diseños a diferentes plataformas y dispositivos es efectiva para asegurar una experiencia de usuario coherente y satisfactoria?

- Poco
- Mucho
- Nada

15. ¿Encuentra el recorrido visual a través de las publicaciones y reels intuitiva y fácil de entender?

- Poco
- Mucho
- Nada

[Atrás](#)[Siguiente](#)

 Página 3 de 4 [Borrar formulario](#)

Nunca envíes contraseñas a través de Formularios de Google.

Este contenido no ha sido creado ni aprobado por Google. [Denunciar abuso](#) - [Términos del Servicio](#) - [Política de Privacidad](#)

Google Formularios

Anexo VI: Instrumento de validación

PARTE FINAL

Antes de concluir, me gustaría invitarlo a compartir cualquier comentario adicional o sugerencia sobre este proyecto. Su retroalimentación es invaluable para enriquecer y mejorar esta tesis.

¡Gracias por su colaboración!

COMENTARIOS

Tu respuesta

Atrás

Enviar

Página 4 de 4

Borrar formulario



ENCUESTA DE VALIDACIÓN | FACOM 2025

¡Gracias por dedicar tiempo a completar esta encuesta!. Su respuesta a sido enviada.

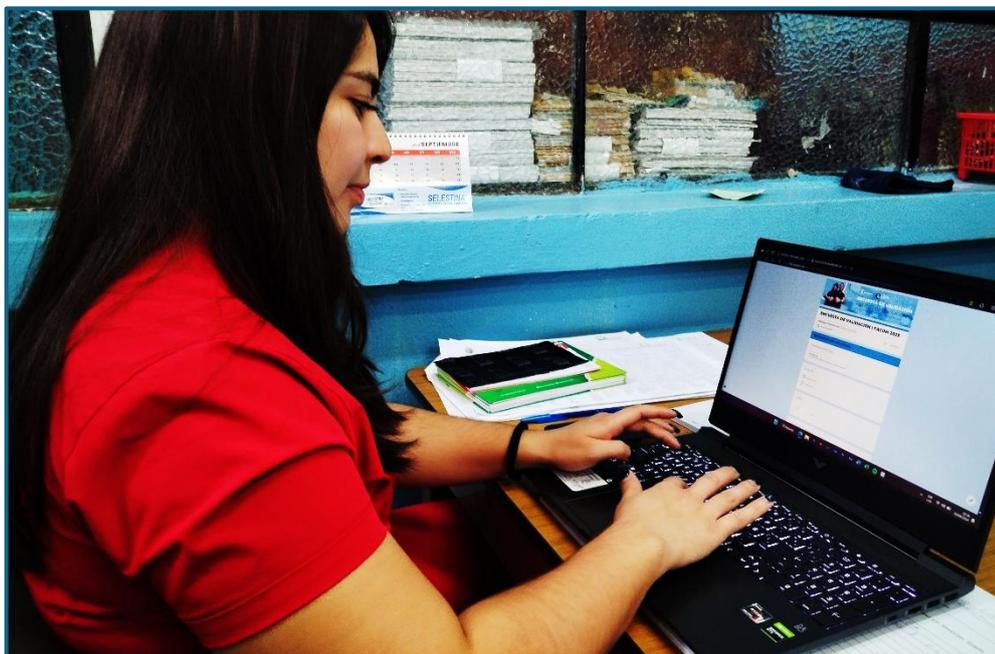
[Enviar otra respuesta](#)

Este contenido no ha sido creado ni aprobado por Google. [Denunciar abuso](#) - [Términos del Servicio](#) - [Política de Privacidad](#)

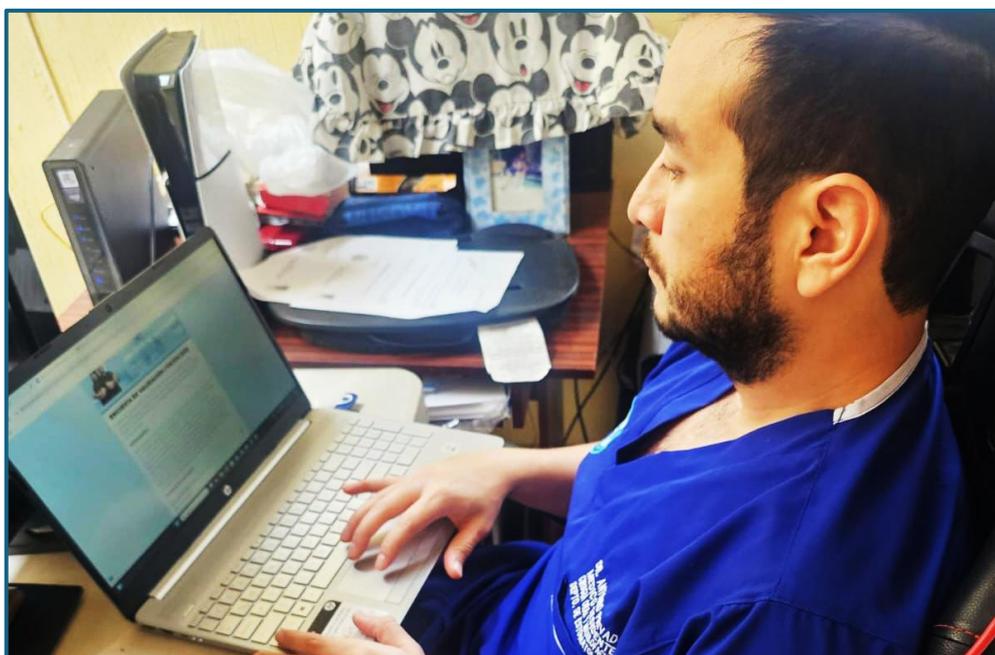
Google Formularios

Anexo VII: Muestra de validación técnica

Cientes



Dra. Claudia Gabriela Marroquín Herrera



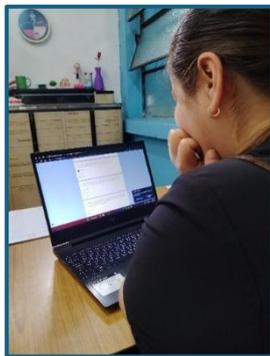
Dr. Lizandro Antonio Privado Méndez

Anexo VII: Muestra de validación técnica

Grupo objetivo



Carlos Gerardo
Velásquez



Tatiana Stephanie
Guzmán



Allan Estuardo
Pinto



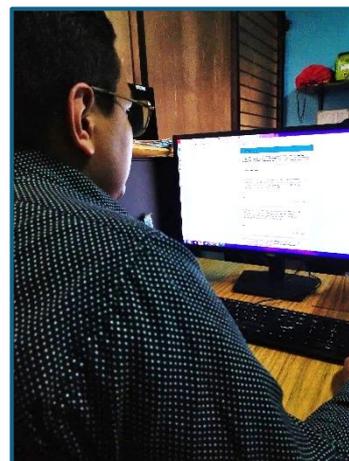
Andrea María
González



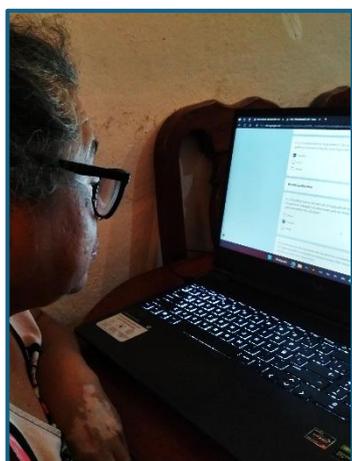
María Magdalena Girón



Jimena Lizeth Gómez



Jimmy Alexander López



Alma Patricia Díaz



José Andrés Pérez



Scarlett Elena Hernández

Anexo VII: Muestra de validación técnica

Expertos

Gmail MIGUEL DIAZ <mikediaz010@gmail.com>

SOLICITUD DE VALIDACIÓN | PROYECTO DE GRADUACIÓN 2024
2 mensajes

MIGUEL DIAZ <mikediaz010@gmail.com> 2 de septiembre de 2024, 18:35
Para: andreaguilar@galileo.edu

Respetable Mgr. Carmen Andrea Aguilar Flores

Le saludo cordialmente, esperando que sus actividades se desarrollen satisfactoriamente.

Me permito compartir con usted la propuesta preliminar de mi proyecto de graduación, que consiste en el diseño de material gráfico e interactivo para la promoción de los servicios que ofrece — Natural Smile Clínica Dental—. Su experiencia y conocimiento en la materia son fundamentales para asegurar que esta propuesta cumpla con los más altos estándares de calidad académicos.

Agradecería mucho si pudiera dedicar unos minutos de su tiempo para revisar el material y completar la encuesta de validación accediendo al siguiente enlace: <https://forms.gle/YKRARZ5V8EILPD9>.
Sus comentarios y observaciones serán de gran valor para perfeccionar este proyecto. Por último solicitar amablemente, su respuesta a este correo indicando que la encuesta ha sido realizada.

Agradezco de antemano su apoyo y tiempo en este proceso.

Obs: No es necesario adjuntar fotografías, los medios de verificación se realizarán mediante la respuesta a este correo.

Quedando atento de usted.
Saludos cordiales.

Atentamente.

JUAN MIGUEL DIAZ
CARR 200092
FACOM
Licenciatura en Comunicación y Diseño

Carmen Andrea Aguilar Flores <andreaguilar@galileo.edu> 2 de septiembre de 2024, 20:00
Para: MIGUEL DIAZ <mikediaz010@gmail.com>

Buenas noches Juan Miguel,

El motivo de mi correo es para notificarle que ya evalué su proyecto de graduación.

Saludos,
Licda. Andrea Aguilar
(El texto está está oculto)

Gmail MIGUEL DIAZ <mikediaz010@gmail.com>

SOLICITUD DE VALIDACIÓN | PROYECTO DE GRADUACIÓN 2024
2 mensajes

MIGUEL DIAZ <mikediaz010@gmail.com> 2 de septiembre de 2024, 18:10
Para: lourdesdonis@galileo.edu

Respetable M.Sc. Lourdes Lorena Donis Sanhueza

Le saludo cordialmente, esperando que sus actividades se desarrollen satisfactoriamente.

Me permito compartir con usted la propuesta preliminar de mi proyecto de graduación, que consiste en el diseño de material gráfico e interactivo para la promoción de los servicios que ofrece — Natural Smile Clínica Dental—. Su experiencia y conocimiento en la materia son fundamentales para asegurar que esta propuesta cumpla con los más altos estándares de calidad académicos.

Agradecería mucho si pudiera dedicar unos minutos de su tiempo para revisar el material y completar la encuesta de validación accediendo al siguiente enlace: <https://forms.gle/YKRARZ5V8EILPD9>.
Sus comentarios y observaciones serán de gran valor para perfeccionar este proyecto. Por último solicitar amablemente, su respuesta a este correo indicando que la encuesta ha sido realizada.

Agradezco de antemano su apoyo y tiempo en este proceso.

Obs: No es necesario adjuntar fotografías, los medios de verificación se realizarán mediante la respuesta a este correo.

Quedando atento de usted.
Saludos cordiales.

Atentamente.

JUAN MIGUEL DIAZ
CARR 200092
FACOM
Licenciatura en Comunicación y Diseño

Lourdes Donis <lourdesdonis@galileo.edu> 5 de septiembre de 2024, 22:22
Para: MIGUEL DIAZ <mikediaz010@gmail.com>

Con gusto, encuesta completada.
(El texto está está oculto)

Saludos cordiales,
Lourdes L. Donis S., M.Sc.
www.donismf.com/autoría

Gmail MIGUEL DIAZ <mikediaz010@gmail.com>

SOLICITUD DE VALIDACIÓN | PROYECTO DE GRADUACIÓN 2024
2 mensajes

MIGUEL DIAZ <mikediaz010@gmail.com> 2 de septiembre de 2024, 18:07
Para: rbarahona@galileo.edu

Respetable Mgr. Rolando Barahona Cifuentes

Le saludo cordialmente, esperando que sus actividades se desarrollen satisfactoriamente.

Me permito compartir con usted la propuesta preliminar de mi proyecto de graduación, que consiste en el diseño de material gráfico e interactivo para la promoción de los servicios que ofrece — Natural Smile Clínica Dental—. Su experiencia y conocimiento en la materia son fundamentales para asegurar que esta propuesta cumpla con los más altos estándares de calidad académicos.

Agradecería mucho si pudiera dedicar unos minutos de su tiempo para revisar el material y completar la encuesta de validación accediendo al siguiente enlace: <https://forms.gle/YKRARZ5V8EILPD9>.
Sus comentarios y observaciones serán de gran valor para perfeccionar este proyecto. Por último solicitar amablemente, su respuesta a este correo indicando que la encuesta ha sido realizada.

Agradezco de antemano su apoyo y tiempo en este proceso.

Obs: No es necesario adjuntar fotografías, los medios de verificación se realizarán mediante la respuesta a este correo.

Quedando atento de usted.
Saludos cordiales.

Atentamente.

JUAN MIGUEL DIAZ
CARR 200092
FACOM
Licenciatura en Comunicación y Diseño

Rolando Barahona Cifuentes <rbarahona@galileo.edu> 18 de septiembre de 2024, 21:48
Para: MIGUEL DIAZ <mikediaz010@gmail.com>

¡Lato
(El texto está está oculto)

Gmail MIGUEL DIAZ <mikediaz010@gmail.com>

SOLICITUD DE VALIDACIÓN | PROYECTO DE GRADUACIÓN 2024
2 mensajes

MIGUEL DIAZ <mikediaz010@gmail.com> 2 de septiembre de 2024, 15:00
Para: christian.rossel@galileo.edu

Respetable Ing. Christian Emmanuel López Rossell

Le saludo cordialmente, esperando que sus actividades se desarrollen satisfactoriamente.

Me permito compartir con usted la propuesta preliminar de mi proyecto de graduación, que consiste en el diseño de material gráfico e interactivo para la promoción de los servicios que ofrece — Natural Smile Clínica Dental—. Su experiencia y conocimiento en la materia son fundamentales para asegurar que esta propuesta cumpla con los más altos estándares de calidad académicos.

Agradecería mucho si pudiera dedicar unos minutos de su tiempo para revisar el material y completar la encuesta de validación accediendo al siguiente enlace: <https://forms.gle/YKRARZ5V8EILPD9>.
Sus comentarios y observaciones serán de gran valor para perfeccionar este proyecto. Por último solicitar amablemente, su respuesta a este correo indicando que la encuesta ha sido realizada.

Agradezco de antemano su apoyo y tiempo en este proceso.

Obs: No es necesario adjuntar fotografías a este correo. Los medios de verificación se realizarán mediante la respuesta a este correo.

Quedando atento de usted.
Saludos cordiales.

Atentamente.

JUAN MIGUEL DIAZ
CARR 200092
FACOM
Licenciatura en Comunicación y Diseño

Christian Emmanuel López Rossell <christian.rossel@galileo.edu> 3 de septiembre de 2024, 20:49
Para: MIGUEL DIAZ <mikediaz010@gmail.com>

Estimado Miguel!

He respondido tu encuesta de validación, un gusto el poder formar parte de este proceso, un excelente trabajo felicidades

Saludos:
(El texto está está oculto)

Lda. María Eugenia Aguilar

2/09/2024

Hola licenciada buenos días.
Quería preguntarle si yo ya podría empezar a pasar mi encuesta disculpe la molestia 09:10 ✓

Ya podrías Miguel, sin duda 12:51

¡Gracias Lic! 12:51 ✓

Hazo con zlic Andrea Aguilar también, experta en redes 12:52

Le dices que eres mi estudiante 12:52

Hola lic buenas tardes, para comentarle que acabo de enviarle a su correo de FACOM la solicitud de validación de mi proyecto de graduación, muchas gracias por su tiempo licenciada. Editado 18:19 ✓

Anexo VII: Muestra de validación técnica

Comentarios de los expertos encuestados



Considerando que hay bastante competencia, hubiera centrado el contenido a dar tips o contenido de valor y no solo reforzar con frases donde están los doctores. En los reels, hace un poco de ruido visual el fondo del diente borroso.

MGTR. CARMEN AGUILAR
Magister en Consultoría e Imagen Pública

★★★★★



Quiero felicitarte por el excelente trabajo realizado. Has capturado de manera precisa las necesidades del cliente y lo has reflejado en el contenido desarrollado. He notado que has incluido detalles sobre los tipos de pago en las imágenes de los post. Considero que esta información podría ser más efectiva si se integrara en los copys en lugar de estar en las imágenes.

ING. CHRISTIAN ROSSELL
Ingeniero en Sistemas y Ciencias de la Computación

★★★★★



Todo muy bien realizado, lo único que hay que tener en cuenta es el tamaño de los videos y su relación 9:16.

MGTR. ROLANDO BARAHONA
Magister en Tecnología Educativa y Producción e-Learning

★★★★★



Diseño muy limpio y estilizado, verificar la escritura de la dirección, para los post creo que la letra está aún pequeña, si es factible crecer un poquito mejoraría y me gustan los reels, los textos un poco más grandes.

M.SC. LOURDES DONIS
Maestría en Dirección y Producción de e-Learning

★★★★★



Un trabajo muy minucioso, por lo mismo mi idea sería colocar toda la información de las redes y teléfono de la clínica siempre en el mismo lugar. Aumentar la tipografía de contenido un punto para que tenga mayor legibilidad. Es un gran trabajo.

LCDA. MARÍA AGUILAR
Licenciada en Comunicación y Diseño

★★★★★

Anexo VIII: Hoja de tabulación

PARTE OBJETIVA

PREGUNTA 1

ALTERNATIVA	PORCENTAJE	
	SI	NO
EXPERTOS	5	0
CLIENTES	2	0
GRUPO OBJETIVO	10	0
TOTAL	17	0

ALTERNATIVA	PORCENTAJE	
	SI	NO
EXPERTOS	29%	0%
CLIENTES	12%	0%
GRUPO OBJETIVO	59%	0%
TOTAL	100%	0%

PREGUNTA 2

ALTERNATIVA	PORCENTAJE	
	SI	NO
EXPERTOS	5	0
CLIENTES	2	0
GRUPO OBJETIVO	10	0
TOTAL	17	0

ALTERNATIVA	PORCENTAJE	
	SI	NO
EXPERTOS	29%	0%
CLIENTES	12%	0%
GRUPO OBJETIVO	59%	0%
TOTAL	100%	0%

PREGUNTA 3

ALTERNATIVA	PORCENTAJE	
	SI	NO
EXPERTOS	5	0
CLIENTES	2	0
GRUPO OBJETIVO	10	0
TOTAL	17	0

ALTERNATIVA	PORCENTAJE	
	SI	NO
EXPERTOS	29%	0%
CLIENTES	12%	0%
GRUPO OBJETIVO	59%	0%
TOTAL	100%	0%

PREGUNTA 4

ALTERNATIVA	PORCENTAJE	
	SI	NO
EXPERTOS	5	0
CLIENTES	2	0
GRUPO OBJETIVO	10	0
TOTAL	17	0

ALTERNATIVA	PORCENTAJE	
	SI	NO
EXPERTOS	29%	0%
CLIENTES	12%	0%
GRUPO OBJETIVO	59%	0%
TOTAL	100%	0%

PREGUNTA 5

ALTERNATIVA	PORCENTAJE	
	SI	NO
EXPERTOS	5	0
CLIENTES	2	0
GRUPO OBJETIVO	10	0
TOTAL	17	0

ALTERNATIVA	PORCENTAJE	
	SI	NO
EXPERTOS	29%	0%
CLIENTES	12%	0%
GRUPO OBJETIVO	59%	0%
TOTAL	100%	0%

Anexo VIII: Hoja de tabulación

PARTE SEMIOLÓGICA

PREGUNTA 6

	ALTERNATIVA			PORCENTAJE		
	MUCHO	POCO	NADA	MUCHO	POCO	NADA
EXPERTOS	5	0	0	29%	0%	0%
CLIENTES	2	0	0	12%	0%	0%
GRUPO OBJETIVO	10	0	0	59%	0%	0%
TOTAL	17	0	0	100%	0%	0%

PREGUNTA 7

	ALTERNATIVA			PORCENTAJE		
	MUCHO	POCO	NADA	MUCHO	POCO	NADA
EXPERTOS	5	0	0	29%	0%	0%
CLIENTES	2	0	0	12%	0%	0%
GRUPO OBJETIVO	9	1	0	53%	6%	0%
TOTAL	16	1	0	94%	6%	0%

PREGUNTA 8

	ALTERNATIVA			PORCENTAJE		
	MUCHO	POCO	NADA	MUCHO	POCO	NADA
EXPERTOS	5	0	0	29%	0%	0%
CLIENTES	2	0	0	12%	0%	0%
GRUPO OBJETIVO	8	2	0	47%	12%	0%
TOTAL	15	2	0	88%	12%	0%

PREGUNTA 9

	ALTERNATIVA			PORCENTAJE		
	MUCHO	POCO	NADA	MUCHO	POCO	NADA
EXPERTOS	4	1	0	24%	6%	0%
CLIENTES	2	0	0	12%	0%	0%
GRUPO OBJETIVO	9	1	0	53%	6%	0%
TOTAL	15	2	0	88%	12%	0%

PREGUNTA 10

	ALTERNATIVA			PORCENTAJE		
	MUCHO	POCO	NADA	MUCHO	POCO	NADA
EXPERTOS	5	0	0	29%	0%	0%
CLIENTES	2	0	0	12%	0%	0%
GRUPO OBJETIVO	9	1	0	53%	6%	0%
TOTAL	16	1	0	94%	6%	0%

Anexo VIII: Hoja de tabulación

PARTE OPERATIVA

PREGUNTA 11

	ALTERNATIVA			PORCENTAJE		
	MUCHO	POCO	NADA	MUCHO	POCO	NADA
EXPERTOS	3	2	0	18%	11%	0%
CLIENTES	2	0	0	12%	0%	0%
GRUPO OBJETIVO	10	0	0	59%	0%	0%
TOTAL	15	2	0	89%	11%	0%

PREGUNTA 12

	ALTERNATIVA			PORCENTAJE		
	MUCHO	POCO	NADA	MUCHO	POCO	NADA
EXPERTOS	3	2	0	18%	11%	0%
CLIENTES	2	0	0	12%	0%	0%
GRUPO OBJETIVO	8	2	0	47%	12%	0%
TOTAL	13	4	0	77%	23%	0%

PREGUNTA 13

	ALTERNATIVA			PORCENTAJE		
	MUCHO	POCO	NADA	MUCHO	POCO	NADA
EXPERTOS	3	2	0	18%	11%	0%
CLIENTES	2	0	0	12%	0%	0%
GRUPO OBJETIVO	9	1	0	53%	6%	0%
TOTAL	14	3	0	83%	17%	0%

PREGUNTA 14

	ALTERNATIVA			PORCENTAJE		
	MUCHO	POCO	NADA	MUCHO	POCO	NADA
EXPERTOS	3	2	0	18%	11%	0%
CLIENTES	2	0	0	12%	0%	0%
GRUPO OBJETIVO	10	0	0	59%	0%	0%
TOTAL	15	2	0	89%	11%	0%

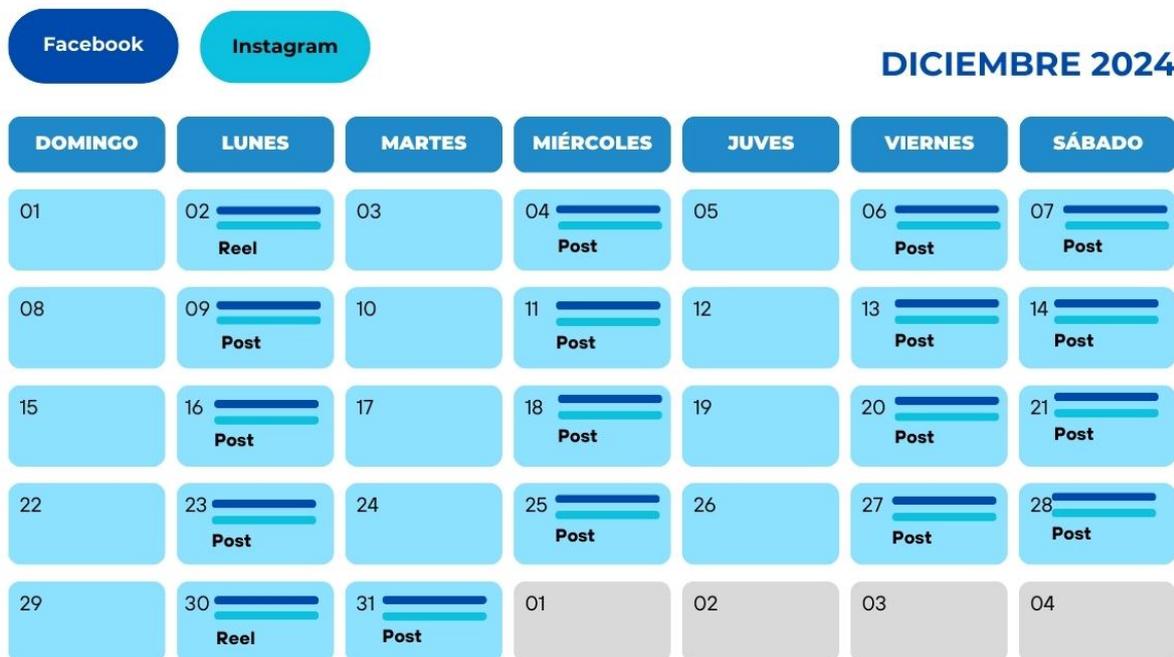
PREGUNTA 15

	ALTERNATIVA			PORCENTAJE		
	MUCHO	POCO	NADA	MUCHO	POCO	NADA
EXPERTOS	3	2	0	18%	11%	0%
CLIENTES	2	0	0	12%	0%	0%
GRUPO OBJETIVO	10	0	0	59%	0%	0%
TOTAL	15	2	0	89%	11%	0%

Anexo IX: Proceso y cotización de publicidad en las plataformas Facebook e Instagram

Planeación de publicaciones

PLATAFORMAS



Proceso y cotización de pautas

Facebook

Descripción	Precio	Tiempo	Total
Reel #1 y #2 "Expertos en sonrisas"	Q50.00	1 día	Q50.00
Post #1 "Sonrisa en buenas manos"	Q50.00	1 día	Q50.00
Post #2 "Cuidado dental de calidad"	Q50.00	1 día	Q50.00
Post #3 "Atención dental"	Q50.00	1 día	Q50.00
Post #4 "Expertos en bienestar"	Q50.00	1 día	Q50.00
Post #5 "Salud dental garantizada"	Q50.00	1 día	Q50.00
Post #6 "Confianza en cada sonrisa"	Q50.00	1 día	Q50.00
Post #7 "Tu sonrisa es compromiso"	Q50.00	1 día	Q50.00
Post #8 "Tu sonrisa nuestra prioridad"	Q50.00	1 día	Q50.00
Post #9 "Cuidamos lo que te importa"	Q50.00	1 día	Q50.00
Post #10 "Clínica de confianza"	Q50.00	1 día	Q50.00
Post #11 "Somos expertos dentales"	Q50.00	1 día	Q50.00
Post #12 "Somos excelencia dental"	Q50.00	1 día	Q50.00
Post #13 "Rellenos dentales"	Q50.00	1 día	Q50.00
Post #14 "Blanqueamiento dental"	Q50.00	1 día	Q50.00
Post #15 "Restauración dental"	Q50.00	1 día	Q50.00
Post #16 "Ortodoncias"	Q50.00	1 día	Q50.00
Post #17 "Evaluaciones"	Q50.00	1 día	Q50.00
TOTAL			Q900.00

Instagram

Descripción	Precio	Tiempo	Total
Reel #1 y #2 "Expertos en sonrisas"	Q50.00	1 día	Q50.00
Post #1 "Sonrisa en buenas manos"	Q50.00	1 día	Q50.00
Post #2 "Cuidado dental de calidad"	Q50.00	1 día	Q50.00
Post #3 "Atención dental"	Q50.00	1 día	Q50.00
Post #4 "Expertos en bienestar"	Q50.00	1 día	Q50.00
Post #5 "Salud dental garantizada"	Q50.00	1 día	Q50.00
Post #6 "Confianza en cada sonrisa"	Q50.00	1 día	Q50.00
Post #7 "Tu sonrisa es compromiso"	Q50.00	1 día	Q50.00
Post #8 "Tu sonrisa nuestra prioridad"	Q50.00	1 día	Q50.00
Post #9 "Cuidamos lo que te importa"	Q50.00	1 día	Q50.00
Post #10 "Clínica de confianza"	Q50.00	1 día	Q50.00
Post #11 "Somos expertos dentales"	Q50.00	1 día	Q50.00
Post #12 "Somos excelencia dental"	Q50.00	1 día	Q50.00
Post #13 "Rellenos dentales"	Q50.00	1 día	Q50.00
Post #14 "Blanqueamiento dental"	Q50.00	1 día	Q50.00
Post #15 "Restauración dental"	Q50.00	1 día	Q50.00
Post #16 "Ortodoncias"	Q50.00	1 día	Q50.00
Post #17 "Evaluaciones"	Q50.00	1 día	Q50.00
TOTAL			Q900.00

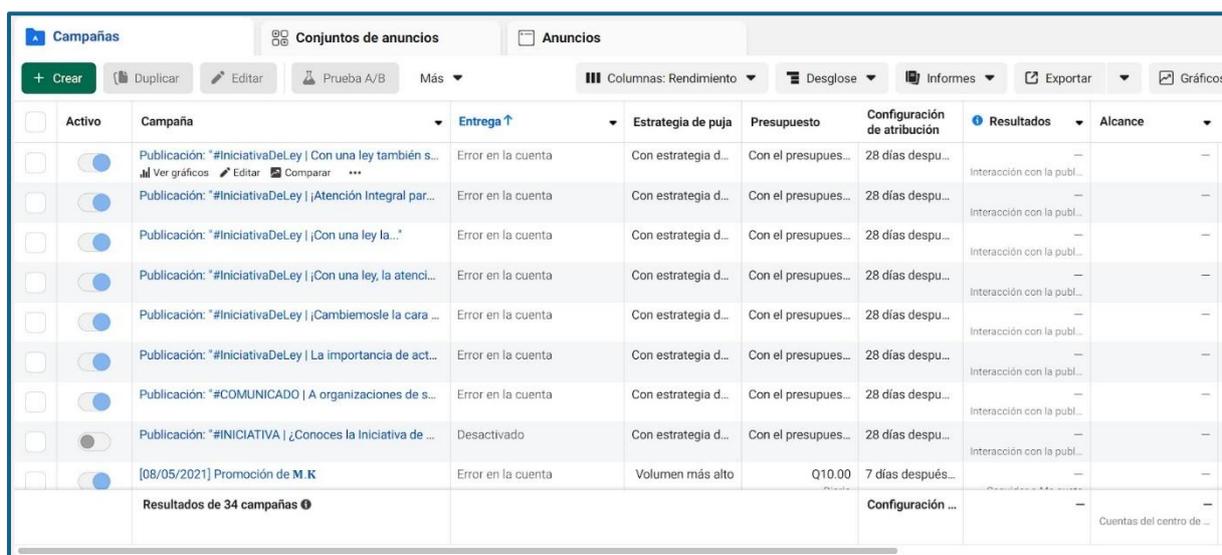
Anexo IX: Proceso y cotización de publicidad en las plataformas Facebook e Instagram

Proceso de cotización y pautas

Meta Business Suite es una herramienta que permite gestionar tanto Facebook como Instagram de manera simultánea, facilita la creación, monitoreo y análisis de campañas publicitarias en ambas plataformas. A continuación, se explica el proceso paso a paso para pautar en ambas redes sociales dentro esta plataforma.

Creación de campaña

En primera instancia, se debe ingresar a la plataforma de Meta Business Suite a través de una cuenta de Facebook o Instagram que unifica las campañas creadas en un solo espacio.

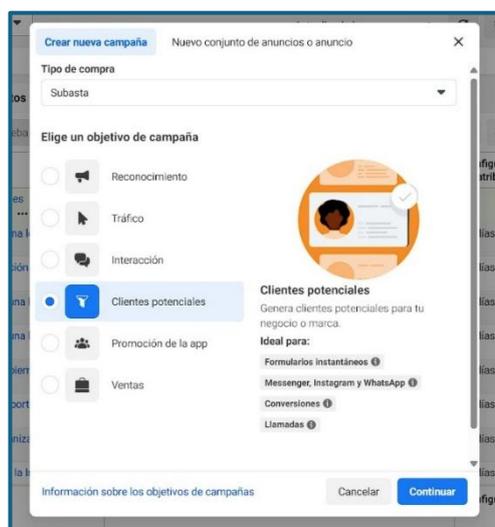


Activo	Campaña	Entrega ↑	Estrategia de puja	Presupuesto	Configuración de atribución	Resultados	Alcance
<input type="checkbox"/>	Publicación: "#IniciativaDeLey Con una ley también s... Ver gráficos Editar Comparar ...	Error en la cuenta	Con estrategia d...	Con el presupues...	28 días despu...	Interacción con la publ...	—
<input type="checkbox"/>	Publicación: "#IniciativaDeLey ¡Atención Integral par...	Error en la cuenta	Con estrategia d...	Con el presupues...	28 días despu...	Interacción con la publ...	—
<input type="checkbox"/>	Publicación: "#IniciativaDeLey ¡Con una ley la..."	Error en la cuenta	Con estrategia d...	Con el presupues...	28 días despu...	Interacción con la publ...	—
<input type="checkbox"/>	Publicación: "#IniciativaDeLey ¡Con una ley, la atencl...	Error en la cuenta	Con estrategia d...	Con el presupues...	28 días despu...	Interacción con la publ...	—
<input type="checkbox"/>	Publicación: "#IniciativaDeLey ¡Cambiosmosle la cara ...	Error en la cuenta	Con estrategia d...	Con el presupues...	28 días despu...	Interacción con la publ...	—
<input type="checkbox"/>	Publicación: "#IniciativaDeLey La importancia de act...	Error en la cuenta	Con estrategia d...	Con el presupues...	28 días despu...	Interacción con la publ...	—
<input type="checkbox"/>	Publicación: "#COMUNICADO A organizaciones de s...	Error en la cuenta	Con estrategia d...	Con el presupues...	28 días despu...	Interacción con la publ...	—
<input type="checkbox"/>	Publicación: "#INICIATIVA ¿Conoces la Iniciativa de ...	Desactivado	Con estrategia d...	Con el presupues...	28 días despu...	Interacción con la publ...	—
<input type="checkbox"/>	[08/05/2021] Promoción de M.K	Error en la cuenta	Volumen más alto	Q10.00	7 días después...	Interacción con la publ...	—
Resultados de 34 campañas					Configuración ...		Cuentas del centro de ...

Anexo IX: Proceso y cotización de publicidad en las plataformas Facebook e Instagram

Selección de objetivo

Para iniciar el proceso de publicidad, se selecciona el botón — Crear— en la sección de campañas. Se elige el objetivo que más se ajuste a nuestra necesidad, como — Clientes potenciales—, — Tráfico— o — Interacción—, y depende del tipo de resultado que se quiera obtener.



Configurar campaña

Luego de seleccionar el objetivo, se nombra la campaña y se define si se necesita incluir anuncios dentro de categorías especiales, como servicios financieros, elecciones o empleo.

Nombre de la campaña

Campaña Natural Smile Clínica Dental Crear plantilla

Categorías de anuncios especiales

Declara si tus anuncios están relacionados con créditos, empleos, viviendas, temas sociales, elecciones o política. Los requisitos varían en función del país. [Más información sobre las categorías de anuncios especiales](#)

Ventajas de declarar categorías de anuncio especiales

Si declaras las categorías de anuncios correctamente, tus anuncios cumplirán con nuestras normas publicitarias y será menos probable que se rechacen.

Categorizar anuncios

Categorías

Selecciona las categorías que mejor describan qué se anunciará en esta campaña.

Declara la categoría si corresponde

Anexo IX: Proceso y cotización de publicidad en las plataformas Facebook e Instagram

Establecer presupuesto

Se define el presupuesto diario o total que se desea invertir en la campaña. También se puede programar la duración de la campaña con respecto la fecha de inicio y fin, que ayudará a controlar el gasto y los tiempos de promoción.

The screenshot displays the 'Presupuesto y calendario' (Budget and calendar) section of an ad campaign setup. It is divided into two main parts: 'Presupuesto' (Budget) and 'Calendario' (Calendar).

Presupuesto: A dropdown menu is set to 'Presupuesto diario' (Daily budget) with a value of 'Q50.00' and a currency symbol 'GTQ'. Below this, a note states: 'No gastarás más de Q50 por día ni más de Q350 por semana. Información sobre el presupuesto diario'.

Calendario: The 'Inicio' (Start) date is '1 de diciembre de 2024' at '19:43 CST'. The 'Fecha de finalización' (End date) is checked as 'Definir una fecha de finalización' (Set an end date) with a date of '31 de diciembre de 2024' at '18:00 CST'. A link 'Mostrar más opciones' (Show more options) is visible at the bottom.

Definir grupo objetivo

En este paso, se selecciona la ubicación geográfica, rango de edad y otros criterios para segmentar el público que verá el anuncio. Se puede especificar características adicionales como intereses o comportamientos para dirigir la campaña a la audiencia correcta.

The screenshot shows the 'Controles de público' (Audience controls) section. It includes a heading 'Controles de público' with an information icon. Below it, text reads: 'Establece criterios relativos a los lugares donde se pueden entregar los anuncios de esta campaña. Más información'. A callout box contains the message: 'Puedes establecer controles de público en esta cuenta publicitaria para aplicarlos a todas las campañas. Ver controles de público en Configuración de publicidad'. A dropdown menu is set to 'Usar público guardado'. The '* Lugares' (Locations) section shows 'Ubicación incluida: Guatemala'. The 'Ocultar opciones' (Hide options) link is visible. The 'Edad mínima' (Minimum age) is set to '18'. The 'Excluir estos públicos personalizados' (Exclude these custom audiences) section has a search bar with the placeholder text 'Buscar públicos existentes'.

Anexo IX: Proceso y cotización de publicidad en las plataformas Facebook e Instagram

Estimaciones de resultados

Antes de finalizar, se puede revisar las estimaciones que Meta proporciona sobre el alcance potencial y la cantidad de clientes estimados que podría generar la campaña, basadas en el presupuesto y segmentación definidos. Se revisa toda la configuración de la campaña asegurando que esté correcta. Una vez validada, se selecciona el botón para publicar, y Meta Business Suite comenzará a mostrar nuestro anuncio tanto en Facebook como en Instagram según la configuración elegida. Esta estimación es basada en el presupuesto y días de pauta establecido para este proyecto.



Nueva Guatemala de la Asunción, febrero 2025.