



FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

Diseño de material gráfico digital para dar a conocer los servicios médicos que ofrece la empresa Medicontact.

Guatemala, Guatemala, 2019.

PROYECTO DE GRADUACIÓN

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

ELABORADO POR:

Diego Mariano Aparicio Archila

Carné 08001153

Para optar al título de:

LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN Y DISEÑO

Nueva Guatemala de la Asunción, junio 2019

Diseño de material gráfico digital para dar a conocer los
servicios médicos que ofrece la empresa Medicontact.

Guatemala, Guatemala, 2019

Diego Mariano Aparicio Archila

Universidad Galileo

Facultad de Ciencias de la Comunicación

junio, 2019

Autoridades

Rector

Dr. Eduardo Suger Cofiño

Vicerrectora General

Dra. Mayra de Ramírez

Vicerrector Administrativo

Lic. Jean Paul Suger Castillo

Secretario General

Lic. 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.

Carta de solicitud de tema (estudiante a FACOM)

Guatemala 12 de abril del 2018

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 DIGITAL PARA DAR A CONOCER LOS SERVICIOS MÉDICOS QUE OFRECE LA EMPRESA MEDICONTACT. GUATEMALA, GUATEMALA, 2019.** Asimismo solicito que el Mgtr. Arnulfo Guzmán Morán sea quien me asesore en la elaboración del mismo.

Atentamente,



Diego Mariño Aparicio Archila
08001153



Mgtr. Arnulfo Guzmán Morán
Asesor
Colegiado 7499

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



FACOM Facultad de Ciencias
de la Comunicación

Guatemala, 18 de mayo del 2018

Señor:
Diego Mariano Aparicio Archila
Presente

Estimado Señor Aparicio:

De acuerdo al proceso de titulación profesional de esta Facultad, se aprueba el proyecto titulado: **DISEÑO DE MATERIAL GRÁFICO DIGITAL PARA DAR A CONOCER LOS SERVICIOS MÉDICOS QUE OFRECE LA EMPRESA MEDICONTACT. GUATEMALA, GUATEMALA, 2019.** Asimismo, se aprueba al Mgtr. Arnulfo Guzmán Morán como asesor de su proyecto.

Sin otro particular, me suscribo de usted.

Atentamente,

Lic. Leizer Kachler
Decano
Facultad de Ciencias de la Comunicación

Carta de asesor (a) entera satisfacción del proyecto



Galileo
UNIVERSIDAD
LA INNOVACIÓN EN LA EDUCACIÓN



Facultad de Ciencias
de la Comunicación

Guatemala, 14 de enero de 2020

**Licenciado
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 DIGITAL PARA DAR A CONOCER LOS SERVICIOS MÉDICOS QUE OFRECE LA EMPRESA MEDICONTACT. GUATEMALA, GUATEMALA, 2019.** Presentado por el estudiante: Diego Mariano Aparicio Archila con número de carné *08001153*, 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,

A handwritten signature in black ink, consisting of a large, sweeping loop at the top and several smaller, connected strokes below it.

Mgtr. Arnulfo Guzmán Moran
Asesor
Colegiado 7499

Carta de información de examen privado



Galileo
UNIVERSIDAD
El conocimiento por la ciencia

FACOM Facultad de Ciencias
de la Comunicación

Guatemala, 06 de febrero de 2020

Señor
Diego Mariano Aparicio Archila
Presente

Estimado Señor Aparicio:

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,

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Leizer Kachler', written over a horizontal line.

Lic. Leizer Kachler
Decano
Facultad de Ciencias de la Comunicación

Carta de corrector de estilo

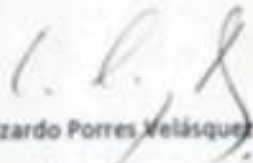
Ciudad de Guatemala, 04 de marzo de 2020.

Licenciado
Leizer Kachler
Decano FACOM
Universidad Galileo
Presente.

Señor Decano:

Le informo que la tesis: ***DISEÑO DE MATERIAL GRÁFICO DIGITAL PARA DAR A CONOCER LOS SERVICIOS MÉDICOS QUE OFRECE LA EMPRESA MEDICONTACT. GUATEMALA, GUATEMALA 2019***, del estudiante Diego Mariano Aparicio Archila, ha sido objeto de revisión gramatical y estilística, por lo que puede continuar con el trámite de graduación.

Atentamente.



Lic. Edgar Lizardo Porres Melásquez

Asesor Lingüístico

Universidad Galileo

Carta de publicación del proyecto (FACOM a estudiante)



Galileo
UNIVERSIDAD
De la Innovación por la Educación

FACOM Facultad de Ciencias
de la Comunicación

Guatemala, 13 de marzo del 2020

Señor:
Diego Mariano Aparicio Archila
Presente

Estimado Señor Aparicio:

De acuerdo al dictamen rendido por la terna examinadora del proyecto de graduación titulado **DISEÑO DE MATERIAL GRÁFICO DIGITAL PARA DAR A CONOCER LOS SERVICIOS MÉDICOS QUE OFRECE LA EMPRESA MEDICONTACT. GUATEMALA, GUATEMALA, 2019**, Presentado por el estudiante: Diego Mariano Aparicio Archila, el Decano de la Facultad de Ciencias de la Comunicación autoriza la publicación del Proyecto de Graduación previo a optar al título de Licenciado en Comunicación y Diseño.

Sin otro particular, me suscribo de usted.

Atentamente,

Lic. Leizer Kachler
Decano
Facultad de Ciencias de la Comunicación

Dedicatoria

A Dios y a la Virgen María, por ser la luz de mi vida otorgando sus bendiciones constantes para que pueda caminar cada paso sostenido y protegido por su incondicional e infinito amor.

A mis padres: Lcda. Ana María A. de Aparicio, por brindarme su apoyo, ejemplo de entrega, amor y paciencia en el camino a formarme como hombre y profesional.

Lcdo. Héctor Augusto Aparicio, por su gran amor, esfuerzo, apoyo incondicional y por siempre creer en mí y animarme con su enorme ejemplo de vida a ser la mejor versión de mí.

A mis hermanos: Pablo Aparicio

Héctor Aparicio

A mis abuelos: Víctor Manuel Archila (Q.E.P.D)

María Hortensia Mejicano (Q.E.P.D)

A mi Asesor de Tesis y catedráticos, por su orientación, guía y apoyo en la elaboración del proyecto de tesis y formación como profesional.

A la Universidad Galileo, mi casa de estudios, por abrirme sus puertas y ser parte de mi formación profesional.

A Medicontact, por brindarme apoyo y ayuda necesaria en la realización del proyecto.

Resumen

A través del acercamiento con la empresa Medicontact se identificó que no cuenta con un material digital que le permita dar a conocer los servicios médicos que ofrece. Actualmente cuenta con material impreso que hace mención de los servicios que la empresa provee pero no explica detalladamente cada uno de ellos. La empresa cuenta con unifolios y trifolios y es más costoso imprimir y distribuir el material que al hacerlo de forma digital.

Por lo que se planteó el siguiente objetivo: Diseñar un material para dar a conocer los servicios de la empresa Medicontact. Guatemala, Guatemala.

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

La herramienta de investigación se aplicó a 25 personas entre grupo objetivo, cliente y expertos en comunicación y diseño. El principal hallazgo, entre otros, es que el diseño del material normará y profundizará los servicios que la empresa ofrece de forma correcta.

Se recomendó trasladar el material a las personas encargadas de la venta y promoción de los productos y servicios para informar a todo el personal administrativo y operativo de Medicontact, acerca de los servicios que provee la empresa a clientes actuales y potenciales para que las normas se realicen eficientemente.

Para efectos legales únicamente el autor, DIEGO MARIANO APARICIO ARCHILA, es responsable del contenido de este proyecto, ya que es una investigación científica y puede ser motivo de consulta por estudiantes y profesionales.

Índice

Capítulo I: Introducción

Introducción 1

Capítulo II: Problemática

2.1 Contexto 3

2.2 Requerimiento de comunicación y diseño 3

2.3 Justificación 4

2.3.1 Magnitud 4

2.3.1.1 Gráfica de Magnitud 5

2.3.2 Vulnerabilidad 6

2.3.3 Trascendencia 6

2.3.4 Factibilidad 6

Capítulo III: Objetivos de diseño

3.1. Objetivo general 8

3.2. Objetivos específicos 8

Capítulo IV: Marco de referencia

4.1 Datos generales de la institución 9

4.2 Misión 10

4.3 Visión 10

4.4 Valores específicos 10

4.5 Competencia directa 10

4.6 Servicios 11

4.7 Análisis FODA 11

4.8 Organigrama	13
4.9 Imagotipo	13
Capítulo V: Definición del grupo objetivo	
5.1 Perfil geográfico	15
5.2 Perfil demográfico	15
5.3 Perfil psicográfico.	16
5.4 Perfil conductual	16
Capítulo VI: Marco teórico	
6.1 Conceptos fundamentales relacionados con el producto o servicio	18
6.2 Conceptos fundamentales relacionados con la comunicación y el diseño	21
6.3 Ciencias auxiliares, artes y teorías y tendencias	26
Capítulo VII: Proceso de diseño y propuesta preliminar	
7.1 Aplicación de la Información obtenida en el Marco Teórico	30
7.2 Conceptualización	34
7.3 Bocetaje	37
7.4 Propuesta preliminar	55
Capítulo VIII: Validación técnica	
8.1 Población y muestreo	61
8.2 Método e Instrumentos	62
8.3 Resultados e Interpretación de resultados	63
8.4 Cambios en base a los resultados	70

Capítulo IX: Propuesta gráfica final

9.1 Paleta de colores	79
9.2 Dimensiones	79
9.3 Tipografías	80
9.4 Tipo de formato	80
9.5 Propuesta gráfica final	81

Capítulo X: Producción, reproducción y distribución

10.1 Plan de costos de elaboración	87
10.2 Plan de costos de producción	88
10.3 Plan de costos de reproducción	88
10.4 IVA	88
10.5 Cuadro con resumen general de costos	89

Capítulo XI: Conclusiones y recomendaciones

11.1 Conclusiones	90
11.2 Recomendaciones	90

Capítulo XII: Conocimiento general

12.1 Conocimiento general	92
---------------------------	----

Capítulo XIII: Referencias

13.1 Referencias de libros	93
13.1 Referencias de documentos electrónicos	93

Capítulo XIV: Anexos

Anexos	99
--------	----



Capítulo I

INTRODUCCIÓN

Capítulo I: Introducción

1.1 Introducción

Medicontact es una empresa de servicios médicos enfocada al cuidado de la salud del ser humano. Se compromete a dar al cliente un trato profesional con los más altos estándares de calidad; de este modo, todo el planteamiento y desarrollo de esta tesis de investigación se fundamenta en un interrogante fundamental que da sentido y forma a todos nuestros planteamientos. Éste interrogante es el siguiente: ¿Qué puedo hacer para dar a conocer gráfica y comunicativamente los servicios médicos que la empresa provee?

Atendiendo a las necesidades de diseño y comunicación que toda empresa tiene para promover sus servicios se determina el tema: **Diseño de material gráfico digital para dar a conocer los servicios médicos que ofrece la empresa Medicontact.**

La implementación de un material gráfico digital formará parte fundamental de la práctica comunicativa de los servicios médicos que la empresa ofrece a clientes actuales y potenciales y cumple, con el objetivo de saciar las necesidades de diseño y comunicación de los profesionales y colaboradores que forman parte de la empresa Medicontact.

La comunicación empresarial que pongo en evidencia es el papel de la transmisión de mensajes claros dentro de propuestas creativas que tengan cohesión con las ciencias que se orientan hacia lo que la empresa promueve. De este modo, se consigue ser interdisciplinario al utilizar varias herramientas para lograr el objetivo planteado con la elaboración de este material.

No cabe duda de que la comunicación, en el seno mismo de esta institución, adquiere un papel de notable importancia, llegando a ser, incluso, decisivo para el óptimo desarrollo de esta entidad médica.

El diseño y creación de un material gráfico digital que logre ajustarse a las necesidades, específicas del ámbito empresarial, con el propósito de establecer un producto tangible que sepa combinar la creatividad y la ciencia que tienen la propiedad de hacer converger teorías procedentes de dos disciplinas como son el diseño gráfico y la medicina.



Capítulo II

PROBLEMÁTICA

Capítulo II: Problemática

Se requiere elaborar un material gráfico digital para dar a conocer los servicios médicos que ofrece la empresa Medicontact, debido a que no cuenta con este material y se ha detectado la necesidad del mismo. El proyecto se quiere implementar en la Ciudad de Guatemala a finales del mes de junio del año 2019, y debe ser distribuido a los directivos y colaboradores de la empresa. Con el material gráfico digital se busca promover la cartera de servicios a fin de generar una comunicación efectiva.

2.1 Contexto

Medicontact brinda servicios médicos a hogares y empresas a través de médicos y personal altamente capacitado, busca satisfacer la necesidad de salud de sus clientes con medicina preventiva y tratamientos adecuados. Lograr comunicar los servicios que pone a disposición ha sido un reto que internamente ha tenido la empresa por la diversidad de servicios que provee y la proyección de los estándares que manejan.

Gracias al diálogo con representantes de la empresa se ha manifestado que el único medio utilizado actualmente para comunicar los servicios ha sido verbalmente o por medio de correos electrónicos.

El problema actual radica en que Medicontact no cuenta con el material adecuado para informar los servicios que proveen a clientes reales y potenciales como a los directivos y colaboradores de la empresa, que posea una imagen institucional que se integre a la proyección profesional que la empresa tiene.

2.2 Requerimiento de Comunicación y Diseño

La empresa Medicontact no cuenta con material gráfico digital que le permita dar a conocer los servicios médicos que ofrece.

2.3 Justificación

Para sustentar las razones por las que se considera importante el problema y la intervención del diseñador – comunicador, se justifica la propuesta a partir de cuatro variables:

2.3.1. Magnitud. La cantidad de personas afectadas por la problemática de comunicación existente se focaliza en el perímetro del territorio guatemalteco, que cuenta con un aproximado de 14 901 286 millones de habitantes, de los que, alrededor de 6 millones residen en el área metropolitana donde se concentra la mayor parte de las operaciones de 5 empresas que ofrecen servicios similares a los de Medicontact. Cuenta con una sede y el material gráfico digital va dirigido a directivos y colaboradores que promueven los servicios a clientes reales y potenciales.

La cantidad de colaboradores es variable y depende del requerimiento de las empresas que contraten los servicios, ya que por tratarse de una empresa cuyo modelo de negocio se basa en la atención médica en el lugar solicitado por el cliente, subcontratan personal profesional que atienda a los pacientes. Entre los colaboradores cuentan con una secretaria que agenda las citas y se encarga de gestionar el proceso de contactar los médicos o enfermeras requeridos en cada evento y los directivos como el resto de colaboradores contactan a los clientes potenciales.

2.3.1.1 Gráfica de Magnitud.



2.3.2. Vulnerabilidad. Se pudo constatar que la empresa Medicontact no cuenta con un material gráfico digital que provea información de los servicios que esta ofrece, esto dificulta la promoción de los mismos y trae consigo efectos relacionados con la falta de información y el alcance deseado que pueda tener la entidad en un futuro.

2.3.3. Trascendencia. La creación del proyecto contribuye a que empleados como clientes actuales y potenciales conozcan más los servicios médicos que la empresa ofrece. Es por esto que se plantea la intervención profesional que involucra diseño y comunicación efectivas para resolver las distintas problemáticas.

Todo este proceso de comunicación se pretende implementar primero con los colaboradores de la empresa Medicontact, ubicada en territorio guatemalteco para luego difundir la información del material a distintas empresas y personas también ubicadas en el interior del país. Esto permite generar un crecimiento económico, mayor proyección, generar estrategias en un mercado competitivo, un portafolio claro de servicios médicos que cubran las necesidades de los clientes.

2.3.4. Factibilidad. Se considera un proyecto factible porque la empresa cuenta con los recursos humanos, organizacionales, económicos y tecnológicos para llevarlo a cabo.

2.3.4.1 Recursos Humanos. La organización cuenta con el capital humano adecuado que tiene la capacidad, el conocimiento, la experiencia y las habilidades para el manejo de las funciones que se desempeñan dentro de la organización. Esto permite el desarrollo del proyecto en su totalidad y la obtención de resultados positivos.

Los profesionales de la salud que colaboran con la empresa deben ser los primeros en conocer todos los servicios que ofrece, para que luego lo den a conocer a los clientes actuales y potenciales. El material gráfico digital debe ser distribuido por los directivos de la empresa Medicontact a los colaboradores.

2.3.4.2 Recursos Organizacionales. Los ejecutivos de la empresa autorizan al personal para que esté en disposición de brindar toda la información necesaria de la empresa para llevar a cabo este proyecto.

2.3.4.3 Recursos Económicos. La empresa cuenta actualmente con los recursos económicos necesarios, que posibilitan la realización de este proyecto.

2.3.4.4 Recursos Tecnológicos. Se cuenta con el equipo y las herramientas indispensables para elaborar y producir el resultado del proyecto de graduación. Para la implementación del proyecto se cuenta con computadora marca Dell, Windows 10, programas de Adobe CS7 y plataforma para presentaciones e-maze.



Capítulo III

OBJETIVOS DEL DISEÑO

Capítulo III - Objetivos del diseño

3.1 Objetivo general

Diseñar material gráfico digital para dar a conocer los servicios médicos que ofrece la empresa Medicontact.

3.2 Objetivos específicos

Investigar términos, conceptos y tendencias de diseño relacionados a la empresa de servicios médicos para que contribuyan al adecuado desarrollo del material gráfico digital.

Recopilar información acerca de la imagen corporativa de la empresa y los servicios médicos para aplicar su línea gráfica en la propuesta gráfica.

Ilustrar íconos que ejemplifiquen visualmente los servicios médicos que ofrece la empresa para que los directivos y colaboradores repliquen la información a clientes reales y potenciales para que comprendan fácilmente la información.

Diagramar los textos e imágenes del material gráfico digital para que la información sea clara, ordenada y se comprenda fácilmente.



Capítulo IV

MARCO DE REFERENCIA

Capítulo IV: Marco de referencia

4.1 Datos generales de la institución

4.1.1 Nombre de la empresa. Medicontact

4.1.2 Ubicación. Av. Reforma 7-62 zona 9, Edificio Aristos Reforma, Guatemala Ciudad

4.1.3 Teléfono. (502) 43097113

4.1.4 Contacto personal. Dr. Eduardo López

4.1.5 Puesto que ocupa. Médico Internista

4.1.6 Antecedentes. La empresa Medicontact es creada el 10 de enero del año 2015 en Guatemala por acuerdo de médicos. Medicontact es una empresa de servicios médicos que poco a poco se ha hecho de presencia en la rama de la medicina en Guatemala.

Aproximadamente cuenta con 600 clientes en la ciudad de Guatemala. Es la tercera entidad que provee servicios médicos creada para atención tanto a hogares como a otras empresas. Busca expandirse en Antigua Guatemala, Sacatepéquez y pronto al resto de departamentos ubicados en el interior de la República de Guatemala.

La primera sede fue ubicada en zona nueve, pero su modelo de negocio va enfocado a la visita médica y atención por eventos en el lugar requerido por los pacientes. El análisis del posicionamiento que la empresa ha logrado se ha medido por el aumento de cartera de clientes y por la demanda que, día con día, las personas tienen de atención domiciliar.

4.2 Misión

Somos una empresa de salud comprometida con la atención de pacientes, a través de nuestro personal médico y de enfermería, brindando cuidados éticos, confiables y seguros para satisfacer las necesidades de nuestros clientes, ofreciéndoles un excelente servicio. Brindamos atención personalizada enfocados en la prevención de enfermedades a través de servicios como vacunación y asistencia médica a domicilio.

4.3 Visión

Ser la empresa líder a nivel nacional de innovación en el cuidado y atención de personas de todas las edades que necesiten asistencia médica a domicilio, vacunación y cuidados de enfermería, brinda para esto, asistencia personalizada y mejora la calidad de vida de nuestros pacientes por nuestro personal altamente capacitado, responsable e integral.

4.4 Valores específicos

- Ética profesional
- Responsabilidad
- Honestidad
- Trabajo

4.5 Competencia directa

- Por Salud
- Blue Medical

4.6 Servicios

- Atención Médica
- Vacunación
- Alquiler de equipo médico
- Publicidad y diseño para médicos y clínicas de servicios médicos
- Toma de muestras
- Servicio al cliente
- Estar a la vanguardia en conocimiento y tecnología
- Medicina preventiva

4.7 Análisis FODA

4.7.1 Fortalezas. Gracias a los servicios que ofrece la empresa, los clientes cuentan con atención a domicilio. Personal de salud supervisa la higiene del lugar antes de trabajar en él, lo que la distingue de las demás empresas de servicios médicos.

Medicontact cuenta con redes sociales donde los clientes pueden avocarse y realizar las consultas necesarias previo a adquirir los servicios.

Un 100% del personal de Medicontact cuenta con “Smartphones”, con internet, para estar en contacto entre colaboradores y con clientes actuales y potenciales a través de las redes sociales de la empresa.

4.7.2 Oportunidades. Mayor incremento en las ganancias de la empresa al promover los servicios con el material gráfico digital.

Ampliar el portafolio con diferentes servicios para tener colaboradores que trabajen en distintas ramas de la medicina y ampliar la cartera de clientes.

Prestar los servicios en pymes ubicadas en territorio guatemalteco.

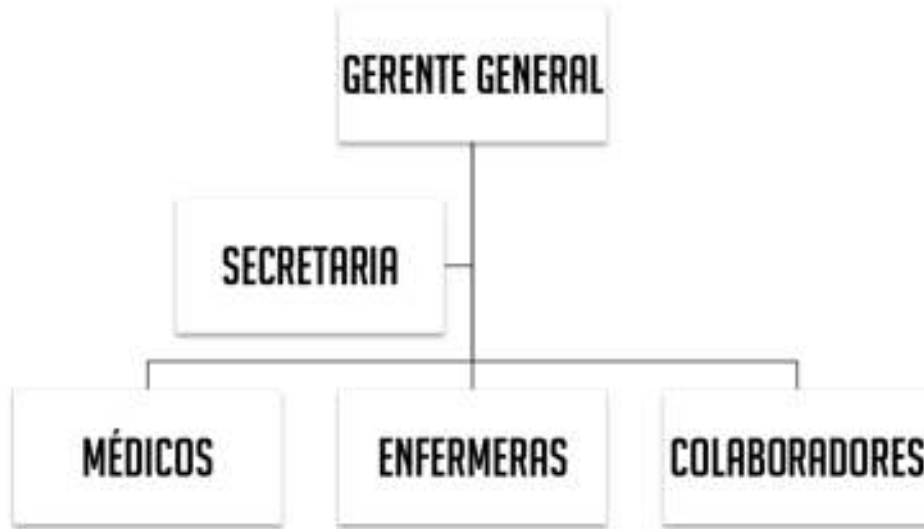
4.7.3 Debilidades.

- Falta de planes estratégicos.
- Escaso capital de trabajo.
- Una sede en el territorio nacional.

4.7.4 Amenazas.

- Existencia de dos empresas establecidas años atrás que proveen servicios similares.
- Precios competitivos por parte de la competencia.
- Competencia con mayor capital económico que facilite la promoción masiva de los servicios que la empresa Medicontact provee a clientes actuales y potenciales.

4.8 Organigrama



4.9 Imagotipo



El nombre de la empresa proviene de la combinación de dos palabras en inglés “Medic” y “Contact” que en español quieren decir “Contacto” “Médico”. El nombre de la empresa es fácil de pronunciar y no se necesita hacer una referencia directa al tipo de servicios que ofrece.

En relación a la tipografía, se trata de una Sans serif, legible que a la vez transmite una imagen moderna, dinamismo y confianza, tanto por sus colores como por sus formas.

El isotipo es un globo de diálogo similar al usado en la aplicación Whatsapp y este refleja comunicación y contacto directo con la marca bajo diversas plataformas tecnológicas.

El grupo objetivo está pensado para hombres y mujeres mayores de edad de clase media y alta, ya que es un grupo que en su gran mayoría labora y puede costear los servicios médicos. El imagologo es moderno y refleja que la empresa está a la vanguardia de la tecnología y la comunicación.

Al pensar en marcas como Centros Hospitalarios La Paz, Blue Medical, CIAM o Centro Médico se piensa en atención médica en los diferentes centros con los que cuentan pero Medicontact busca exclusividad en la atención médica en hogares y empresas con precio asequible.



Capítulo V

DEFINICIÓN DEL GRUPO OBJETIVO

Capítulo V: Definición del Grupo Objetivo

Este proyecto está creado inicialmente para que los colaboradores de Medicontact, cuenten con un material gráfico digital que provea información de los servicios que la empresa ofrece a fin de presentarlo a los ejecutivos de otras empresas interesadas en los servicios de salud, a quienes tengan el hábito de llevar una vida saludable y a personas que requieran de asistencia médica.

5.1 Perfil geográfico

Guatemala se encuentra situado al extremo norte del istmo centroamericano, con una superficie de 108 890 kilómetros. Cuenta con una población aproximada de 14 901 286 de habitantes, la ciudad capital cuenta con un aproximado de 3 134 276 de habitantes y posee un clima templado que hace que la temperatura del área sea relativamente más fresco. Las coordenadas geográficas de Guatemala son 15 ° 30'de latitud norte y 90 ° 15'de longitud oeste. El proyecto se lleva a cabo dentro de Medicontact, ubicada en la Ciudad de Guatemala.

5.2 Perfil demográfico

Nivel Socioeconómico: El proyecto va dirigido a hombres y mujeres con un rango de edad de 25 años a 40 años de edad con un nivel socioeconómico D2 a B en función de que los clientes reales y potenciales de la empresa lo comprendan con facilidad y adquieran los servicios.

Ingresos: Sus ingresos se encuentran entre Q3 400 a Q61 200.

Nivel educativo: Nivel educativo superior, bilingües. Personas que estudian a un nivel universitario, que buscan crecimiento profesional y tienen cierta disponibilidad de horario. Hombres y mujeres profesionales con ánimo de superación. Ver tabla de Nivel Socioeconómico en anexo #1.

5.3 Perfil Psicográfico

Son personas trabajadoras e independientes, extrovertidas y abiertas a tratar con jóvenes o adultos mayores. Cuidan su salud, realizan deportes, actividades familiares y disfrutan de las tradiciones de su país.

Son amables, dedicados a su trabajo y familia. Están abiertos y dispuestos a mejorar cada día y transmiten una imagen positiva a quienes los rodean.

5.4 Perfil Conductual

La productividad de Medicontact se trabaja en 2 áreas, empresas y domicilios. Las ganancias obtenidas en las 2 áreas se miden en base al alcance de la cobertura y proyección mensual. Las métricas del tiempo mensual trabajado por los empleados varían mes a mes, ya que se trabaja al contratar personal por evento.

El personal busca un ambiente de trabajo estable y positivo acorde al desarrollo de las funciones y/o servicios en cuanto a la prestación de servicios médicos.

En el ambiente externo se tiene un nivel de competencia elevado entre empresas que prestan servicios médicos en toda la República de Guatemala, aparte de los factores políticos y sociales que influyen en el desarrollo de las actividades comerciales de la empresa.

Actualmente los empleados tienen diversos beneficios como el bono 14, aguinaldo, actividades familiares y descuentos en los servicios.

La empresa Medicontact está en crecimiento y planea expandirse, lo que garantiza la estabilidad laboral de los profesionales contratados para los eventos médicos que la misma requiera.



Capítulo VI

MARCO TEÓRICO

Capítulo VI: Marco teórico

6.1 Conceptos fundamentales relacionados con el servicio

6.1.1 Medicina clínica. Disciplina más importante en el ejercicio de la medicina y la enfermería, junto a la terapéutica. Sigue los pasos de la Semiología, ciencia y arte de la medicina en el proceso indagatorio orientado al diagnóstico de una situación patológica, basado en la interpretación e integración de los síntomas.

6.1.2 Salud. El origen etimológico de Salud se halla en el latín salud. Según la Organización Mundial de la Salud (OMS) es el estado completo de bienestar físico, mental, espiritual, emocional y social, y no solamente la ausencia de afecciones o enfermedades. La salud implica que todas las necesidades fundamentales de las personas estén cubiertas: afectivas, sanitarias, nutricionales, sociales y culturales. La salud es y debe ser un derecho universal y todo ser humano necesita vivir en condiciones de vida adecuadas por tanto es ineludible que exista una armonía con todos los estados del ser humano citados por la OMS.

6.1.3 Hábito. En la práctica profesional de la atención psicológica, medica y nutricional se habla del hábito que es cualquier comportamiento repetido regularmente, que requiere de un pequeño o ningún raciocinio y es aprendido más que innato, cabe mencionar para que un hábito se forme en una persona debe practicarlo durante varias ocasiones así tanto el cuerpo como la mente se acostumbra a este hecho a lo que el cuerpo va a realizar esto de manera común.

Fomentar el hábito de una alimentación adecuada o de la adherencia a la toma de medicamentos prescritos por el médico, por mencionar unos ejemplos, son formas de mejorar el bienestar del paciente que los profesionales en salud atienden.

6.1.4 Higiene. La higiene es importante en las Ciencias Médicas y su objetivo es, de alguna forma, preservar la salud a través de la limpieza de la ropa, utensilios y área de trabajo la cual debe permanecer desinfectada sino también aireada, ya que la suciedad y la falta de sol, son fuente de enfermedades.

6.1.5 Higiene Personal. La higiene personal se define como el conjunto hábitos y normas que deben cumplirse individualmente para lograr mantener una presencia física aceptable, un óptimo desarrollo físico y un adecuado estado de salud. Las acciones que deben ejecutarse para obtener una higiene personal adecuada, comprenden la práctica sistemática de las medidas higiénicas que debemos aplicar para mantener un buen estado de salud y así evitar futuras enfermedades o contagios.

6.1.6 Empresa. Según la fuente conceptode.com empresa se refiere a una organización o institución, que se dedica a la producción o prestación de bienes o servicios que son demandados por los consumidores; obteniendo de esta actividad un ganancias económicas.

6.1.7 Manual de Procesos y Procedimientos. Manuales son documentos que permiten facilitar la realización de cada actividad perteneciente a una empresa. Los procesos y los procedimientos de gestión, conforman uno de los elementos principales del sistema de control interno de una institución.

Una guía es algo que tutela, rige u orienta, el término puede hacer referencia a múltiples significados de acuerdo al contexto. Una guía puede ser el documento que incluye los principios o procedimientos o el listado con información.

6.1.8 Servicio. La palabra, como tal, proviene del latín *servitium*. Como servicio se denomina a la condición de servir, es decir, de dar o prestar apoyo o asistencia a alguien valiéndonos de un conjunto de medios materiales o inmateriales. Asimismo, como servicio también se conoce el favor que se hace a alguien, el mérito que una persona adquiere sirviendo al Estado o a otra entidad o persona.

6.1.9 Personal administrativo. Incluye el personal de apoyo y operativo no comprendido en otras áreas, como son: secretarías, auxiliares administrativos, intendentes, mensajeros y vigilantes, entre otros. Este personal realiza varias funciones en pro del manejo de las actividades o servicios que la empresa provee.

6.1.10 Personal Operativo. Personal que se encarga de los procesos y servicios que van relacionados con la rama que labora. Comprende únicamente al personal cuyo trabajo está relacionado directamente con los procesos de abastecimiento, producción y distribución, excepto aquél cuyas labores son de dirección o supervisión técnica y administrativa.

6.1.11 Paciente. En la medicina y en las ciencias de la salud, el paciente es alguien que sufre dolor o malestar. En términos sociológicos y administrativos, paciente es el sujeto que recibe los servicios de un médico u otro profesional de la salud y se somete a un examen, tratamiento o una intervención.

6.1.12 Adulto. Ser humano que ha llegado a la madurez física. Aplicado a cualquier edad partiendo de los 18 años. En psicología suele emplearse como genérico para designar los individuos desde su pensamiento hasta su madurez sexual y específicamente en la edad que va desde la edad adulta hasta la vejez.

6.2 Conceptos fundamentales relacionados con la comunicación y diseño

6.2.1 Conceptos fundamentales relacionados con la comunicación.

6.2.1.1 Comunicación. Según la página web “Concepto Definición” la comunicación es la acción de comunicar o comunicarse y es el proceso por el que se trasmite y recibe una información. Para que un proceso de comunicación se lleve a cabo, es indispensable la presencia de seis elementos: que exista un emisor; es decir, alguien que transmita la información; un receptor, alguien a quien vaya dirigida la información y que la reciba; un contacto por medio de un canal de comunicación, que puede ser muy variado: el aire por el que circulan las ondas sonoras, el papel que sirve de soporte a la comunicación escrita, la voz, etc.

Para que exista una información o mensaje a transmitir debe haber un código o sistema de signos común al receptor y al emisor, donde el mensaje va cifrado, los signos pueden ser no lingüísticos (símbolos, señales e iconos) y lingüísticos (escrituras, sonidos, concepto asociado, sentido, etc.); y por último, que el mensaje tenga un referente o realidad, al cual alude mediante el código.

6.2.1.2 Comunicación corporativa. La comunicación corporativa es la disciplina que dirige todos los mensajes que una empresa, organización o institución desea transmitir.

Según Costa, Joan (2000) es el modelo de gestión de comunicación global o corporativa y está situada en distintos ámbitos dentro de la organización o institución, se define la política y estrategia de comunicación en función a los objetivos en colaboración con la dirección general y recursos humanos; área mercantil como apoyo a las funciones de marketing, publicidad, acciones comerciales e imagen de las marcas que se represente.

6.2.1.3 Identidad corporativa. Según Montiel, Sara (2016) escritora de la página web Deusto Formación, la identidad corporativa de una empresa es el conjunto de características, valores y creencias con las que una organización se auto identifica y se auto diferencia de las otras organizaciones.

Es lo que la hace única y diferente a las demás. Una empresa forja su propia identidad en función de lo que cree y piensa de sí misma, y en función de cómo quiere instalarse en la mente de su público.

Presenta una cara interna y otra externa: la faceta interna son sus valores, ideales, cultura, comunicación, metodología, estrategia y la faceta externa es el reflejo de lo anterior por medio de una imagen corporativa.

6.2.1.4 Lenguaje visual. Según Alonso, Cecilia M. (2016) el lenguaje visual un código específico de comunicación con fines informativos, educativos, comerciales y políticos que requiere, como en la comunicación, un mensaje, un emisor y un receptor.

El lenguaje visual es un sistema de comunicación que utiliza las imágenes como medio de expresión y se divide en lenguaje visual objetivo, publicitario y artístico.

6.2.2 Conceptos fundamentales relacionados con el diseño.

6.2.2.1 Diseño. Actividad creativa que tiene por fin proyectar objetos que sean útiles y estéticos. Se refiere a un boceto, bosquejo o esquema que se realiza, ya sea mentalmente o en un soporte material, antes de concretar la producción de algo. Se emplea para referirse a la apariencia de ciertos productos en cuanto a sus líneas, forma y funcionalidades.

6.2.2.2 Diseño Gráfico. Actividad creativa y técnica que consiste en transmitir ideas por medio de imágenes o conceptos innovadores. Se ocupa de organizar imagen y texto, producidos en general por medios industriales, para comunicar un mensaje específico, a un determinado grupo social y con objetivos claros y definidos.

6.2.2.3 Elementos de diseño para empresas de servicios médicos. El diseño gráfico en el sector salud exige entender los elementos esenciales para los cuales va a servir el material gráfico digital. Se crea una relación de valor con el paciente, actual o futuro, también cómo se transmite dicha relación y da respuesta a aquellos aspectos por los cuales se busca información en el material.

Se analizan factores como la integración de los elementos, contenido relevante, diseño fácil para el usuario y encontrar la solución a la problemática de diseño previamente planteada en capítulos anteriores.

6.2.2.4 Imagen Corporativa. La imagen corporativa está asociada a la representación o figura que se tiene de una entidad. El concepto alude a la forma en que los pacientes, clientes y consumidores perciben a la compañía, asociando determinados valores y percepciones a ella.

Los elementos más importantes que dan forma a la imagen corporativa de una empresa son el nombre de la empresa, el logo, el eslogan, el sitio web, redes sociales y todo lo estético y visual que la represente.

6.2.2.5 Manual de identidad corporativa. Un manual de identidad es un documento que contiene las normas básicas del uso correcto de los elementos gráficos que conforman una imagen corporativa. La imagen de una entidad debe ser clara, homogénea y coherente.

Un manual de identidad está conformado por una explicación breve del significado del logotipo, composición del logotipo, colores corporativos, tipografías corporativas, guía del uso correcto e incorrecto del logotipo, diseño de papelería corporativa y muestras del correcto uso de la imagen en diferentes aplicaciones.

6.2.2.6 Boceto. Bosquejo o guía que permite plasmar y exhibir sobre un papel una idea general antes de llegar al trabajo final.

Nos permite analizar, diagramar y estructurar en orden lógico el diseño a desarrollar para comunicar un mensaje.

6.2.2.7 Diagramación. El término diagramación hace referencia a la parte visual de un material gráfico y es el proceso de agrupar de forma armoniosa los textos e imágenes colocados en el mismo para que puedan ser fácilmente entendidos.

6.2.2.8 RGB. Es un modelo de color formado por los colores primarios de luz conformado por rojo, verde y azul. Este sistema es el más adecuado para los monitores he impresoras fotográficas. Las imágenes RGB únicamente utilizan 3 colores que a la hora de mezclarlos pueden llegar a reproducir hasta 16,7 millones de colores.

El modo RGB asigna un valor de intensidad a cada pixel que es un punto minúsculo entre 0 que es negro a 255 que es blanco, cuando el valor de los 3 componentes se mezclan va generando los demás colores haciéndolos brillar con una determinada intensidad.

6.2.2.9 Software de diseño. Son las herramientas de diseño y dibujo asistido por computadora, que permiten hacer uso de las tecnologías informáticas para el diseño y la documentación sobre diseño.

El software de diseño reemplaza los dibujos a mano con procesos automatizados visibles en formatos digitales .

6.2.2.10 Adobe Illustrator. Es una aplicación de creación y manipulación vectorial en forma de taller de arte que trabaja sobre un tablero de dibujo, conocido como mesa de trabajo y está destinado a la creación artística de dibujo y pintura para Ilustración (Ilustración como rama del Arte digital aplicado a la Ilustración técnica o el diseño gráfico, entre otros).

Adobe desarrollo una herramienta con la que podemos crear y trabajar con los gráficos a base de vectores, es decir, imágenes creadas por objetos independientes algunos geométricos los cuales cuentan con atributos propios como tamaño, forma, posición y color.

6.2.2.11 Adobe Photoshop. Es una aplicación informática para pintura y fotografía que trabaja sobre un lienzo y que está destinado principalmente para el tratamiento de imágenes digitales, edición de fotografías, pintura digital, etcétera. El software sirve para trabajar imágenes a base de mapa de bits.

Es una herramienta muy potente que se ha convertido totalmente imprescindible para diseñadores gráficos, ilustradores, fotógrafos usualmente la mayoría de trabajos digitales pasan tarde o temprano en alguna de sus etapas por photoshop. El programa esta desarrollado por la empresa Adobe Systems Incorporated.

6.2.2.12 Emaze. Es una plataforma que facilita la creación de presentaciones y material gráfico interactivo de una forma dinámica; contiene herramientas para incorporar textos, imágenes y otros recursos que sirven como apoyo. Esta herramienta puede utilizarse en cualquier dispositivo que tenga conexión a internet.

Se puede cargar una presentación creada a un formato Power Point o PDF, además, permite enviar el material por medio de un enlace creado al guardarlo sin tener que convertirla a otro formato. El enlace se puede difundir en redes sociales, páginas web y aplicaciones como What's app a fin de que el alcance del material gráfico sea mayor. Este material puede ser editado únicamente por el creador del contenido para que el material no sufra alteraciones o cambios al momento de ser difundido.

6.2.2.13 Hardware. El hardware es un término del idioma inglés que hace referencia a los componentes tecnológicos que trabajan o interactúan de alguna forma con una computadora como ejemplo el mouse, el cableado, la impresora, el CPU entre otros componentes.

6.2.2.14 Tipografía. Se conoce como tipografía a la función, elección y el uso de tipos de las letras diseñadas con unidad de estilo para desarrollar una labor de impresión. Es el estudio del signo icónico y los procesos de sentido-significado a partir de la imagen. El estudio de la imagen y las comunicaciones visuales en realidad excede lo estrictamente visual, tal como puede ser el análisis de colores, formas, iconos y composición, para dar paso a los elementos históricos y socio-antropológicos.

6.3 Ciencias auxiliares, artes, teorías y tendencias

6.3.1. Ciencias.

6.3.1.1 Semiología. Según Ferdinand de Saussure 1906, “la ciencia que estudia la vida de los signos en el seno de la sociedad”. La semiología también puede definirse como el estudio de signos y símbolos pero en el caso de la medicina es el estudio de signos y síntomas de las enfermedades para interpretarlas a fin de llegar a un diagnóstico y por tanto un tratamiento adecuado.

6.3.1.2 Semiología de la imagen. Se entiende por semiótica de la imagen el estudio de los signos e íconos que se dan partiendo de el lenguaje que transmiten las imágenes basado estrictamente en lo pictórico y en lo visual generando análisis de formas, colores, íconos y composiciones.

6.3.1.3 Semiología Clínica. La Facultad de Odontología de la Universidad de Chile describe este término como el reconocimiento de las enfermedades a través de los signos o síntomas.

Es también una disciplina del área médica encargada de proveer un tratamiento a pacientes gracias a los datos obtenidos.

6.3.1.4 Sociología. La sociología es la ciencia que estudia el comportamiento social del los seres humanos y grupos conformados por los mismos. Según lo describe La Federación Española de Sociología, existen dos formas de tratar fenómenos sociales, por un lado trata agregados y entidades sociales y por otro el comportamiento de las personas en relación con las demás.

6.3.1.5 Psicología. El psicólogo H. Rohracher 1953, define la psicología como la ciencia que estudia e investiga los procesos y estados conscientes junto con sus orígenes y efectos. La psicología nos permite comprender los comportamientos regidos por la psique, actividad mental y del alma.

6.3.1.6 Psicología de la comunicación. Es la rama de la psicología que estudia y analiza procesos de comunicación a través de mecanismos psicosociales. La psicología de la comunicación estudia el comportamiento de el hombre como de los mensajes emitidos e interviene en los diferentes procesos de la comunicación.

6.3.1.7 Psicología del color. Esta es una rama de la psicología que analiza el efecto que los colores tienen sobre la percepción y comportamiento humano. La empresa Medicontact utiliza el color turquesa y el naranja en su imago tipo los cuales son ampliamente conocidos por transmitir modernidad, proveen un sentimiento de limpieza y de liberación de lo malo como lo hace el color turquesa y muy asociados con la tecnología como el naranja.

6.3.2. Artes

6.3.2.1 fotografía. La palabra fotografía se deriva de vocablos griegos : phos (luz) y grafis (escritura), que en conjunto se interpreta como escribir con luz . Esta es la forma de captar imágenes por medio de la cámara. Actualmente la fotografía es un medio para transmitir información y muy utilizada en la publicidad y el diseño de materiales gráficos tanto digitales como impresos. La fotografía es utilizada también en las ciencias médicas para recopilar información y como medio de observación.

6.3.3. Teorías

6.3.3.1 Teoría del color. La teoría del color es la que estudia el impacto que tienen los colores en las mentes de las personas ya sea cambiando únicamente el matiz o la saturación de un color se pueden transmitir ideas y sensaciones diferentes. Es importante considerar que en los países cada color tiene también un significado relacionado con temas culturales o religiosos.

6.3.3.2 Teoría de la Gestalt. Es una corriente decisiva en la historia de la psicología que surgió en Alemania a principios del siglo XX. La Gestalt explora las relaciones dinámicas que conectan los diversos elementos de la realidad sin separar procesos de la memoria y la percepción a fin de percibir la realidad de forma natural.

6.3.4. Tendencias.

6.3.4.1 Minimalismo. Esta tendencia se basa en la premisa de que menos es más; aportar un mensaje en concreto sin saturar de elementos genera un enfoque visual hacia el mensaje o imagen que se transmite. El minimalismo en general se basa en colores neutros y sobre ellos uno llamativo que genera una experiencia que persigue una percepción particular de un espacio.

6.3.4.2 Estructuras modulares. La tendencia de estructuras modulares adopta módulos que contienen elementos distintos como fotografías, diseño e información. Esta tendencia se basa en tarjetas de presentación que son, por lo general, rectangulares y se adopta en distintas marcas y diseños de materiales digitales.



Capítulo VII

PROCESO DE DISEÑO Y PROPUESTA PRELIMINAR

Capítulo VII: Proceso de diseño y propuesta preliminar

7.1 Aplicación de la información obtenida en el marco teórico

En el proceso de elaboración del material gráfico digital para dar a conocer los servicios médicos que ofrece la empresa Medicontact, se aplican varias de las ciencias previamente definidas en el Marco Teórico que contribuyen al buen desarrollo de este proyecto. Entre se enumeran las que a continuación presento.

7.1.1 Aplicación de la comunicación. La comunicación es importante para transmitir mensajes claros y comprensibles para el grupo objetivo determinado, de esta manera podremos obtener mejores resultados. En el material se aplica el lenguaje de comunicación escrito donde participan distintos elementos.

- Emisor: Autoría de el material.
- Mensaje: Información de los servicios médicos que ofrece la empresa Medicontact.
- Canal: Material digital
- Código: Textos e imágenes
- Receptor: Grupo objetivo conformado por colaboradores de la empresa Medicontact así como clientes reales y potenciales.

7.1.2 Aplicación de la comunicación corporativa. La información que presenta el material informativo de los servicios de la empresa Medicontact debe ser conocida primero por sus colaboradores quienes con el dominio del tema y empoderados pueden reforzar los temas que se abordan en el material de manera práctica y fidedigna.

7.1.3 Aplicación de la identidad corporativa. La identidad corporativa dentro del proyecto de diseño permite hacer referencia aspectos visuales que distinguen a la empresa.

No trata solamente de un logotipo o en el caso de Medicontact, de un imagologo, sino que se cubren factores que transmiten tanto la filosofía, imagen y sensaciones que se desean reflejar. Entre los elementos clave que se pueden mencionar son el diseño del imagologo, papelería de la empresa y branding.

7.1.4 Aplicación del lenguaje visual. Es el soporte o conjunto de elementos gráficos que acompañan los textos o información escrita del material. Son los colores, las formas e imágenes necesarias para llegar a las mentes del grupo objetivo.

7.1.5 Aplicación del diseño gráfico. Es la parte visual del material que involucra varios procesos que permiten proyectar o comunicar visualmente el mensaje que se desea transmitir. En este caso lo que el diseño gráfico desea transmitir son los servicios de la empresa dentro de una composición creativa usando los instrumentos adecuados.

7.1.6 Aplicación de la diagramación. A través del orden y distribución de elementos como la tipografía e imágenes se puede facilitar la comprensión del mensaje y generar una armonía en el diseño del material gráfico digital. Esto requiere del uso correcto de las herramientas y de aprovechar al máximo el espacio de trabajo.

7.1.7 Aplicación de la tipografía. Al ser un material dirigido a adultos en general debe tener una tipografía acorde al grupo objetivo y caracterizarse por ser moderna, legible, dinámica y minimalista.

7.1.8 Aplicación del color. El color es fundamental en el material gráfico digital, ya que se trata de una empresa que provee servicios médicos. El uso adecuado del color fortalece la imagen que la empresa desea transmitir y ejerce una influencia en el grupo objetivo.

7.1.9 Aplicación de la psicología del color. Es una herramienta fundamental para provocar una reacción en el grupo objetivo.

Los colores se reconocen y asocian a distintos sentimientos, sobre todo en el campo de la medicina ya que conforme sean aplicados se obtiene la reacción deseada en las personas que vean el material gráfico digital.

7.1.10 Aplicación de la imagen corporativa. Los elementos que identifican el material como parte de la empresa proveen de una imagen que la misma desea reflejar a su grupo objetivo. Las personas reconocen fácilmente las instituciones que tienen una imagen unificada y coherente con su modelo de negocio.

La imagen corporativa representa visualmente a la marca y crea un concepto que es adoptado por los clientes y miembros de la misma a fin de crear un vínculo y permiten que esta sea recordada e identificada. La aplicación de la imagen corporativa favorece el desarrollo de campañas publicitarias y en la elaboración un material gráfico.

7.1.11 Mood board.



7.2 Conceptualización

7.2.1 Técnica de creatividad: Atributos.

- ¿Qué es?

Creada por Robert P. Crawford el 1954, es una técnica que pretende encontrar una nueva generación de ideas creativas. Esto con el objetivo de transformar y mejorar cualquier producto, servicio o proceso.

- ¿Para qué sirve?

Es ideal para generar nuevos materiales y productos para las empresas. También puede ser usada en la mejora de servicios o utilidades que ya existan.

- ¿Cómo se realiza?

- **Materiales de trabajo:** sala, sillas para el diseñador, pizarra grande o cuaderno de notas para apuntar las ideas, grabadora (opcional), reloj, post-its.

- **Participantes:** Creativo, diseñador y secretaria o persona que tome nota de ser necesario (quien organiza el proceso, apunta las ideas), miembros del grupo.

- **Tiempo estimado para realizar la técnica:** 45 – 90 minutos.

- **Reglas:** Para que esta técnica produzca resultados, primero se tiene que realizar un listado de las características o de los atributos del producto o servicio que se quiere mejorar para, luego, explorar nuevos caminos que permitan cambiar la función o mejorar cada uno de esos.

- **Metodología:** primero se deben identificar los atributos del proyecto o material que se va a elaborar, se cuestionan cada uno de los mismos para evaluar de qué otras formas se pueden lograr resultados positivos y por último se concluye con expresar ideas para mejorar o crear el material que permita dar a conocer los servicios médicos de la empresa (este se identifica como el problema).

- **Primer paso**

Hacer una lista de los atributos del material.

- Hecho de forma digital (con los programas de diseño Illustrator y Photoshop)
- Contiene los servicios médicos de la empresa
- Se realiza con los colores que posee el imago tipo de la empresa
- Puede comprenderse por cualquier persona que lo vea
- Se necesita un computador, celular o tablet para verlo
- No necesita de uso de internet para ser visualizado, ya que se puede descargar previamente y portar en el computador, celular o tablet.

- **Segundo paso**

Se analiza cada uno de los atributos y se plantean preguntas sobre la forma en que se puede mejorar o crear el material.

- ¿Se podrá hacer impreso?
- ¿Podrán colocarse fotografías tomadas en centros de salud?
- ¿Podrá fabricarse en diferentes colores?

- ¿Podrían tener un diseño e información comprensible únicamente para médicos o directivos de empresas?
- ¿Se puede colocar en la página web de la empresa?
- ¿Se podría incorporar unos links para que quienes lo vean en un computador, celular o tablet se direccionen a las redes sociales de la empresa?

Es importante resaltar que cuantas más preguntas tenga cada atributo mejor de esa forma se logra la elaboración de un material completo y de calidad analizando todos los detalles que puedan hacerlo mejor o útil.

7.2.3 Frase del proyecto. Luego de haber aplicado la técnica se obtienen las siguientes frases que engloban lo que este proyecto pretende, que es informar de manera clara los servicios que la empresa Medicontact provee a clientes actuales y potenciales al utilizar palabras y elementos distintivos de lo que se desea transmitir.

Las frases son:

- “Estar informado para estar saludable”
- “La información correcta sobre los servicios médicos”
- “El conocimiento de nuevas alternativas para estar saludable”
- “La salud integral se logra con el conocimiento”
- “La información del bienestar a la vista”
- “La salud es interés de todos”
- “La adquisición del conocimiento trae nuevas alternativas de salud”
- “La salud es la relación entre el conocimiento y su aplicación”
- “Estar sano y estar bien informado”

- “Abrir la mente a conocer nuevas alternativas para estar sano”

La frase que más se acopla a lo que se quiere transmitir es “Estar informado para estar saludable”. Permite comprenderse desde dos puntos de vista; el primero aduce que la medicina requiere de información correcta para ser aplicada y el segundo que el material dará a conocer los servicios de salud que la empresa provee para luego solicitarlos y, por ende, estar saludables.

7.3 Bocetaje

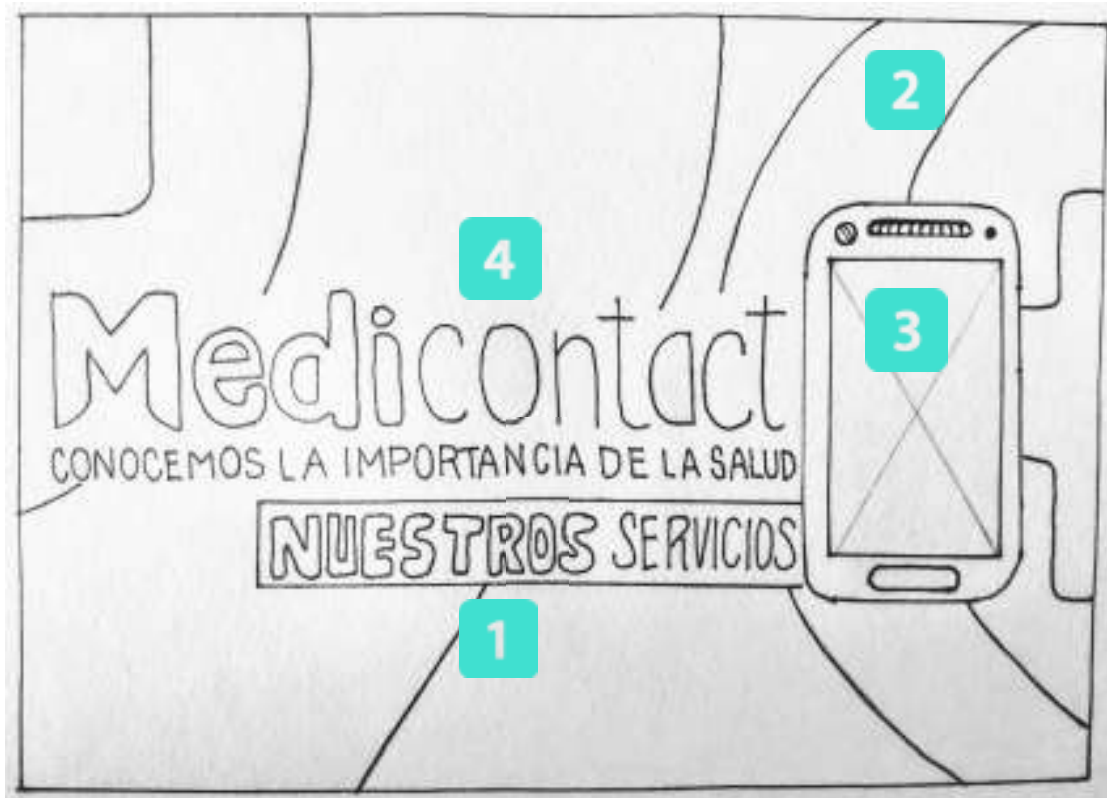
Para la elaboración de los bocetos del material gráfico digital, para dar a conocer los servicios médicos que ofrece la empresa Medicontact, se tomaron en cuenta los siguientes elementos :

- Tipografía
- Diagramación
- Iconografía
- Línea gráfica de la empresa

7.3.1 Bocetos formales

7.3.1.2 Propuesta I.

Pantalla 1



- Interpretación

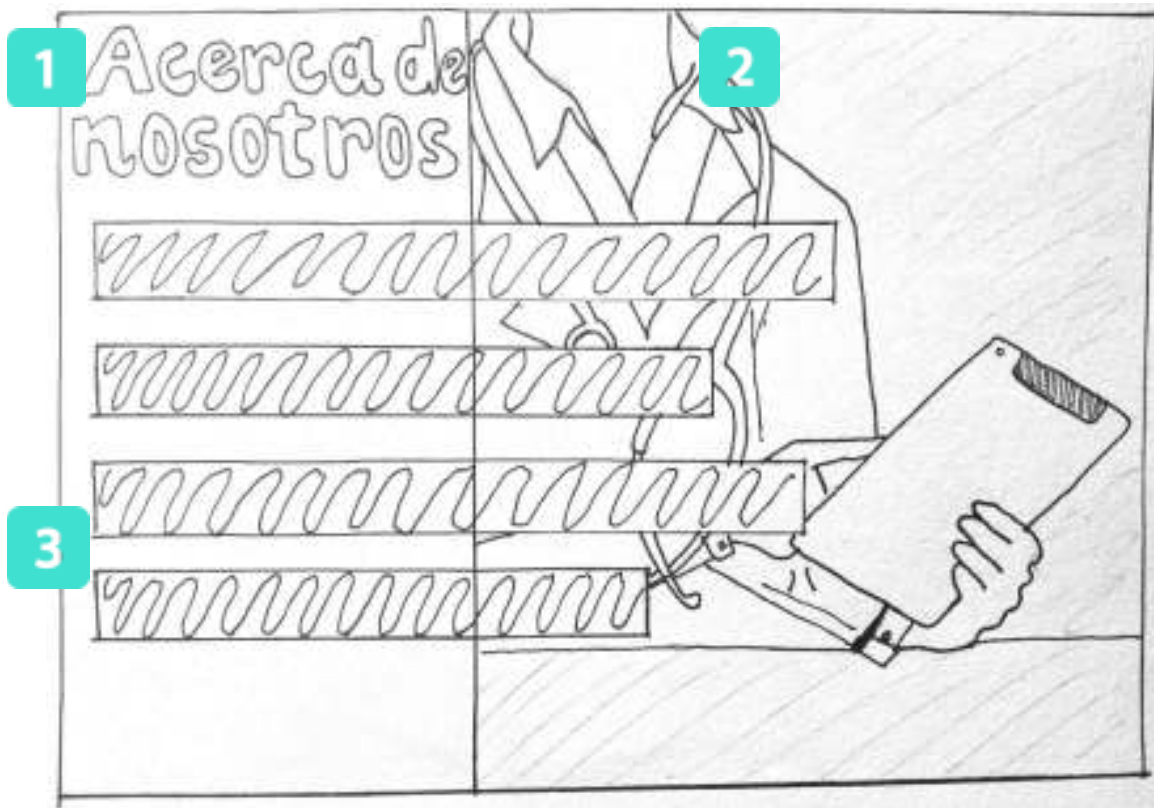
1. Título: Nuestros Servicios
2. Íconos
3. Fotografía
4. Imagotipo Medicontact

- Descripción

En la propuesta de portada se puede apreciar el imagotipo de la empresa al centro y debajo el texto que informa acerca de lo que trata el material gráfico digital “NUESTROS SERVICIOS”. Se coloca un teléfono celular que muestra una fotografía con los servicios que provee la empresa.

Se desea transmitir una imagen moderna y dinámica que a su vez involucre la seriedad y profesionalismo que la empresa representan. Los elementos gráficos de este material hacen juego con las tendencias que describo en este proyecto de tesis.

Pantalla 2



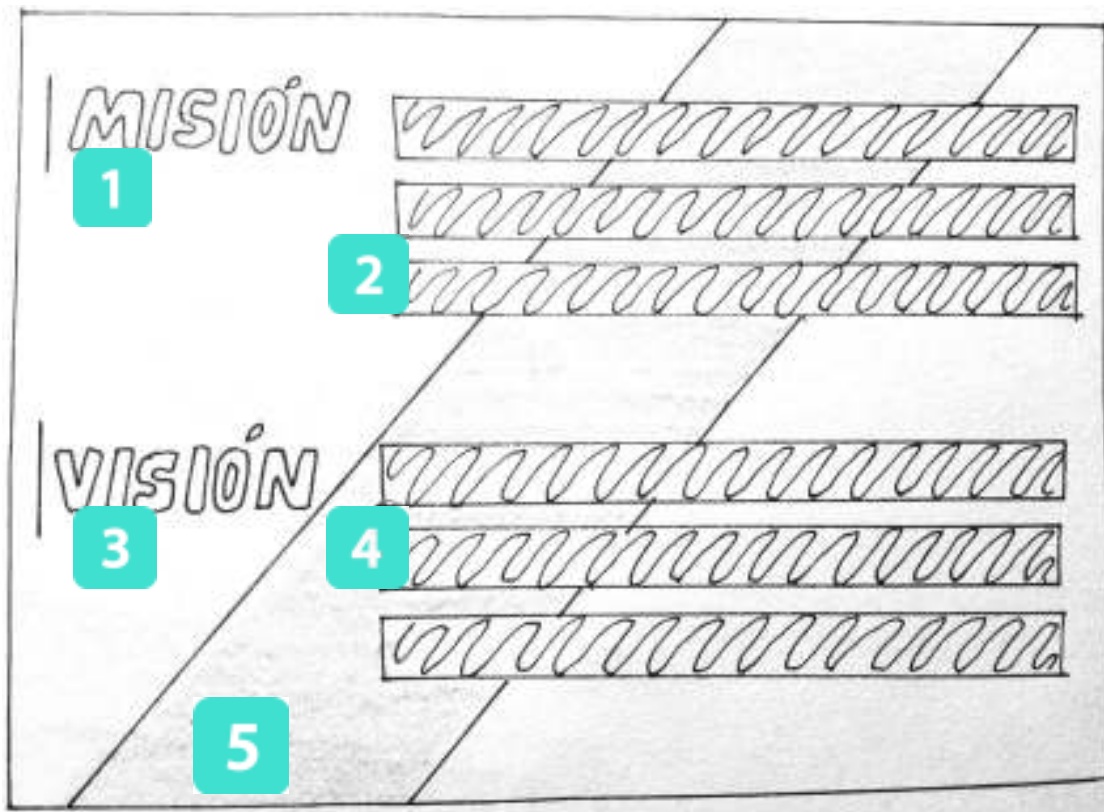
- Interpretación

1. Título: Acerca de nosotros
2. Fotografía
3. Texto

- Descripción

En la pantalla 2 se coloca una explicación de la empresa Medicontact con el fin de introducir al material gráfico digital y tener una idea clara de sus funciones. En la propuesta se coloca la fotografía de un médico al utilizar un aparato digital para reflejar que la marca usa como plataforma la tecnología a fin de establecer contacto con los clientes actuales y potenciales.

Pantalla 3



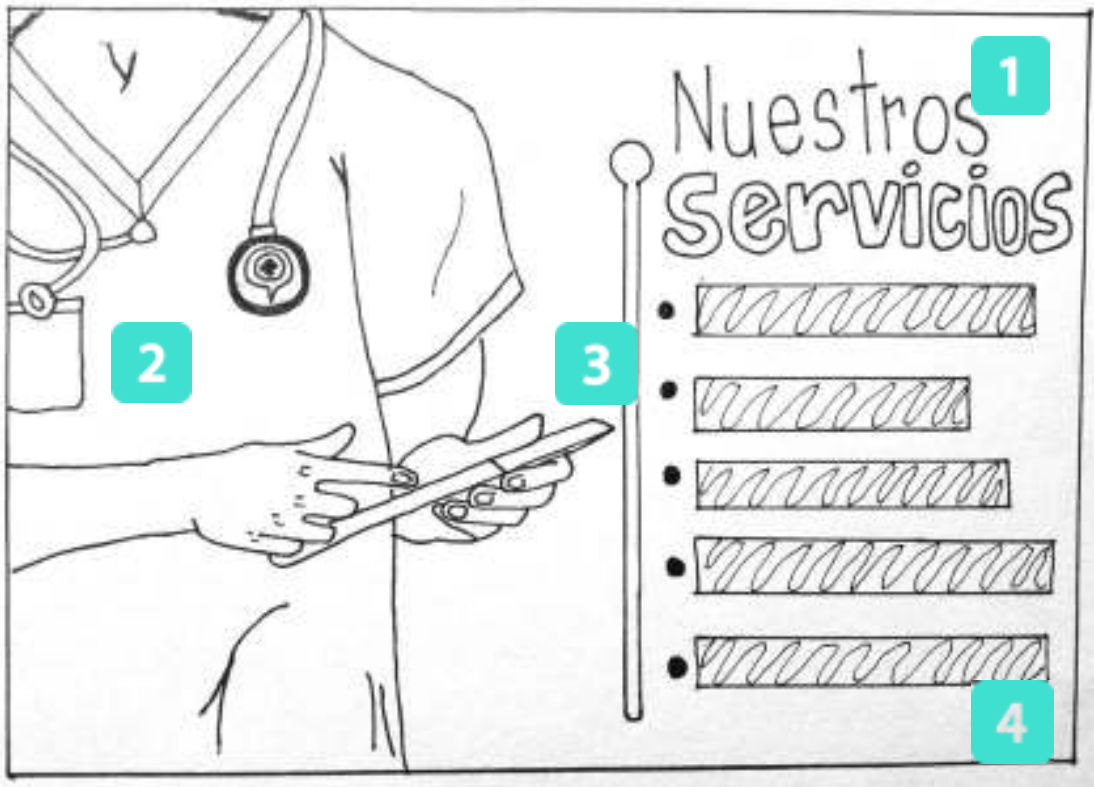
- Interpretación

1. Título: Misión
2. Texto
3. Título: Visión
4. Texto
5. Franja diagonal

- Descripción

En la pantalla se visualiza de forma clara la misión y la visión de la empresa. Para lograr que el texto sea legible y el enfoque visual sea dado al mismo, la pantalla no se carga de varios elementos gráficos y solo se coloca una franja diagonal color naranja en el fondo para dar un realce a la propuesta.

El diseño minimalista expresa claridad, serenidad y profesionalismo que son cualidades que una empresa dedicada a proveer servicios de salud debe tener. Los textos son colocados con las fuentes tipográficas oficiales para unificar el material gráfico con la imagen corporativa de Medicontact.



- Interpretación

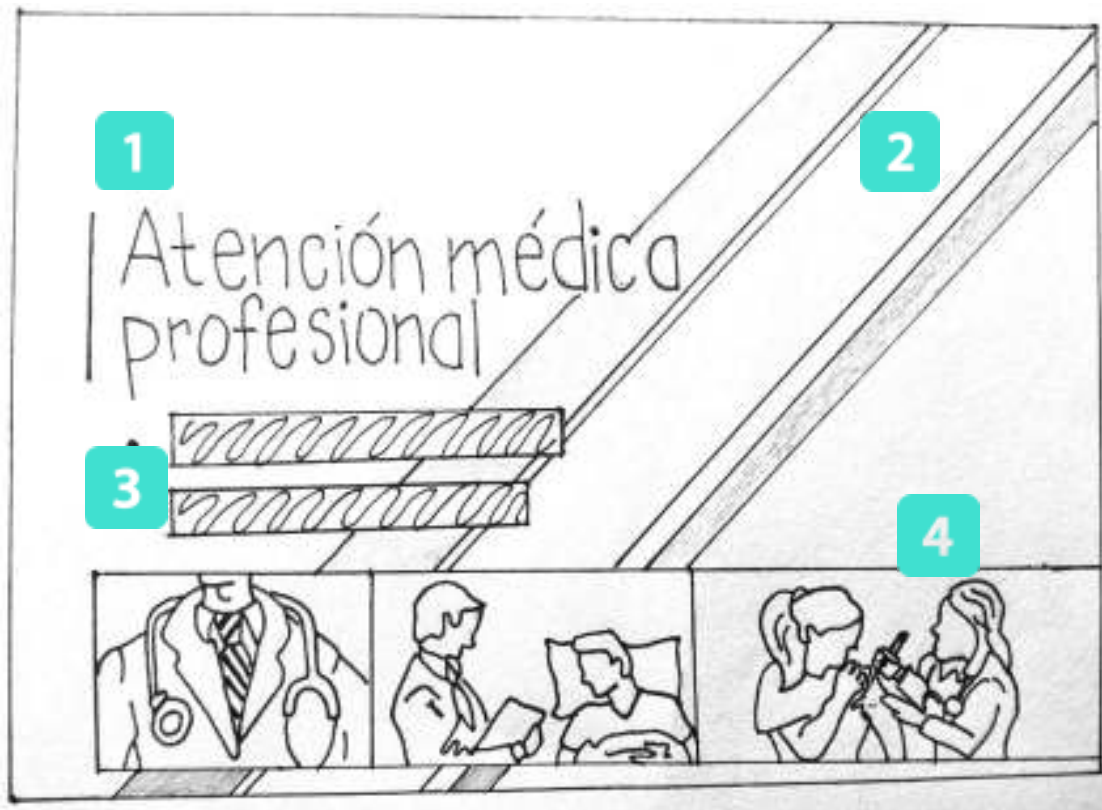
1. Título: Nuestros Servicios
2. Fotografía
3. Línea divisoria
4. Texto

- Descripción

En la pantalla 4 se muestra un menú general de los servicios que provee la empresa Medicontact, la propuesta está formada con fotografía y texto a fin de que dichos servicios sean directamente asociados con profesionales de la salud.

En fotografía se presenta un trabajador de la salud con uniforme de color turquesa, predominante en la imagen institucional. Sostiene una “Tablet” para reflejar el papel importante que juega la tecnología en el control de los procesos y procedimientos que realiza la empresa Medicontact.

Pantalla 5



- Interpretación

1. Título: Atención médica profesional
2. Línea diagonal
3. Texto
4. Tira de imágenes editadas

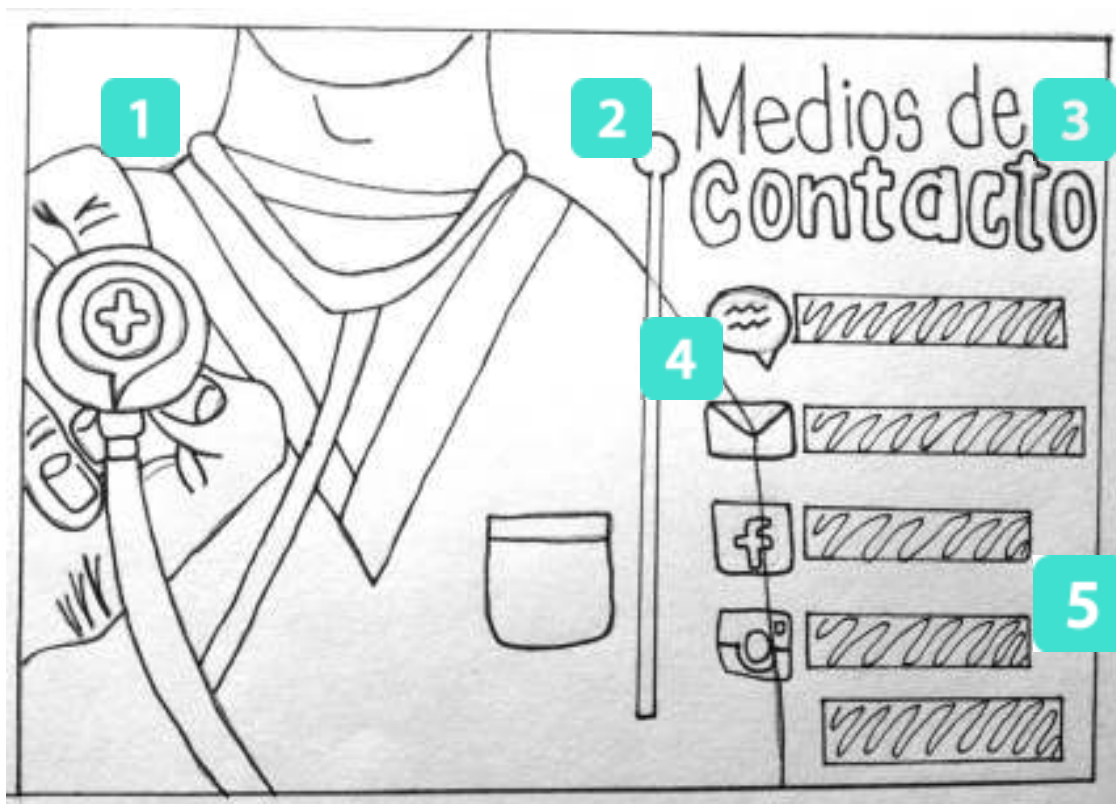
- Descripción

El boceto es un ejemplo de la diagramación que tendrá cada pantalla de los servicios que ofrece la empresa Medicontact.

Con el fin de que los elementos colocados ocupen los mismos lugares y se pueda mantener un orden correlativo.

Los elementos que destacan en la propuesta son los textos y las fotografías que están directamente relacionados a cada uno de los servicios y tienen las mismas tonalidades de color para unificar el diseño del material gráfico.

Pantalla 6



- Interpretación

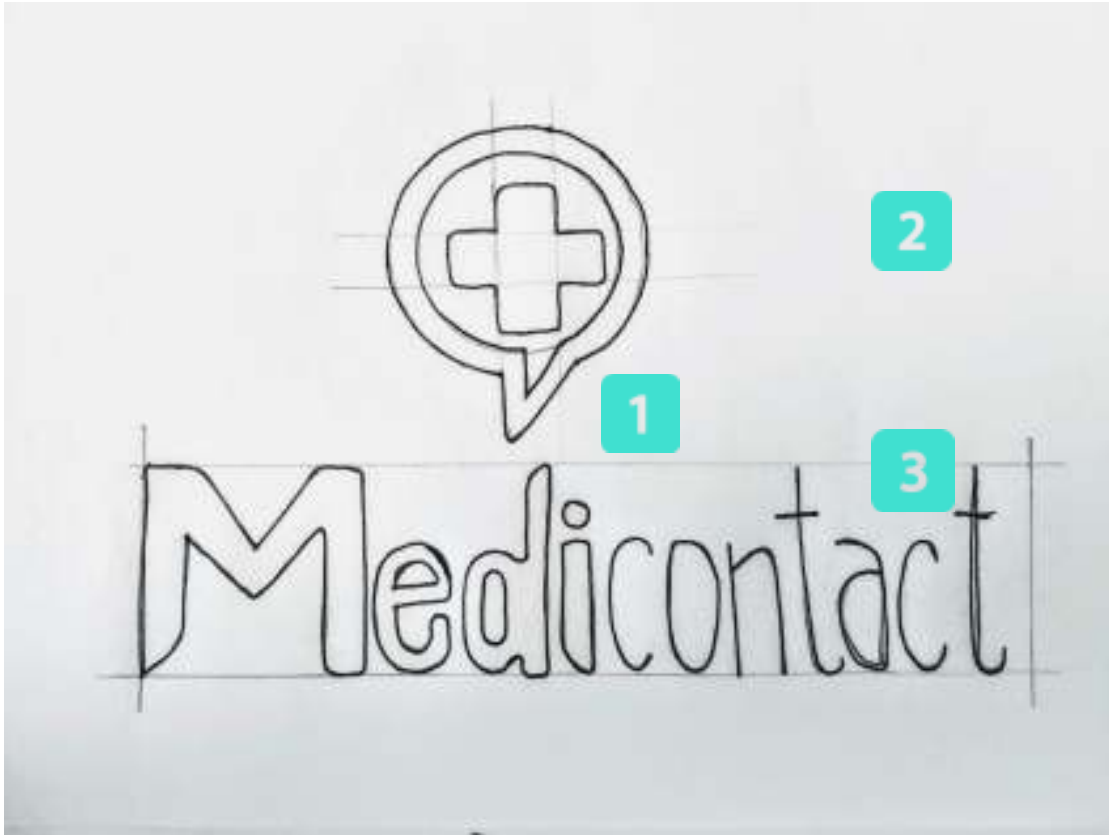
1. Fotografía
2. Línea divisoria
3. Título: Medios de contacto
4. Íconos
5. Texto

- Descripción

En la pantalla 6 se muestran los medios de contacto sobre un fondo fotográfico relacionado con los servicios de salud para que, luego de revisar la información contenida en el material gráfico digital, se proceda a establecer comunicación con la empresa.

7.3.1.3 Propuesta II.

Pantalla 1



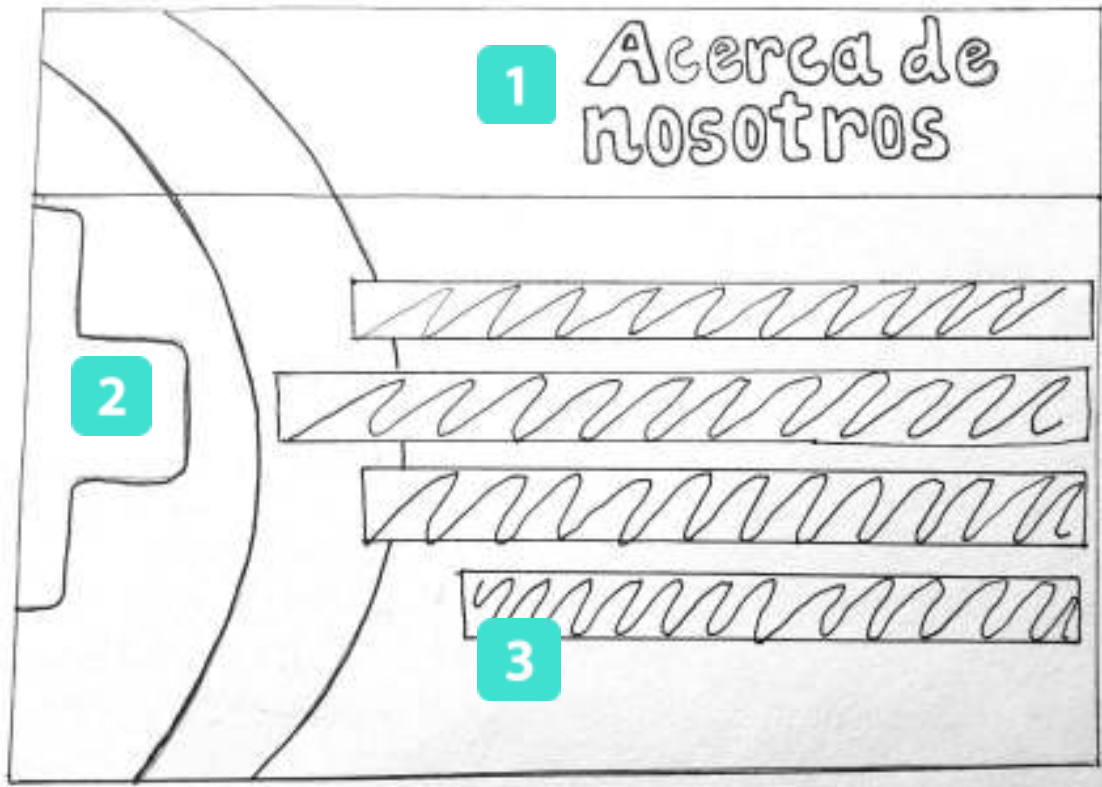
- Interpretación

1. Imagotipo
2. Fondo de un solo color
3. Nombre de la marca

- Descripción

En la pantalla 1 se muestra únicamente el imagotipo de la empresa Medicontact con la finalidad de presentar un diseño minimalista y moderno. Esto contribuye a que continúe la exploración del material gráfico digital.

Pantalla 2

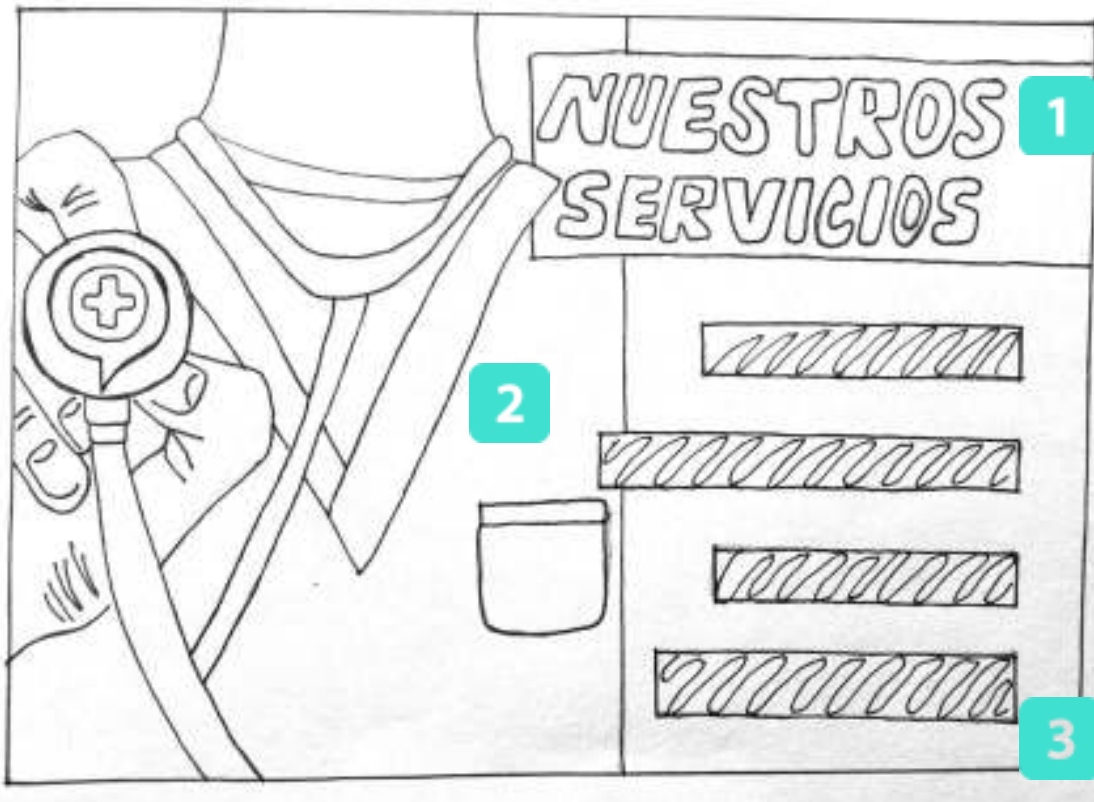


- Interpretación

1. Título: Acerca de Nosotros
2. Ícono
3. Texto

- Descripción

Se coloca el ícono agrandado de la empresa como parte del fondo y el texto correspondiente a la información de la marca. En esta propuesta no se sobrecarga la pantalla con gráficos o fotografías para que el mensaje sea claro y conciso al utilizar el ícono como elemento decorativo dentro de la composición.



- Interpretación

1. Título: Nuestros Servicios
2. Fotografía
3. Texto

- Descripción

En esta pantalla se presenta la fotografía de un profesional de la salud uniformado, con un estetoscopio que contiene el ícono de la empresa, con la finalidad de asociar la información presentada al campo de la salud. Al ubicar imagen de la marca en la fotografía se logra coherencia con el texto.

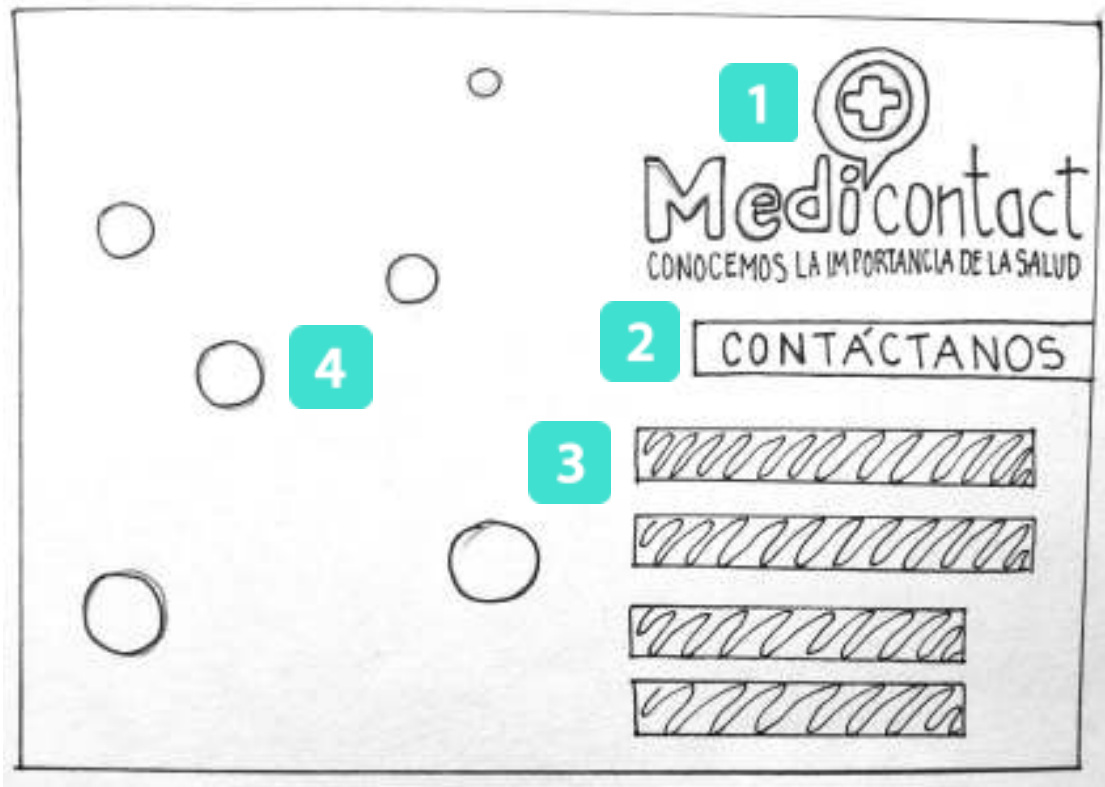


- Interpretación

1. Título de la sección: Nuestros Servicios
2. Subtítulo: Atención médica profesional
3. Texto
4. Tira de imágenes relacionadas a los servicios y atención descritos en el texto

- Descripción

En la pantalla 4 se presenta el formato que se utiliza en cada una de las pantallas de los servicios que la empresa Medicontact. Se aplican fotografías relacionadas al texto colocado.



- Interpretación

1. Imagotipo de la empresa
2. Título: Contáctanos
3. Texto
4. Fondo

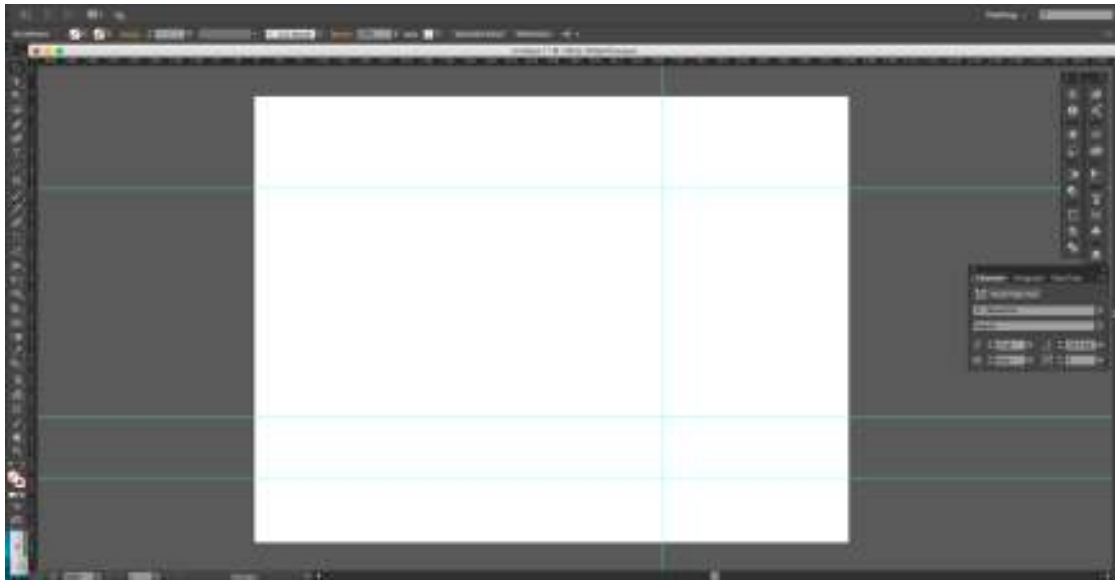
- Descripción

En la pantalla 4 se presentan los medios de contacto de la empresa, se considera colocar el imagotipo en la parte superior derecha de la propuesta debido a que los medios de contacto o redes contienen el nombre de la marca, de esa forma no se perderá la atención al contenido.

Como fondo se aplica un GIF que está conformado por burbujas de color turquesa que corren de abajo hacia arriba a fin de dar movimiento y dinamismo a la propuesta gráfica.

7.3.2 Proceso de digitalización de los bocetos.

- Pantalla 1



1. Se crea un nuevo documento en Illustrator CS5 con las medidas 1 024 x 768 píxeles y se colocan las líneas guías de la retícula para establecer la posición de los elementos.



2. Se coloca el fondo gris claro con degradé desde el centro hacia las esquinas, se ubican dos íconos de la empresa con una transparencia de 33%.



3. Se ajusta el tamaño del formato y colocan las líneas guía para ajustar el imagotipo de la empresa. Luego se ubica el imagotipo sin tocar el ícono previamente puesto del lado derecho y se establece un espacio para el nombre del material debajo del imagotipo.



4. Se coloca el fondo gris claro con degradé desde el centro hacia las esquinas, se ubican dos íconos de la empresa con una transparencia de 33%.



5. En este paso se coloca la imagen de un teléfono celular en formato PNG que debe limitar con la línea guía ubicada en el lado izquierdo del mismo.



5. Se coloca el banner rectangular encajándolo al espacio sugerido por la plataforma digital y se puede proceder a colocar efectos de transición en la pantalla y también incrustar sonido. En este caso se agregó un archivo de audio para que el material gráfico digital sea mas dinámico.

7.3.3 Información general de la propuesta gráfica.

- **Tipo de formato:**

Digital

- **Tipografía:**

Asap Bold Italic

Alegreya Sans

Franklin Gothic Book

- **Paleta de colores:**



R= 24 G= 169 B= 157



R= 65 G= 120 B= 117



R= 241 G= 87 B= 47



R= 88 G= 89 B= 91

- **Dimensiones:**

Alto 768 píxeles

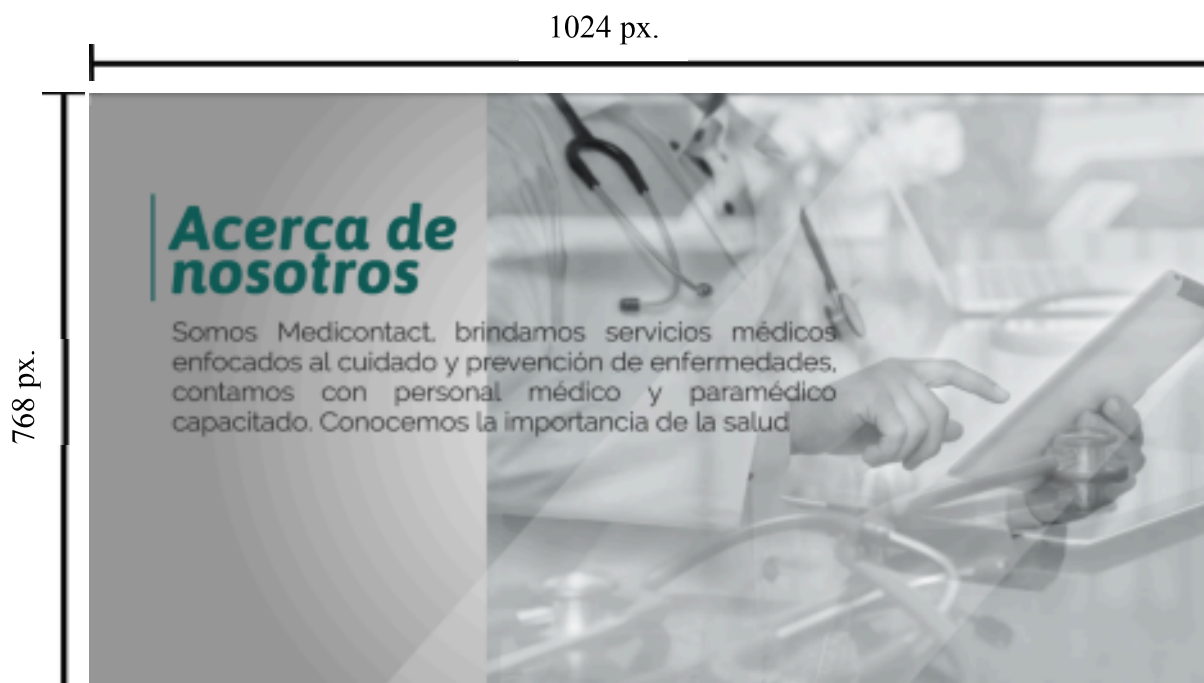
Ancho 1 024 píxeles

7.4 Propuesta preliminar

7.4.1 Portada.



7.4.2 Acerca de nosotros.



7.4.3 Misión y visión.

1024 px.

768 px.



Misión
Ser la empresa líder a nivel nacional de innovación en el cuidado y atención de personas de todas las edades que necesiten asistencia médica a domicilio, vacunación y cuidados de enfermería, brindando para esto, asistencia personalizada y mejorando la calidad de vida de nuestros pacientes por nuestro personal altamente capacitado, responsable e integral.

Visión
Somos una empresa de salud comprometida con la atención de pacientes, a través de nuestro personal médico y de enfermería, brindando cuidados éticos, confiables y seguros satisfaciendo las necesidades de nuestros clientes, ofreciéndoles un excelente servicio.

Brindamos atención personalizada enfocados en la prevención de enfermedades a través de servicios como vacunación y asistencia médica a domicilio.

7.4.4 Nuestros servicios.

1024 px.

768 px.



Nuestros Servicios

- ◆ Atención médica profesional
- ◆ Equipo médico
- ◆ Kit para primeros auxilios
- ◆ Publicidad
- ◆ Toma de muestras
- ◆ Vacunación

7.4.5 Atención médica profesional.

1024 px.

768 px.

Atención médica profesional

- Asistencia médica a domicilio.
- Enfermería a domicilio.
- Fisioterapia y terapia respiratoria a domicilio

The banner features a grey background with a diagonal orange stripe. Below the text is a horizontal strip of three images: a female doctor in a white coat, a nurse in teal scrubs attending to an elderly patient, and a physiotherapist in teal scrubs working with a patient on a mat. A 'Medi' logo is visible in the bottom right corner of the image strip.

7.4.6 Equipo médico.

1024 px.

768 px.

Equipo médico

- Alquiler de equipo médico
- Venta de equipo médico

The banner features a grey background with a diagonal orange stripe. Below the text is a horizontal strip of three images: a man in a blue shirt sitting on a sofa using a laptop, a female doctor in a white coat sitting at a desk, and a woman in a wheelchair on a track. A 'Medi' logo is visible in the bottom right corner of the image strip.

7.4.7 Kit para primeros auxilios.

1024 px.

768 px.



7.4.8 Publicidad y diseño gráfico para profesionales de la salud.

1024 px.

768 px.



7.4.9 Toma de muestras de laboratorio.

1024 px.

768 px.

Toma de muestras de laboratorio

- Extracción de muestras de laboratorio a domicilio
- Análisis de muestras de laboratorio
- Entrega de resultados



Medi

7.4.10 Vacunación.

1024 px.

768 px.

Vacunación

Vacunas disponibles para prevención de:

- Fiebre Amarilla.
- Fiebre Tifoidea.
- Hepatitis A.
- Hepatitis B.
- Herpes Zóster.
- Influenza (Gripe)
- Neumococo.



Medi

7.4.11 Medios de contacto.

1024 px.

768 px.





Capítulo VIII

VALIDACIÓN TÉCNICA

Capítulo VIII: Validación Técnica

Con el fin de verificar la efectividad del diseño del material gráfico digital para dar a conocer los servicios médicos que ofrece la empresa Medicontact, se realiza el proceso de validación para cumplir con los objetivos del presente proyecto.

El presente proyecto utiliza como instrumento de validación la encuesta, esta puede definirse como una investigación realizada a una muestra o grupo de personas donde se obtienen mediciones que parten de características determinadas a fin de obtener opinión relacionada con el tema a tratar.

El trabajo de investigación es mixto, por cuanto se utilizará el enfoque cuantitativo y el enfoque 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 al cliente, a las personas, hombres y mujeres del grupo objetivo y a expertos en el área de comunicación y diseño los que serán un cliente y cuatro expertos en la carrera de comunicación y diseño de la Universidad Galileo.

8.1 Población y muestreo

- **Población:** La población está conformada por 25 hombres y mujeres cuya edad está entre los 30 a 60 años de edad pertenecientes a los niveles socioeconómicos A, B y C+ con un promedio de ingresos entre Q11 900.00 a Q25 600.00 que buscan tener bienestar y salud en todos los aspectos de su vida.

- **Muestreo:** Lo conforman 3 grupos.

- Cliente: Doctor Eduardo López – Médico Internista – 34 años de edad.
- Expertos: 6 profesionales con experiencia en el área de comunicación y diseño gráfico que forman parte de la Facultad de Comunicación y Diseño de la Universidad Galileo.
 - Lcda. Alejandra Canel - Diseñadora gráfica
 - Lcda. Claudia Arriaga – Diseñadora gráfica
 - Lcdo. David Castillo – Productor de televisión
 - Lcdo. José Rodolfo Gill – Productor audiovisual
 - Lcda. Lissette Pérez – Directora regional de cuentas
 - Lcda. Lourdes Donis – Docente

8.2 Método e instrumento

Método cualitativo: Se realizó una encuesta de donde se obtienen los datos de 25 personas de dicha muestra y luego se hace una medición del material gráfico digital por medio de la observación detallada del proyecto.

Instrumento: Se le llama así a la técnica cuantitativa para recolectar los resultados luego de una minuciosa interpretación de los mismos.

Parte objetiva de la encuesta: Está conformada por las preguntas que se extraen de los objetivos del proyecto y está realizada con preguntas dicotómicas (Sí – No)

Parte semiológica: En esta parte se validan los elementos gráficos (signos y símbolos) para determinar si se emplearon de forma correcta. Esta parte está elaborada con la escala de Likert y consta de 3 variables en su mayoría.

Parte operativa: Es la parte de la encuesta que valida la funcionalidad de este proyecto para saber si fue adecuado para responder a los objetivos, la experiencia y opinión de los encuestados. La parte operativa también utiliza tres variables en la escala de Likert.

8.3 Resultados e interpretación

Parte Objetiva

1. **¿Considera necesario diseñar material gráfico digital para dar a conocer a los servicios que la empresa Medicontact provee a clientes actuales y potenciales?**



En 100% de la población encuestada considera necesario diseñar material gráfico digital para dar a conocer a los servicios que la empresa Medicontact provee a clientes actuales y potenciales.

2. ¿Cree necesario investigar información relacionada con teorías y tendencias de diseño en la elaboración de un material gráfico digital para desarrollar este proyecto de la manera más adecuada?

Parte Objetiva No.2



El 100% de la población encuestada cree necesario investigar información relacionada con teorías y tendencias de diseño en la elaboración de un material gráfico digital para desarrollar este proyecto de la manera más adecuada.

3. ¿Considera importante recopilar información y fotografías de los servicios de Medicontact para la realización del material gráfico digital?

Parte Objetiva No.3



El 100% de la población encuestada considera importante recopilar información y fotografías de los servicios de Medicontact para la realización del material gráfico digital.

4. ¿Cree necesario diagramar los elementos que conforman el material gráfico digital de forma organizada para que el grupo objetivo logre comprender fácilmente la información?

Parte Objetiva No.4



- Interpretación de resultados

El 100% de la población encuestada cree necesario diagramar los elementos que conforman el material gráfico digital de forma organizada para que el grupo objetivo logre comprender fácilmente la información.

5. ¿Considera necesario utilizar montajes fotográficos para que se puedan visualizar y comprender los servicios que la empresa Medicontact provee?

Parte Objetiva No.5



- Interpretación de resultados

El 100% de la población encuestada considera necesario utilizar montajes fotográficos para que se puedan visualizar y comprender los servicios que la empresa Medicontact provee.

- Parte Semiológica:

6. Según su criterio visual ¿Cómo considera el diseño del material gráfico digital?

Parte Semiológica No.6

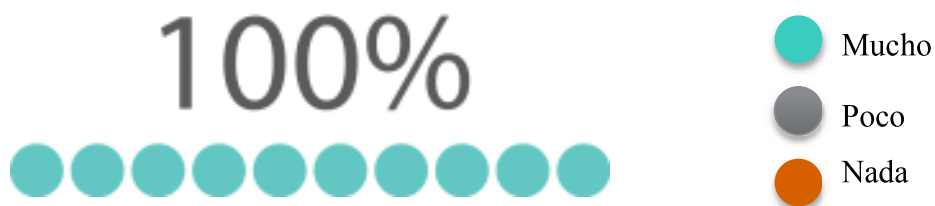


- Interpretación de resultados

El 100% de la población encuestada considera muy atractivo el diseño del material gráfico digital.

7. ¿Cree que los colores utilizados en el material gráfico digital se relacionan con la imagen de la empresa Medicontact?

Parte Semiológica No.7

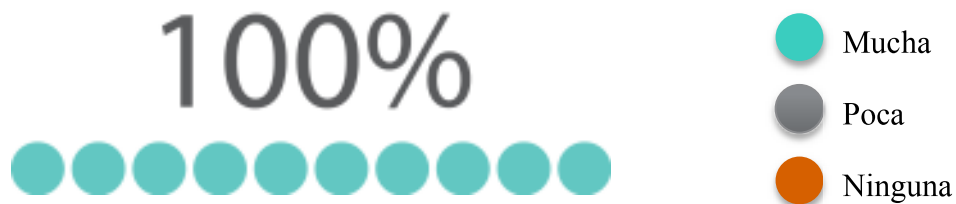


- Interpretación de resultados

El 100% de la población encuestada considera que los colores utilizados en el material gráfico digital se relacionan mucho con la imagen de la empresa Medicontact.

8. ¿Cree que las fotografías tienen relación con la información y con los servicios que la empresa Medicontact provee?

Parte Semiológica No.8



- Interpretación de resultados

El 100% de la población encuestada cree que las fotografías tienen relación con la información y con los servicios que la empresa Medicontact provee .

9. ¿Considera que aplicar un diseño con elementos básicos reduciendo todo a lo esencial hace de la propuesta gráfica digital?

Parte Semiológica No.9



- Interpretación de resultados

El 100% de la población encuestada considera que aplicar un diseño con elementos básicos reduciendo todo a lo esencial hace de la propuesta gráfica digital adecuada.

Parte Operativa:

10. Al leer el material gráfico digital ¿Cómo considera el tipo de letra utilizada?

Parte Operativa No.10

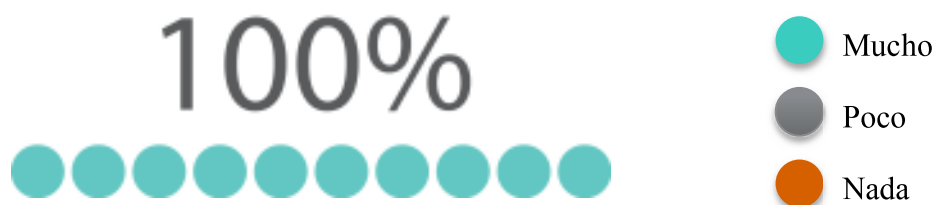


- Interpretación de resultados

El 67% de la población encuestada considera poco legible el tipo de letra utilizada en el material. El 30% de la población considera legible el tipo de letra utilizada en el material mientras que un 3% considera nada legible el mismo. Se propone hacer cambios para resolver la problemática.

11. ¿Considera que la información que se presenta en el material gráfico digital es completa?

Parte Operativa No.11



- Interpretación de resultados

El 100% de la población encuestada considera que la información que se presenta en el material gráfico digital es completa.

12. ¿Considera que la orientación horizontal del material gráfico digital es adecuada?

Parte Operativa No.12



- Interpretación de resultados

El 100% de la población encuestada considera que la orientación horizontal del material gráfico digital es adecuada.

13. ¿Considera fácil compartir el enlace del material gráfico digital?

Parte Operativa No.13



- Interpretación de resultados

El 100% de la población encuestada considera fácil compartir el enlace del material gráfico digital.

8.4 Cambios con base a resultados

- Pantalla 1 (Portada)

8.4.1 Antes.



8.4.2 Después.



8.4.3 Justificación. Luego de la validación, se determinó cambiar el color de elementos pertenecientes a la portada del material gráfico digital, a fin de integrarlo a la línea gráfica deseada utilizando colores de la institución.

- Pantalla 2 (Acerca de nosotros)

8.4.4 Antes.



8.4.5 Después.



8.4.6 Justificación. Luego de la validación, se determinó cambiar la posición de los elementos y engrosar el tipo de letra a fin de que sea más legible y coherente con el diseño del resto de pantallas.

- Pantalla 3 (Misión y Visión)

8.4.7 Antes.



Misión

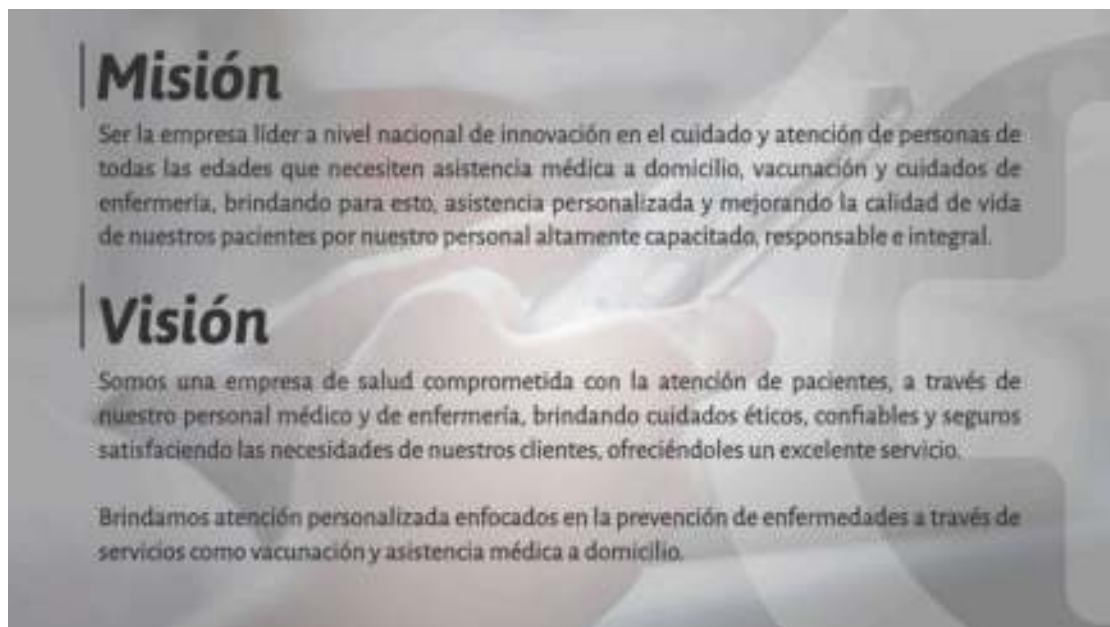
Ser la empresa líder a nivel nacional de innovación en el cuidado y atención de personas de todas las edades que necesiten asistencia médica a domicilio, vacunación y cuidados de enfermería, brindando para esto, asistencia personalizada y mejorando la calidad de vida de nuestros pacientes por nuestro personal altamente capacitado, responsable e integral.

Visión

Somos una empresa de salud comprometida con la atención de pacientes, a través de nuestro personal médico y de enfermería, brindando cuidados éticos, confiables y seguros satisfaciendo las necesidades de nuestros clientes, ofreciéndoles un excelente servicio.

Brindamos atención personalizada enfocados en la prevención de enfermedades a través de servicios como vacunación y asistencia médica a domicilio.

8.4.8 Después.



Misión

Ser la empresa líder a nivel nacional de innovación en el cuidado y atención de personas de todas las edades que necesiten asistencia médica a domicilio, vacunación y cuidados de enfermería, brindando para esto, asistencia personalizada y mejorando la calidad de vida de nuestros pacientes por nuestro personal altamente capacitado, responsable e integral.

Visión

Somos una empresa de salud comprometida con la atención de pacientes, a través de nuestro personal médico y de enfermería, brindando cuidados éticos, confiables y seguros satisfaciendo las necesidades de nuestros clientes, ofreciéndoles un excelente servicio.

Brindamos atención personalizada enfocados en la prevención de enfermedades a través de servicios como vacunación y asistencia médica a domicilio.

8.4.9 Justificación. Después de la validación, se determinó cambiar el fondo, el grosor y color del tipo de letra para que la pantalla sea legible y más dinámica en cuestión de diseño.

- Pantalla 4 (Nuestros Servicios)

8.4.10 Antes.



8.4.11 Después.



8.4.12 Justificación. Luego del proceso de validación, se determinó agregar opacidad al área donde está ubicado el texto para que sea más legible. La tipografía también tiene mayor grosor para facilitar su lectura.

- Pantalla 5 (Formato de pantallas de servicios)

8.4.13 Antes.



8.4.14 Después.



8.4.15 Justificación. Después del proceso de validación, se determinó unificar el color del texto, añadirle grosor para que sea más legible y reducir el tamaño de los títulos para generar armonía con el resto de elementos en la composición gráfica.

- Pantalla 6 (Contraportada)

8.4.16 Antes.



8.4.17 Después.



8.4.18 Justificación. Después del proceso de validación, se determinó agregar opacidad al área donde está ubicado el texto para que este sea más legible. La tipografía también tiene color más oscuro y mayor grosor para facilitar su lectura.



Capítulo IX
PROPUESTA
GRÁFICA FINAL

Capítulo IX: Propuesta Gráfica Final

9.1 Paleta de colores



R= 24
G= 169
B= 157
C= 77%
M= 10%
Y= 46%
K= 0%



R= 65
G= 120
B= 117
C= 77%
M= 38%
Y= 51%
K= 13%



R= 241
G= 87
B= 47
C= 77%
M= 38%
Y= 51%
K= 13%



R= 88
G= 89
B= 91
C= 77%
M= 38%
Y= 51%
K= 13%

9.2 Dimensiones

Alto 768 píxeles

Ancho 1 024 píxeles

9.3 Tipografías

Asap Bold Italic

0123456789

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

Alegreya Sans

0123456789

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

Franklin Gothic Book

0123456789

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRST

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

9.4 Tipo de formato

Digital

9.5 Propuesta gráfica final

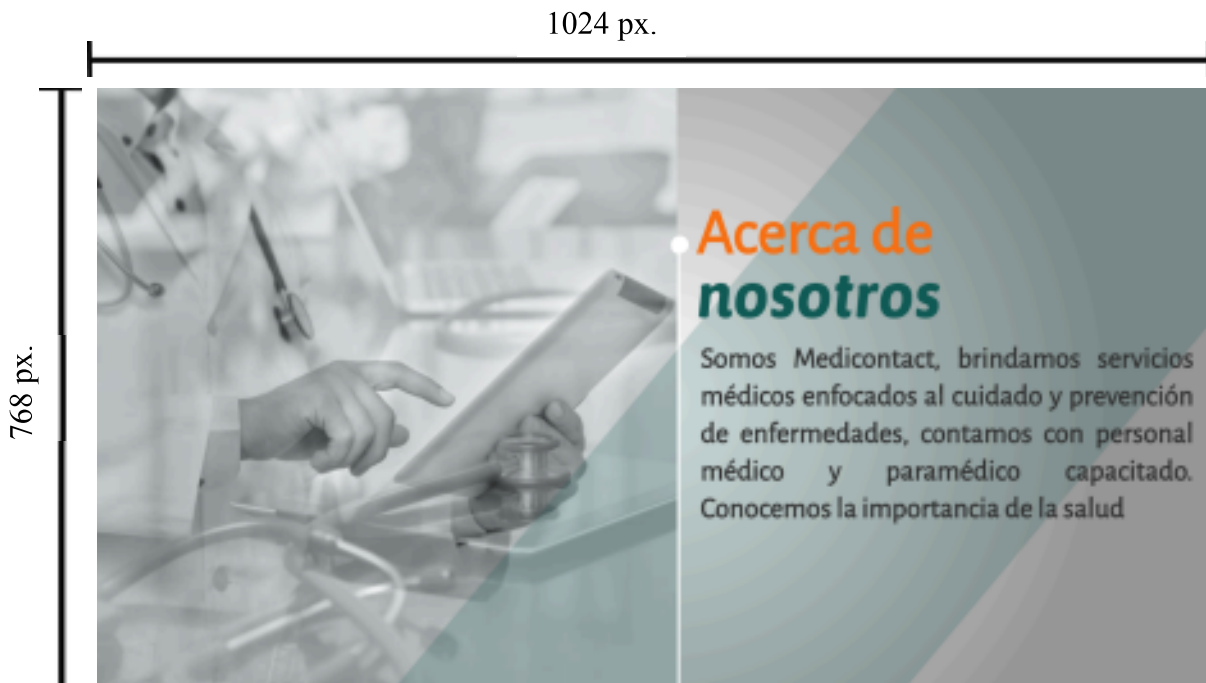
- Pantalla 1



- Vista en pantalla de celular



- Pantalla 2



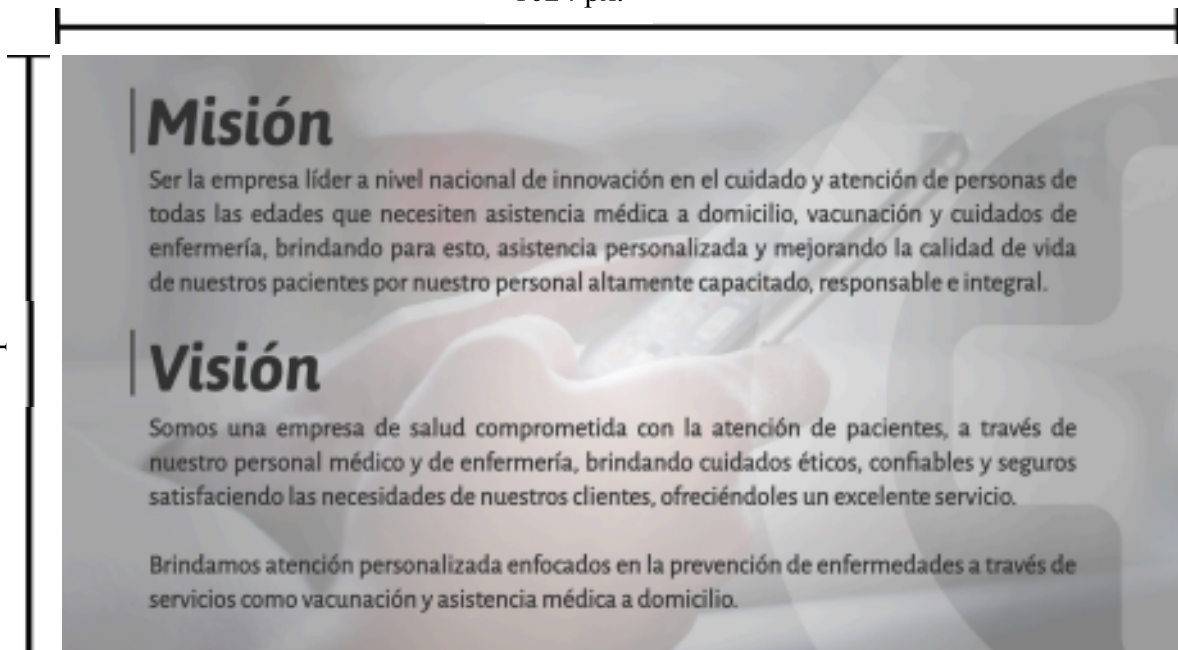
- Vista en pantalla de celular



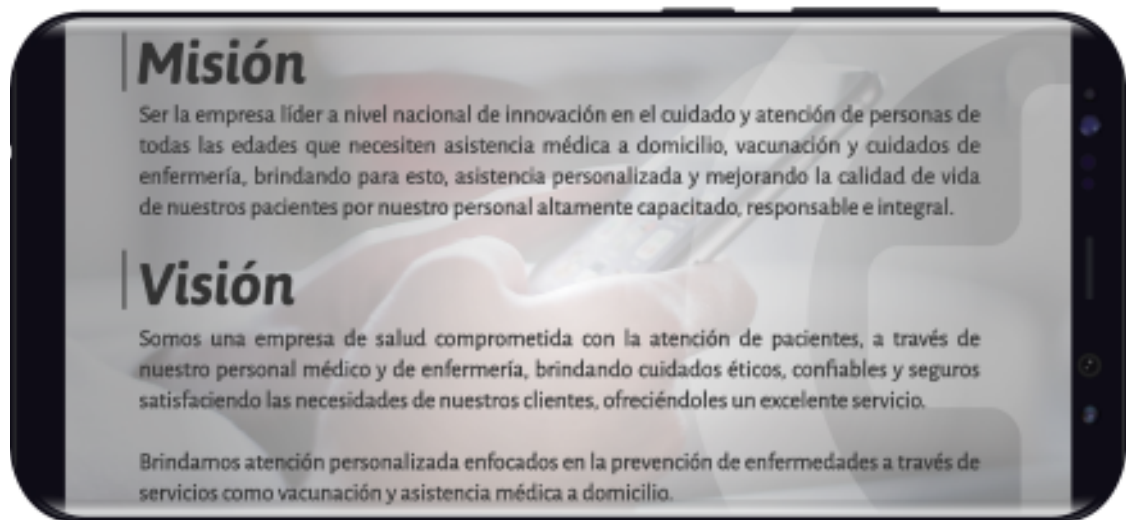
- Pantalla 3

1024 px.

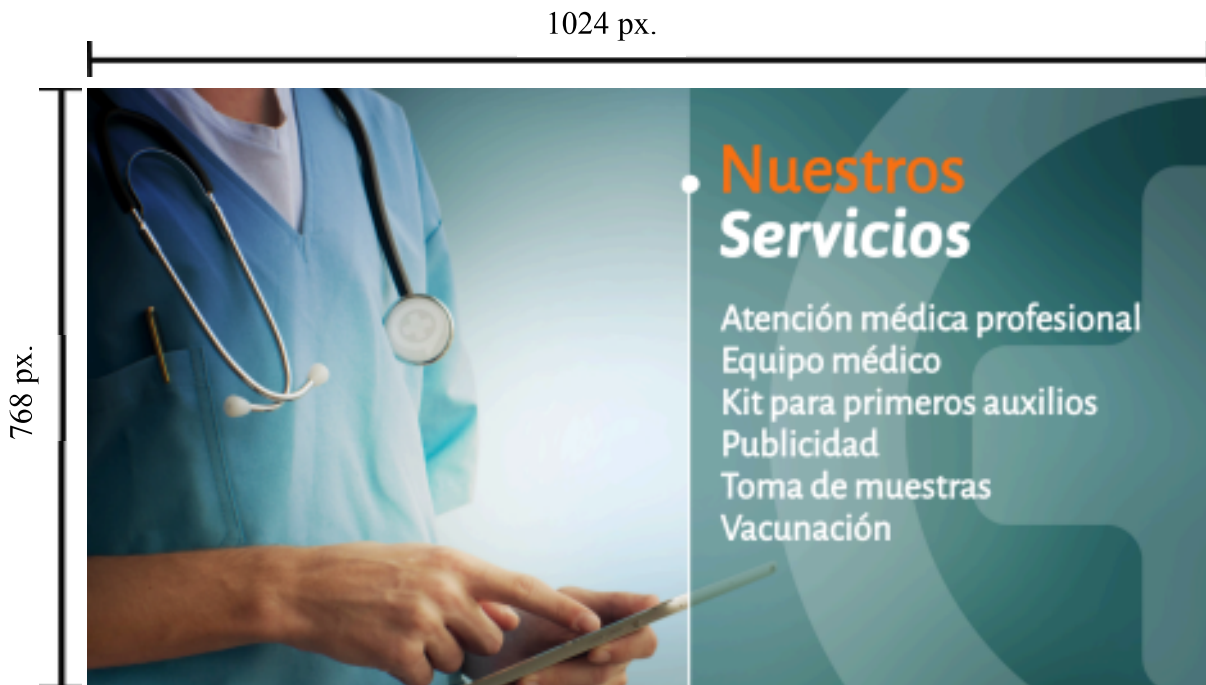
768 px.



- Vista en pantalla de celular



- Pantalla 4



- Vista en pantalla de celular



- Pantalla 5

1024 px.

768 px.



- Vista en pantalla de celular



1024 px.

768 px.





Capítulo X

PRODUCCIÓN REPRODUCCIÓN Y DISTRIBUCIÓN

Capítulo X: Producción, reproducción y distribución

Para dar a conocer el diseño del material gráfico digital que contiene los servicios médicos que ofrece la empresa Medicontact es necesario crear un plan de costos de elaboración, producción y distribución que definan el costo total del proyecto.

10.1 Plan de costos de elaboración

El tiempo estimado en la elaboración del material gráfico digital sienta la base para la planificación correcta de costos relacionados con las horas que se trabajó y el costo por cada hora de trabajo. Todos los costos por hora se relacionan directamente con el proceso de:

- Recopilar la información
- Elaborar un concepto
- Proceso de diseño
- Elaborar la propuesta preliminar

El tiempo de trabajo empleado en el proyecto se desglosa de la siguiente forma:

- Meses de trabajo: 4 meses
- Días de trabajo: 80 días
- Horas de trabajo: 4 horas diarias

La sumatoria de las cantidades propuestas según el plan de costos de elaboración es el siguiente:

- Total de las horas laboradas: 320 horas
- Pago total por las 320 horas laboradas: Q9 600.00 siendo el costo por hora Q30.00

10.2 Plan de costos de producción

Para la elaboración del material gráfico digital se estableció el siguiente plan:

- Elaboración de propuesta final
- Presentación de propuesta final

El tiempo requerido para la elaboración del material gráfico digital se desglosa de la siguiente forma:

- Horas de trabajo diario: 4 horas
- Días de trabajo: 15 días
- Pago por hora laborada: Q30.00

El total de las horas laboradas es de 60 horas hombre y se obtiene una sumatoria de Q1800 la cual corresponde al pago por las horas laboradas.

10.3 Plan de costos de reproducción

El plan de costos de reproducción no estipula monto alguno debido a que el material gráfico digital será distribuido por correo electrónico o whats app.

10.4 IVA

Se toma en cuenta un 12% del impuesto de valor agregado a los totales descritos en los incisos 10.2 y 10.3 dando como resultado la siguiente sumatoria para cada uno de ellos:

- $Q9600 \text{ más } 12\% \text{ (IVA } Q1152) = Q10\ 752.00$
- $Q1800 \text{ más } 12\% \text{ (IVA } Q216) = Q2\ 016.00$

10.5 Cuadro con resumen general de costos

En el cuadro que se presenta a continuación se muestra la sumatoria de los totales obtenidos en los incisos 10.1, 10.2 y 10.3.

Descripción	Total
Plan de costos de elaboración	Q9 600.00
Plan de costos de producción	Q1 800.00
Plan de costos de reproducción	Q00.00
Plan de costos de distribución	Q00.00
Sub total	Q11 400.00
Margen de utilidad (20%)	Q2 280.00
Sub total con Margen de utilidad	Q13 680.00
IVA (12%)	Q1 641.60
Total de proyecto	Q15 321.60



Capítulo XI

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Capítulo XI: Conclusiones y Recomendaciones

11.1 Conclusiones

El diseño del material gráfico digital realizado da a conocer los servicios médicos que ofrece la empresa Medicontact.

La investigación elaborada apoya la búsqueda de los términos, conceptos y tendencias de diseño relacionados a la empresa de servicios médicos para contribuir al adecuado desarrollo del material gráfico digital.

La recopilación de información hecha acerca de la imagen corporativa de la empresa y los servicios médicos que esta ofrece, logró justificar la aplicación de su línea gráfica en la propuesta final.

La realización de ilustraciones e íconos creados ejemplifican visualmente los servicios médicos que ofrece la empresa y logró que directivos como colaboradores comprendan fácilmente la información, para que luego se replique a clientes reales y potenciales.

La diagramación de los textos e imágenes aplicados al material gráfico digital consiguieron que la información sea clara, ordenada y se comprenda fácilmente.

11.2 Recomendaciones

Difundir el material gráfico digital a directivos y colaboradores de Medicontact por medio de WhatsApp y correo electrónico para dar a conocer los servicios que la empresa ofrece.

Utilizar la línea gráfica del material digital en la imagen corporativa de la empresa a fin de unificar criterios relacionados a la composición, colores y tipografía en las diferentes propuestas informativas.

Capacitar y actualizar al personal de la empresa por medio del material gráfico digital para que involucre y refuerce los conocimientos del personal que pertenece a la empresa.

Actualizar el contenido del material gráfico digital ,una vez que se ofrezca un nuevo servicio y así mantener informados a todas las personas que reciban el mismo.



Capítulo XII
CONOCIMIENTO
GENERAL

Capítulo XII: Conocimiento General

12.1 Conocimiento general





Capítulo XIII

REFERENCIAS

Capítulo XIII: Referencias

13.1 Referencias de libros

D

Dr. Lucio Portugal Catacora (25 de abril de 2019). Psicología Social. Perú: Editorial UNSA.

H

Horacio A. Argente (2013). Semiología Médica Fisiopatología, Semiología y Propedéutica. Buenos Aires, Argentina : Editorial Médica Panamericana.

Piedrola Gil y otros (1982) Higiene y Sanidad Ambiental T.II. Medicina preventiva y social. Madrid: Ediciones Armaro (7ª Edición).

P

Piédrola, Gil (2016) Medicina Preventiva y Salud Pública. Francia: Elsevier Masson SAS.

S

Sanz, Tania(2016) ¿Cómo formar hábitos imborrables? La guía completa, Hábito. España: Habitualmente.com

13.2 Referencias de Documentos Electrónicos

A

Alba, Teresa (2016) ¿Qué es un manual de identidad corporativa? España: Diseño Creativo. Obtenido de: <https://xn--diseocreativo-lkb.com/que-es-un-manual-de-identidad-corporativa/>
[2018, 9 de agosto]

Aguilar Galván, Andrés (2010) Software de diseño gráfico. Obtenido de: <http://diseno-andres.blogspot.com//12/el-diseno-grafico-es-una-profe2010sion-cuya.html#comment-form>
[2020, 19 de agosto]

C

CogniFit (agosto 2017) Gestalt: Qué es, características, sus leyes y principales aplicaciones.

Obtenido de: <https://blog.cognifit.com/es/gestalt/>

[2018, 8 de agosto]

Concepto definición (2011). Fotografía. Obtenido de: <https://conceptodefinicion.de/fotografia/>

[2018, 8 de agosto]

D

Definición MX (20 de febrero de 2015) Definición de boceto, México D.F.

Obtenido de : <https://definicion.mx/boceto/>

[2018, 6 de agosto]

Díaz Soloaga, Carmen (6 de marzo de 2019) Lenguaje visual, principios y caso de estudio Aena.

Social Media PyMES

Obtenido de: <https://www.socialmediapymes.com/lenguaje-visual/>

[2018, 6 de agosto]

E

EcuRed (4 de julio de 2019) Adulto. Psicología evolutiva. Cuba

Obtenido de: <https://www.ecured.cu/Adulto>

[2019, 8 de agosto]

F

Foto Nostra. Modos de color RGB, CMYK y RGB. Modelo de colores RGB: hágase la luz.

Obtenido de: <https://www.fotonostra.com/grafico/rgb.htm>

[2018, 6 de agosto]

G

García Allen, Jonathan (2019) Psicología del color: significado y curiosidades de los colores. Psicología y mente.

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

[2018, 13 de septiembre]

Gómez, Giovanni. (2001, diciembre 11), Manuales de procedimientos y su uso en control interno.

Obtenido de: <https://www.gestiopolis.com/manuales-procedimientos-uso-control-interno/>

[2018, 8 de agosto]

Guzmán, Elies. (20 de noviembre de 2017) ¿Qué es Adobe Illustrator y para qué sirve? Malavida

Obtenido de: <https://www.malavida.com/es/soft/adobe-illustrator/q/para-que-sirve-adobe-illustrator.html#gref>

[2018, 13 de septiembre]

H

Hernández Borbolla, Manuel (15 de junio 2019) Semiología. Apuntes de semiótica y/o semiología. México. Obtenido de: <https://manuelhborbolla.wordpress.com/2012/06/15/apuntes-de-semiotica-yo-semiologia/>

[2018, 2 de agosto]

Hernández Borbolla, Manuel (15 de junio 2019) Semiología de la imagen. Apuntes de semiótica y/o semiología. México. Obtenido de:

<https://manuelhborbolla.wordpress.com/2012/06/15/apuntes-de-semiotica-yo-semiologia/>

[2018, 2 de agosto]

Hospital Psiquiátrico de la Habana (12 de marzo del 2013) Higiene personal. Habana, Cuba.

Obtenido de: <http://www.psiquiatricohph.sld.cu/boletines/higienepersonal.html>

[2018, 7 de agosto]

I

Isolated (14 de junio de 2014) ¿Qué es la comunicación corporativa? Madrid, España.

Obtenido de: <https://www.isolated.es/blog/que-es-la-comunicacion-corporativa/>

[2018, 13 de septiembre]

K

Kliever, Jane. (2017) Estructuras modulares. Las nueve tendencias de diseño gráfico que necesitas tener en cuenta; Canva.

Obtenido de: https://www.canva.com/es_mx/aprende/9-tendencias-diseno-grafico-imperdibles/

[2018, 6 de agosto]

L

Layne, Elizabeth (2018) ¿Qué es un empleado operativo? Houston: La voz de Houston.

Obtenido de: <https://pyme.lavoztx.com/qu-es-un-empleado-operativo-7644.html>

[2018, 9 de agosto]

León Ale, Fran (24 de septiembre de 2015) ¿Qué es la identidad corporativa? Merca 2.0

Obtenido de: <https://www.merca20.com/que-es-la-identidad-corporativa/>

[2018, 9 de agosto]

M

Mique (2 de noviembre de 2016) Diseño gráfico minimalista. Zaragoza, España. Obtenido de:

<https://www.mique.es/diseno-grafico-minimalista/>

[2018, 9 de agosto]

Montalbán C. (2015) ¿Qué es la sociología? Federación Española de Sociología; España.

Obtenido de: <http://www.fes-sociologia.com/que-es-la-sociologia/pages/27/>

[2018, 6 de agosto]

N

Neo Attack. Photoshop. Barcelona, España

Obtenido: <https://neoattack.com/neowiki/photoshop/>

[2018, 13 de septiembre]

P

Proyecto TSP (29 de septiembre de 2015) Herramienta: Emaze. Canarias, España.

Obtenido de: <http://www3.gobiernodecanarias.org/medusa/ecoescuela/recursosdigitales/2015/09/29/herramienta-emaze/>

[2018, 13 de septiembre]

R

Raffino, María Estela (25 de julio de 2019). Empresa. Concepto.de.

Obtenido de: <https://concepto.de/empresa/>

[2018, 13 de septiembre]

S

Servis (15 de agosto de 2016) Definición y características de la imagen corporativa. España.

Obtenido de: <http://tuespaciovende.servisgroup.es/definicion-imagen-corporativa/>

[2018, 9 de agosto]

Significados (2013) Significado de diseño. ¿Qué es el diseño?

Obtenido de: <https://www.significados.com/disenio/>

[2018, 2 de agosto]

Significados (2013). Significado de paciente.

Obtenido de: <https://www.significados.com/paciente/>

[2018, 2 de agosto]

Significados (2013). Significado de psicología.

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

[2018, 6 de agosto]

Significados (2013) Significado de servicio.

Obtenido de: <https://www.significados.com/servicio/>

[2018, 2 de agosto]

Staff Creativa (2013). Teoría del Color para Diseñadores: Significado del Color.

Obtenido de: <http://www.staffcreativa.pe/blog/teoria-del-color-disenadores/>

[2018, 8 de agosto]

T

Toda Materia (30 de noviembre de 2018) ¿Qué es el hardware?

Obtenido de: <https://www.todamateria.com/hardware/>

[2018, 7 de agosto]

Thompson, Ivan (Octubre, 2008) ¿Qué es comunicación? PromonegocioS.net

Obtenido de: <https://www.promonegocios.net/comunicacion/que-es-comunicacion.html>

[2018, 7 de agosto]



Capítulo XIV

ANEXOS

Capítulo XIV: Anexos

Anexo 1: Clasificación de Niveles Socioeconómicos

CARACTERÍSTICAS	NIVEL A	NIVEL B	NIVEL C1	NIVEL C2	NIVEL C3	NIVEL D1	NIVEL D2	NIVEL E
Ingresos	+ de Q100.000.00	Q61.200.00	Q25.600.00	Q17.500.00	Q11.900.00	Q7.200.00	Q3.400.00	- de Q1.00.00
Educación padres	Superior, Licenciatura, Maestría, Doctorado	Superior, Licenciatura, Maestría, Doctorado	Superior, Licenciatura,	Superior, Licenciatura,	Licenciatura	Media completa	Primaria completa	Sin estudios
Educación hijos	Hijos menores colegios privados caros, mayores en U del extranjero	Hijos menores colegios privados caros, mayores en U local, post grado extranjero	Hijos menores colegios privados, mayores en U privadas y post grado extranjero con beca	Hijos menores colegios privados, mayores en U privadas o estatal	Hijos menores 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 acuática, moto, helicóptero-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 2: Instrumento de validación página No. 1



FACULTAD DE CIENCIAS DE LA
COMUNICACIÓN (FACOM)
Licenciatura en Comunicación y
Diseño
Proyecto de Tesis

Género: M F

Nombre: _____

Edad: _____

Profesión: _____

Experto:

Puesto: _____

Cliente:

Años de experiencia en el mercado: _____

Grupo Objetivo:

Encuesta de validación de proyecto

“DISEÑAR MATERIAL GRÁFICO DIGITAL PARA DAR A CONOCER LOS
SERVICIOS MÉDICOS QUE OFRECE LA EMPRESA MEDICONTACT.
GUATEMALA, GUATEMALA, 2019”

Antecedentes

Medicontact es una empresa de servicios médicos creada el 10 de enero del año 2015 en la ciudad de Guatemala. Es la tercera entidad médica creada para brindar atención en el lugar requerido por los pacientes y proveer de sus servicios tanto a hogares como a empresas.

El problema actual radica en que Medicontact no cuenta con el material gráfico digital adecuado para informar de los servicios que proporciona y que posea una imagen institucional que se integre a la proyección profesional que la empresa tiene.

Objetivos de investigación:

La finalidad de la encuesta es evaluar el diseño del material informativo digital, su funcionalidad, diagramación y la facilidad de comprensión para que puedan realizarse mejoras en la propuesta, si así es requerido, mediante el análisis de los resultados obtenidos.

Anexo 3: Instrumento de validación página No. 2

Instrucciones:

En base a la información anterior, se solicita que observe el material gráfico digital que se le presenta y basado en su criterio responda la siguiente encuesta de validación. Marque su respuesta con una "X".

Parte Objetiva:

1. ¿Considera necesario diseñar material gráfico digital para dar a conocer a los servicios que la empresa Mediconcontact provee a clientes actuales y potenciales?
Sí No
2. ¿Cree necesario investigar información relacionada con teorías y tendencias de diseño en la elaboración de un material gráfico digital para desarrollar este proyecto de la manera más adecuada?
Sí No
3. ¿Considera importante recopilar información y fotografías de los servicios de Mediconcontact para la realización del material gráfico digital?
Sí No
4. ¿Cree necesario diagramar los elementos que conforman el material gráfico digital de forma organizada para que el grupo objetivo logre comprender fácilmente la información?
Sí No
5. ¿Considera necesario utilizar montajes fotográficos para que se puedan visualizar y comprender los servicios que la empresa Mediconcontact provee?
Sí No

Parte Semiológica:

6. Según su criterio visual ¿Cómo considera el diseño del material gráfico digital?
Muy atractivo Poco atractivo Nada atractivo

Anexo 4: Instrumento de validación página No. 3

7. ¿Cree que los colores utilizados en el material gráfico digital se relacionan con la imagen de la empresa Mediconact?

Mucho Poco Nada

8. ¿Cree que las fotografías tienen relación con la información y con los servicios que la empresa Mediconact provee?

Mucha Poca relación Ninguna relación

9. ¿Considera que aplicar un diseño con elementos básicos reduciendo todo a lo esencial hace de la propuesta gráfica digital?

Adecuada Poco adecuada Nada adecuada

Parte Operativa:

10. Al leer el material gráfico digital ¿Cómo considera el tipo de letra utilizada?

Legible Poco legible Nada legible

11. ¿Considera que la información que se presenta en el material gráfico digital es completa?

Mucho Poco Nada

12. ¿Considera que la orientación horizontal del material gráfico digital es adecuada?

Adecuada Poco adecuada Nada adecuada

13. ¿Considera fácil compartir el enlace del material gráfico digital?

Sí No

Observaciones:

Gracias por el tiempo brindado

Anexo 6: Encuesta de validación de experto

Lcda. Claudia Arriaga

 **INSTITUTO GALILEO**
CENTRO ACADÉMICO
Laboratorio de Innovación y
Español
Paseo de la Ute

Nombre: Apellido: Claudia Arriaga
Código: 123456789 Fecha: 20/05/2023
Código: Fecha: 20/05/2023
Código: Fecha: 20/05/2023
Código: Fecha: 20/05/2023

Resumen de información de la encuesta

Esta encuesta es parte de un estudio de validación de expertos en el uso de la tecnología digital en la gestión de la empresa. El objetivo es evaluar la percepción de los expertos sobre el uso de la tecnología digital en la gestión de la empresa y la calidad de los servicios que se ofrecen a través de esta tecnología.

El cuestionario está dividido en tres partes: información general, percepción de la tecnología digital en la gestión de la empresa y calidad de los servicios que se ofrecen a través de esta tecnología.

Objetivos de la encuesta:

La finalidad de la encuesta es conocer el grado de uso de la tecnología digital en la gestión de la empresa y la calidad de los servicios que se ofrecen a través de esta tecnología, así como la percepción de los expertos sobre el uso de la tecnología digital en la gestión de la empresa.

Parte Operativa:

1. ¿Considera necesario utilizar tecnología digital para la gestión de la empresa y la calidad de los servicios que se ofrecen a través de esta tecnología?
 Siempre Siempre Siempre

2. ¿Cree que la tecnología digital es una herramienta necesaria para la gestión de la empresa y la calidad de los servicios que se ofrecen a través de esta tecnología?
 Siempre Siempre Siempre

3. ¿Considera importante tener tecnología digital en la empresa para la gestión de la empresa y la calidad de los servicios que se ofrecen a través de esta tecnología?
 Siempre Siempre Siempre

4. ¿Cree que la tecnología digital es una herramienta necesaria para la gestión de la empresa y la calidad de los servicios que se ofrecen a través de esta tecnología?
 Siempre Siempre Siempre

5. ¿Considera que la tecnología digital es una herramienta necesaria para la gestión de la empresa y la calidad de los servicios que se ofrecen a través de esta tecnología?
 Siempre Siempre Siempre

Parte Operativa:

6. ¿Cree que la tecnología digital es una herramienta necesaria para la gestión de la empresa y la calidad de los servicios que se ofrecen a través de esta tecnología?
 Siempre Siempre Siempre

7. ¿Cree que la tecnología digital es una herramienta necesaria para la gestión de la empresa y la calidad de los servicios que se ofrecen a través de esta tecnología?
 Siempre Siempre Siempre

8. ¿Cree que la tecnología digital es una herramienta necesaria para la gestión de la empresa y la calidad de los servicios que se ofrecen a través de esta tecnología?
 Siempre Siempre Siempre

9. ¿Considera que la tecnología digital es una herramienta necesaria para la gestión de la empresa y la calidad de los servicios que se ofrecen a través de esta tecnología?
 Siempre Siempre Siempre

Parte Operativa:

10. ¿Cree que la tecnología digital es una herramienta necesaria para la gestión de la empresa y la calidad de los servicios que se ofrecen a través de esta tecnología?
 Siempre Siempre Siempre

11. ¿Considera que la tecnología digital es una herramienta necesaria para la gestión de la empresa y la calidad de los servicios que se ofrecen a través de esta tecnología?
 Siempre Siempre Siempre

12. ¿Considera que la tecnología digital es una herramienta necesaria para la gestión de la empresa y la calidad de los servicios que se ofrecen a través de esta tecnología?
 Siempre Siempre Siempre

13. ¿Considera que la tecnología digital es una herramienta necesaria para la gestión de la empresa y la calidad de los servicios que se ofrecen a través de esta tecnología?
 Siempre Siempre Siempre

Observaciones:

Se requiere en algunos puntos de la encuesta un mayor tiempo de trabajo
de manera
de la misma para esta encuesta en particular
de la encuesta
 Gracias por el tiempo brindado.



Anexo 7: Encuesta de validación de experto

Lcda. Lissette Pérez

Galileo
UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE COLOMBIA

INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA Y CENSOS (INEC)
Estrada 1300 No. 130-131, Bogotá, D.C.
Teléfono: (57) 1 234 5678
Correo electrónico: info@inec.gov.co

Nombre: Lissette Pérez
Cargo: Asesora de Gestión de Proyectos
Correo: lperez@inec.gov.co

Resumen de validación de proyecto

Este documento es una encuesta de validación de expertos para el proyecto de implementación de un sistema de gestión de recursos humanos en la Universidad Nacional Autónoma de Colombia. El objetivo es validar la viabilidad técnica, económica y social del proyecto. La encuesta es anónima y confidencial. Los resultados serán utilizados para la toma de decisiones sobre la ejecución del proyecto.

Objetivos de la encuesta:

- Validar la viabilidad técnica del proyecto.
- Validar la viabilidad económica del proyecto.
- Validar la viabilidad social del proyecto.

Encuesta

El INEC de Colombia desea validar la viabilidad técnica, económica y social del proyecto de implementación de un sistema de gestión de recursos humanos en la Universidad Nacional Autónoma de Colombia. La encuesta es anónima y confidencial. Los resultados serán utilizados para la toma de decisiones sobre la ejecución del proyecto.

Parte I: Viabilidad Técnica

- ¿Considera usted viable la implementación de un sistema de gestión de recursos humanos en la Universidad Nacional Autónoma de Colombia? Sí No No sé
- ¿Cree usted que la implementación de un sistema de gestión de recursos humanos en la Universidad Nacional Autónoma de Colombia es necesaria? Sí No No sé
- ¿Considera usted que la implementación de un sistema de gestión de recursos humanos en la Universidad Nacional Autónoma de Colombia es factible? Sí No No sé
- ¿Cree usted que la implementación de un sistema de gestión de recursos humanos en la Universidad Nacional Autónoma de Colombia es rentable? Sí No No sé
- ¿Considera usted que la implementación de un sistema de gestión de recursos humanos en la Universidad Nacional Autónoma de Colombia es sostenible? Sí No No sé

Parte II: Viabilidad Económica

- ¿Cree usted que la implementación de un sistema de gestión de recursos humanos en la Universidad Nacional Autónoma de Colombia es rentable? Sí No No sé

- ¿Cree usted que la implementación de un sistema de gestión de recursos humanos en la Universidad Nacional Autónoma de Colombia es rentable? Sí No No sé
- ¿Cree usted que la implementación de un sistema de gestión de recursos humanos en la Universidad Nacional Autónoma de Colombia es sostenible? Sí No No sé
- ¿Considera usted que la implementación de un sistema de gestión de recursos humanos en la Universidad Nacional Autónoma de Colombia es rentable? Sí No No sé
- ¿Considera usted que la implementación de un sistema de gestión de recursos humanos en la Universidad Nacional Autónoma de Colombia es sostenible? Sí No No sé

Parte III: Viabilidad Social

- ¿Cree usted que la implementación de un sistema de gestión de recursos humanos en la Universidad Nacional Autónoma de Colombia es rentable? Sí No No sé
- ¿Considera usted que la implementación de un sistema de gestión de recursos humanos en la Universidad Nacional Autónoma de Colombia es sostenible? Sí No No sé
- ¿Cree usted que la implementación de un sistema de gestión de recursos humanos en la Universidad Nacional Autónoma de Colombia es rentable? Sí No No sé
- ¿Considera usted que la implementación de un sistema de gestión de recursos humanos en la Universidad Nacional Autónoma de Colombia es sostenible? Sí No No sé

Observaciones:

El proyecto es un sistema de gestión de recursos humanos en la Universidad Nacional Autónoma de Colombia. El objetivo es validar la viabilidad técnica, económica y social del proyecto. La encuesta es anónima y confidencial. Los resultados serán utilizados para la toma de decisiones sobre la ejecución del proyecto.

Lissette Pérez



Anexo 8: Encuesta de validación de experto

Lcda. Lourdes Donis



Anexo 9: Encuesta de validación de experto

Lcdo. David Castillo

Galileo
FACULTAD DE CIENCIAS FÍSICAS
E INGENIERÍA ACCIONES
Escuela de Ingeniería de Computación e
Electrónica
Presente de Tesis

Nombre: David Castillo
Profesor: Roberto Tzuc
Fecha: Diciembre 2017
TÍTULO DE INVESTIGACIÓN DE LA TESIS: El perfil de

Fecha de validación de la encuesta: _____

Objetivo de la encuesta de validación
El objetivo de esta encuesta es validar el contenido de la tesis de maestría en Ingeniería de Computación e Electrónica, en particular el contenido de la tesis de maestría en Ingeniería de Computación e Electrónica, en particular el contenido de la tesis de maestría en Ingeniería de Computación e Electrónica.

Objetivo de la encuesta
El objetivo de esta encuesta es validar el contenido de la tesis de maestría en Ingeniería de Computación e Electrónica, en particular el contenido de la tesis de maestría en Ingeniería de Computación e Electrónica.

Instrucciones.
La base de la encuesta consiste en validar el contenido de la tesis de maestría en Ingeniería de Computación e Electrónica, en particular el contenido de la tesis de maestría en Ingeniería de Computación e Electrónica.

Parte I: Preguntas

- ¿Considera necesario validar el contenido de la tesis de maestría en Ingeniería de Computación e Electrónica?
 Sí No No sé
- ¿Cree necesario validar el contenido de la tesis de maestría en Ingeniería de Computación e Electrónica, en particular el contenido de la tesis de maestría en Ingeniería de Computación e Electrónica?
 Sí No No sé
- ¿Considera importante validar el contenido de la tesis de maestría en Ingeniería de Computación e Electrónica, en particular el contenido de la tesis de maestría en Ingeniería de Computación e Electrónica?
 Sí No No sé
- ¿Cree necesario validar el contenido de la tesis de maestría en Ingeniería de Computación e Electrónica, en particular el contenido de la tesis de maestría en Ingeniería de Computación e Electrónica?
 Sí No No sé
- ¿Considera necesario validar el contenido de la tesis de maestría en Ingeniería de Computación e Electrónica, en particular el contenido de la tesis de maestría en Ingeniería de Computación e Electrónica?
 Sí No No sé

Parte II: Preguntas

- ¿Cree necesario validar el contenido de la tesis de maestría en Ingeniería de Computación e Electrónica, en particular el contenido de la tesis de maestría en Ingeniería de Computación e Electrónica?
 Muy necesario Necesario No necesario

7. ¿Cree que los contenidos de la tesis de maestría en Ingeniería de Computación e Electrónica, en particular el contenido de la tesis de maestría en Ingeniería de Computación e Electrónica, son relevantes para la tesis de maestría en Ingeniería de Computación e Electrónica?
 Mucho Poco Nada

8. ¿Cree que los contenidos de la tesis de maestría en Ingeniería de Computación e Electrónica, en particular el contenido de la tesis de maestría en Ingeniería de Computación e Electrónica, son relevantes para la tesis de maestría en Ingeniería de Computación e Electrónica?
 Mucho Poco Nada No sé

9. ¿Considera que aplicar los contenidos de la tesis de maestría en Ingeniería de Computación e Electrónica, en particular el contenido de la tesis de maestría en Ingeniería de Computación e Electrónica, es relevante para la tesis de maestría en Ingeniería de Computación e Electrónica?
 Mucho Poco Nada No sé

Parte III: Preguntas

- ¿Cree que los contenidos de la tesis de maestría en Ingeniería de Computación e Electrónica, en particular el contenido de la tesis de maestría en Ingeniería de Computación e Electrónica, son relevantes para la tesis de maestría en Ingeniería de Computación e Electrónica?
 Mucho Poco Nada No sé
- ¿Cree que los contenidos de la tesis de maestría en Ingeniería de Computación e Electrónica, en particular el contenido de la tesis de maestría en Ingeniería de Computación e Electrónica, son relevantes para la tesis de maestría en Ingeniería de Computación e Electrónica?
 Mucho Poco Nada No sé
- ¿Cree que los contenidos de la tesis de maestría en Ingeniería de Computación e Electrónica, en particular el contenido de la tesis de maestría en Ingeniería de Computación e Electrónica, son relevantes para la tesis de maestría en Ingeniería de Computación e Electrónica?
 Mucho Poco Nada No sé

Nombre del evaluador: _____
Fecha de validación: _____

Gracias por el tiempo brindado.



Anexo 10: Encuesta de validación de experto

Lcdo. José Rodolfo Gil Figueroa



