

**FACULTAD DE CIENCIAS  
DE LA COMUNICACIÓN**

Diseño de piezas gráficas impresas para informar a pacientes acerca de los servicios y productos que ofrece el Consultorio de Medicina Alternativa CARHUSHA. Mixco, Guatemala 2016.

**PROYECTO DE GRADUACIÓN**

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

**ELABORADO POR:**

Astrid Carolina Monasterio Marroquín

No. De carné 20078018

Para optar al título de:

**LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN Y DISEÑO**

Nueva Guatemala de la Asunción, enero de 2017

**FACULTAD DE CIENCIAS  
DE LA COMUNICACIÓN**

Diseño de piezas gráficas impresas para informar a pacientes acerca de los servicios y productos que ofrece el Consultorio de Medicina Alternativa CARHUSHA. Mixco, Guatemala 2017.

**PROYECTO DE GRADUACIÓN**

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

**ELABORADO POR:**

Astrid Carolina Monasterio Marroquín

No. De carné 20078018

Para optar al título de:

**LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN Y DISEÑO**

Nueva Guatemala de la Asunción, enero de 2017

## **Autoridades Universidad Galileo**

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, Ms.C.

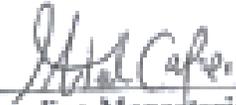
Guatemala 19 de marzo de 2015

Licenciado  
Léizer 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 PIEZAS GRÁFICAS IMPRESAS PARA INFORMAR A  
PACIENTES ACERCA DE LOS SERVICIOS Y PRODUCTOS QUE OFRECE  
EL CONSULTORIO DE MEDICINA ALTERNATIVA CARHUSHA, MINCO,  
GUATEMALA 2016.** Así mismo solicito que la M.Sc. Wendy Franco sea quién me  
asesore en la elaboración del mismo.

Atentamente,

  
Astrid Carolina Monasterio Marroquin  
28078018

  
M.Sc. Wendy Franco  
Asesora



**Galileo**  
UNIVERSIDAD  
La Universidad en la Era de la Información

**UNIVERSIDAD GALILEO** Facultad de Ciencias de la Comunicación

Guatemala 11 de mayo de 2015

Señorita:  
Astrid Carolina Monasterio Marroquín  
Presente

Estimada Señorita Monasterio:

De acuerdo al proceso de titulación profesional de esta Facultad, se aprueba el proyecto titulado: **DISEÑO DE PIEZAS GRÁFICAS IMPRESAS PARA INFORMAR A PACIENTES ACERCA DE LOS SERVICIOS Y PRODUCTOS QUE OFRECE EL CONSULTORIO DE MEDICINA ALTERNATIVA CARHUSHA, MIXCO, GUATEMALA 2016**. Así mismo, se aprueba a la M.C. Wendy Franco, como asesora de su proyecto.

Sin otro particular, me suscribo de usted.

Atentamente,

Lic. Leizer Kachler  
Decano  
Facultad de Ciencias de la Comunicación



**Galileo**  
UNIVERSIDAD  
LA ESCUELA DE LA INNOVACIÓN

UNIVERSIDAD GALILEO Facultad de Ciencias  
de la Comunicación

Guatemala, 11 de mayo de 2017

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

Estimado Licenciado Kachler:

Por medio de la presente, informo a usted que el proyecto de graduación titulado: **DISEÑO DE PIEZAS GRÁFICAS IMPRESAS PARA INFORMAR A PACIENTES ACERCA DE LOS SERVICIOS Y PRODUCTOS QUE OFRECE EL CONSULTORIO DE MEDICINA ALTERNATIVA CARIUSHA, MIXCO, GUATEMALA 2016.** Presentado por la estudiante: Astrid Carolina Monasterio Marroquín, con número de carné: 20078078, 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,



M.Sc. Wendy Franco  
Asesora



**Galileo**  
UNIVERSIDAD  
UNIVERSIDAD GALILEO

FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

Guatemala, 26 de mayo de 2017

Señorita  
Astrid Carolina Monasterio Murroquin  
Presente

Estimada Señorita Monasterio:

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

Sin otro particular, me suscribo de usted.

Atentamente,

Lic. Ezezer Kachler  
Decano

Facultad de Ciencias de la Comunicación

Ciudad de Guatemala, 18 de julio de 2017.

Licenciado

Leizer Kachler

Decano FACOM

Universidad Galileo

Presente

Señor Decano:

Le informo que la tesis: *DISEÑO DE PIEZAS GRÁFICAS IMPRESAS PARA INFORMAR A PACIENTES ACERCA DE LOS SERVICIOS Y PRODUCTOS QUE OFRECE EL CONSULTORIO DE MEDICINA ALTERNATIVA CARHUSHA, MIXCO, GUATEMALA 2016*, de la estudiante Astrid Carolina Monasterio Marroquín, ha sido objeto de revisión gramatical y estilística, por lo que puedo continuar con el trámite de graduación.

Atentamente.

  
Lic. Edgar Lizardo Porres Velásquez  
Asesor Lingüístico  
Universidad Galileo



**Galileo**  
UNIVERSIDAD  
La Formación por la Libertad

UNIVERSIDAD GALILEO Facultad de Ciencias  
de la Comunicación

Guatemala, 19 de julio de 2017

Señorita:  
Astrid Carolina Monasterio Marroquín  
Presente

Estimada Señorita Monasterio:

De acuerdo al dictamen rendido por la tema examinadora del proyecto de graduación titulado: **DISEÑO DE PIEZAS GRÁFICAS IMPRESAS PARA INFORMAR A PACIENTES ACERCA DE LOS SERVICIOS Y PRODUCTOS QUE OFRECE EL CONSULTORIO DE MEDICINA ALTERNATIVA CARIHUSIA, MINCO, GUATEMALA 2016**, Presentado por la estudiante: Astrid Carolina Monasterio Marroquín, el Decano de la Facultad de Ciencias de la Comunicación autoriza la publicación del Proyecto de Graduación previo a optar al título de Licenciada en Comunicación y Diseño.

Sin otro particular, me suscribo de usted.

Atentamente,

Lic. Tetzler Kachler

Decano

Facultad de Ciencias de la Comunicación

## Dedicatoria

A mi Padre Celestial, diseñador de los cielos y de la tierra y mi mejor maestro, porque caminaste de la mano conmigo y me mostraste tantos milagros durante toda mi carrera universitaria, por la chispa divina en mi interior y porque mi mayor inspiración son tus bellas creaciones. Porque ahora comprendo que entre tantos años el tiempo no fue perdido sino ganado gracias a ti.

A mi papi, Álvaro, por despertar desde niña el deseo en mí, de identificarme con la pintura y por permitirme expresarme siempre. Porque dejar de estudiar fue una de las pocas cosas que me prohibió. Por creer en mí, por ser yo un pequeño reflejo suyo y por toda su ayuda en este camino.

A mi mami, Astrid, por estar conmigo siempre, por escucharme día a día aun por teléfono, por alegrarse con mis alegrías y sentirse orgullosa de mis logros. Por incentivarme siempre a ser una mejor persona y por el tiempo dedicado durante toda mi vida y formación, pero en especial por ser mi mejor amiga.

A mis hermanos: Moy, por ser mi mejor crítico y por ayudarme siempre en las tareas complicadas, hoy... te gradúas conmigo. A Luis y Andrés, por ser hermanos especiales y enseñarme tanto cada día, les amo.

A mi abuela, Emma, quien estuvo conmigo siempre y porque su ayuda siempre ha sido incondicional, gracias por su preocupación diaria y por disfrutar conmigo cada uno de mis logros.

A Ramiro, mi prometido, por haber estado conmigo desde el inicio y por seguir siendo mi compañero de estudios. Gracias por tantos desvelos, paciencia y amor para mí. Tu corazón siempre será grande.

A mis compañeros por tantas alegrías, momentos y trabajos que realizamos. Colegas, nos vemos en el campo.

Al Consultorio de Medicina Alternativa CARHUSHA y la Doctora Maritza Cuellar, por ayudarme a realizar este proyecto de graduación y facilitarme los medios para terminarlo.

A mi alma mater, Universidad Galileo, proveedora de mi alimento intelectual.

A mis licenciados, quienes compartieron conmigo todos sus conocimientos sin reservas y quienes estuvieron a mi lado incentivándome a ser mejor, a no conformarme con poco y a superarlos. Gracias, por retarme siempre a superarlos en la vida profesional.

## **Resumen**

El Consultorio de Medicina Alternativa CARHUSHA no cuenta con piezas gráficas impresas que sirvan para informar a los pacientes acerca de los servicios y productos que ofrecen.

Por lo tanto, se planteó el siguiente objetivo: Diseñar piezas gráficas impresas para informar a pacientes acerca de los servicios y productos que ofrece el Consultorio de Medicina Alternativa CARHUSHA.

Se realizó una herramienta de validación para conocer la percepción del grupo objetivo, conformado por personas de un nivel socio-económico C-, quienes poseen un nivel educativo primaria básica y superior, y comprenden hombres y mujeres entre los 23 a 50 años de edad, y expertos en las áreas de comunicación y diseño.

El resultado obtenido fue el diseño piezas gráficas impresas para informar a pacientes de los servicios y productos que ofrece el Consultorio de Medicina Alternativa CARHUSHA y se recomendó recopilar la información necesaria acerca de las ciencias alternativas para facilitar el traslado de información de los servicios y productos que ofrecen.

Para efectos legales únicamente la autora Astrid Carolina Monasterio es responsable del contenido de este proyecto.

# ÍNDICE

## Capítulo I:

1.1. Introducción _____	2
-------------------------	---

## Capítulo II: Problemática

2.1 Contexto _____	5
--------------------	---

2.2 Requerimiento de comunicación y diseño _____	5
--	---

2.3 Justificación _____	6
-------------------------	---

2.3.1 Magnitud _____	6
----------------------	---

2.3.2 Vulnerabilidad _____	7
----------------------------	---

2.3.3 Trascendencia _____	7
---------------------------	---

2.3.4 Factibilidad _____	7
--------------------------	---

2.3.4.1 Recursos Humanos _____	8
--------------------------------	---

2.3.4.2 Recursos Organizacionales _____	8
---	---

2.3.4.3 Recursos Económicos _____	8
-----------------------------------	---

2.3.4.4 Recursos Tecnológicos _____	8
-------------------------------------	---

## Capítulo III: Objetivos de diseño

3.1. Objetivo general _____	10
-----------------------------	----

3.2. Objetivos específicos _____	10
----------------------------------	----

## Capítulo IV: Marco de referencia

4.1 Información general del cliente _____	12
---	----

## Capítulo V: Definición del grupo objetivo

5.1 Perfil geográfico _____	16
-----------------------------	----

5.2 Perfil demográfico _____	16
------------------------------	----

5.3	Perfil psicográfico _____	17
5.4	Perfil conductual _____	17
<b>Capítulo VI: Marco teórico</b>		
6.1	Conceptos fundamentales relacionados con el producto o servicio _____	19
6.1.1	Medicina _____	19
6.1.2	Medicina Alternativa _____	20
6.1.3	Salud _____	21
6.1.4	Enfermedad _____	21
6.1.5	Quiropráctica _____	22
6.1.6	Acupuntura _____	23
6.1.7	Terapia Neural _____	24
6.2	Conceptos fundamentales relacionados con la comunicación y el diseño ____	25
6.2.1	Conceptos fundamentales relacionados con la comunicación _____	25
6.2.1.1	Comunicación _____	25
6.2.1.3	Comunicación Corporativa _____	27
6.2.1.3	Comunicación persuasiva _____	27
6.2.1.4	Comunicación Visual _____	28
6.2.2	Conceptos fundamentales relacionados con el diseño _____	30
6.2.2.1	Diseño _____	30
6.2.2.2	Diseño Gráfico _____	31
6.2.2.3	Diseño Editorial _____	32
6.3	Ciencias auxiliares, teorías y tendencias _____	34

6.3.1 Ciencias _____	34
6.3.1.1 Semiología _____	34
6.3.1.2 Psicología _____	35
6.3.1.3 Psicología del Color _____	35
6.3.1.4 Sociología _____	36
6.3.2 Artes _____	37
6.3.2.1 Fotografía _____	37
6.3.2.2 Dibujo _____	38
6.3.2.3 Tipografía _____	39
6.3.3 Teorías _____	40
6.3.3.1 Teoría del Recorrido Visual _____	40
6.3.4 Tendencias _____	41
6.3.4.1 Geométrica _____	41
6.3.4.2 Vanguardismo _____	42

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

7.1 Aplicación de la Información obtenida en el Marco Teórico _____	45
7.2 Conceptualización _____	48
7.2.1 Método _____	48
7.2.2 Definición del concepto _____	50
7.3 Bocetaje _____	51
7.4 Propuesta preliminar _____	72

<b>Capítulo VIII: Validación técnica</b>	
8.1 Población y muestreo _____	80
8.2 Método e Instrumentos _____	81
8.3 Resultados e Interpretación de resultados _____	83
8.4 Cambios en base a los resultados _____	95
<b>Capítulo IX: Propuesta gráfica final _____</b>	<b>102</b>
<b>Capítulo X: Producción, reproducción y distribución</b>	
10.1 Plan de costos de elaboración _____	115
10.2 Plan de costos de producción _____	116
10.3 Plan de costos de reproducción _____	116
10.4 Plan de costos de distribución _____	116
10.5 Cuadro resumen _____	117
<b>Capítulo XI: Conclusiones y recomendaciones</b>	
11.1 Conclusiones _____	119
11.2 Recomendaciones _____	120
<b>Capítulo XII: Conocimiento general _____</b>	<b>122</b>
<b>Capítulo XIII: Referencias _____</b>	<b>124</b>
<b>Capítulo XIV: Anexos _____</b>	<b>129</b>

# CAPÍTULO I

## Introducción

# **CAPÍTULO I**

## **1.1 Introducción**

Consultorio de Medicina Alternativa CARHUSHA es una organización clínica-terapéutica con 12 años de antigüedad, orientada a brindar servicios de salud en el campo de la medicina natural de manera integral. Dentro de la empresa no existe un departamento de diseño, por esta razón los propietarios se han visto en la necesidad de realizar ellos mismos los materiales gráficos y papelería que representa al consultorio hasta el momento. Es por ello que se identifica la carencia de piezas gráficas impresas que posean una línea gráfica establecida y unificada.

En respuesta al problema planteado se presenta el siguiente proyecto titulado: “Diseño de piezas gráficas impresas para informar a pacientes acerca de los servicios y productos que ofrece el Consultorio de Medicina Alternativa CARHUSHA. Mixco, Guatemala 2016”.

Como parte de su ejecución, se realizó una investigación preliminar acerca de las ciencias alternativas, diseño publicitario y editorial, técnicas de diseño y procedimientos para realizar artes visuales. Como todo proyecto de carácter científico, las ciencias que lo respaldan son: sociología, psicología, semiología, estadística y la incorporación de algunas teorías y tendencias relacionadas con las ciencias alternativas.

El objetivo general a plantear es el siguiente: Diseñar piezas gráficas impresas para informar a pacientes acerca de los servicios y productos que ofrece el Consultorio de Medicina Alternativa CARHUSHA. El trabajo de investigación se canaliza hacia un enfoque de carácter cuantitativo para la obtención de una panorámica general del proyecto.

El enfoque cuantitativo se utiliza para ponderar los resultados obtenidos en base a una encuesta dirigida al cliente, los expertos en comunicación y diseño, y grupo objetivo, cuya temática está relacionada con las áreas que integran el tema.

El enfoque cualitativo evalúa el nivel de importancia y aceptación que dan las piezas gráficas a las personas que integran el grupo objetivo.

El desarrollo del proyecto es un proceso vinculante de diversas etapas como diseño, método y bocetaje que se transforman en una propuesta impresa final.

La herramienta utilizada para la validación descrita en el enfoque cuantitativo y se aplica a cinco expertos en comunicación y diseño, los clientes: Dra. Rosa Maritza Cuellar, Lic. Ramiro Aldana y 25 personas del grupo objetivo, personas comprendidas entre los 23 y 50 años de edad.

El principal hallazgo lo constituye que el 100% de los encuestados considera que es necesario el diseño de piezas gráficas impresas para informar a pacientes acerca de los servicios y productos que ofrece el Consultorio de Medicina Alternativa CARHUSHA.

En consecuencia y de conformidad con los resultados que muestra la encuesta, que en términos generales son positivos y avalan el proyecto validado, da lugar a la siguiente conclusión:

Es necesario diseñar piezas gráficas impresas para informar a pacientes acerca de los servicios y productos del Consultorio de Medicina Alternativa CARHUSHA, fundamentado en la recopilación de todos los datos relevantes sobre las ciencias alternativas y el respaldo teórico del diseño y comunicación, para consolidar el siguiente proyecto de graduación.

# CAPÍTULO II

## Problemática

## **CAPÍTULO II: Problemática**

Se detectó la necesidad de diseñar piezas gráficas impresas para el Consultorio de Medicina Alternativa CARHUSHA debido a la inquietud de los pacientes de informarse acerca de los diferentes tratamientos que ofrecen. Sus diseños no demuestran una línea gráfica establecida ni unificada. No se utilizan los colores adecuados, la tipografía es variada y las aplicaciones son incorrectas. No existe un logotipo definido.

Dentro de la empresa no hay un departamento de diseño, por esta razón los propietarios se han visto en la necesidad de realizar ellos mismos los materiales gráficos y papelería que representa al consultorio hasta el momento.

### **2.1 Contexto**

Consultorio de Medicina Alternativa CARHUSHA es una organización clínica-terapéutica con 12 años de antigüedad, orientada a brindar servicios de salud en el campo de la medicina natural de manera integral.

Para dar solución a esta problemática, se propone diseñar piezas gráficas impresas que contengan toda la información necesaria de las terapias y productos que ofrece el consultorio y lograr, que todos los diseños lleven una misma línea gráfica que le brinde personalidad a la empresa. De esta manera se informará a los pacientes e interesados.

### **2.2 Requerimiento de Comunicación y diseño**

El Consultorio de Medicina Alternativa CARHUSHA no cuenta con piezas gráficas impresas para informar a pacientes acerca de los servicios que ofrecen.

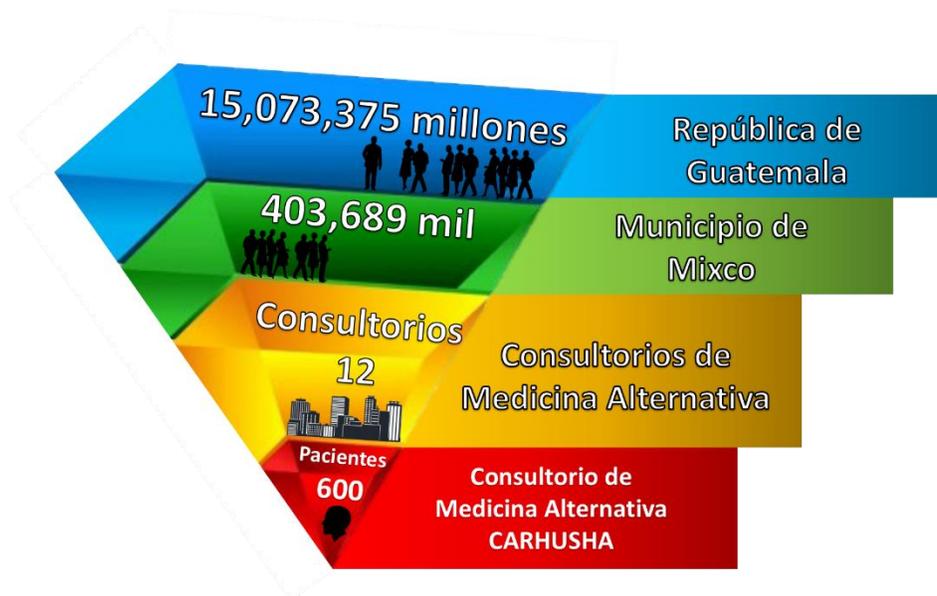
## 2.3 Justificación

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

### 2.3.1 Magnitud

La siguiente gráfica en forma de pirámide invertida servirá para identificar al grupo objetivo y calcular la posible trascendencia:

- Cantidad de personas de la República de Guatemala – 15, 073,375 millones
- Cantidad de personas en el Municipio de Mixco – 403,689 mil
- Consultorios de medicina alternativa en el área de Mixco – 12 consultorios
- Cantidad de pacientes que atiende actualmente el Consultorio de Medicina Alternativa CARHUSHA – 600 pacientes



### **2.3.2 Vulnerabilidad**

Las piezas gráficas son una ayuda para la manifestación física de la empresa, ya que hacen referencia a los aspectos visuales de la identidad del consultorio. Al no contar con logotipo ni piezas gráficas que contengan los detalles de terapias y productos, ha provocado que haya desinformación y se proyecte una imagen inadecuada a sus pacientes.

### **2.3.3 Trascendencia**

Al diseñar piezas gráficas impresas, el Consultorio de Medicina Alternativa CARHUSHA contará con material que incluya la información necesaria acerca de las terapias y productos, entre ellas: bifoliales, tarjetas de control para pacientes, stickers para mobiliario, stickers para sobre y empaques, entre otras. El correcto y consistente uso de la marca contribuirá a que se consigan los objetivos de identificación y refuerzo de la misma. La identidad corporativa es un elemento visual de diferenciación y posicionamiento para la empresa. Al tener una línea grafica establecida, la empresa proyectará una imagen profesional y formal, aumentará la confianza de sus pacientes actuales y atraerá pacientes potenciales.

### **2.3.4 Factibilidad**

El proyecto sí es factible debido a que los propietarios y terapeutas del Consultorio de Medicina Alternativa CARHUSHA, brindarán el apoyo organizacional, informativo y económico que contribuyen y hacen posible la realización de las piezas gráficas impresas.

#### **2.3.4.1 Recursos Humanos**

El proyecto cuenta con el apoyo de la fisioterapeuta Rosa Maritza Cuellar, el dentista y terapeuta Marco Tulio González Galán, dueños y fundadores del consultorio y sus socios Carlos Ramiro Aldana, Licenciado en Quiropráctica y Hugo González, Técnico en Quiropráctica, quienes tienen la capacidad, el conocimiento y la experiencia para el manejo correcto y el adecuado funcionamiento de las piezas gráficas impresas. Se encargarán de proporcionar las piezas a la persona selecta para diseñar todo lo que represente a la empresa.

#### **2.3.4.2. Recursos Organizacionales**

Los fundadores del Consultorio de Medicina Alternativa CARHUSHA autorizan al personal para que esté dispuesto a brindar toda la información de la empresa, para llevar a cabo las piezas gráficas impresas.

#### **2.3.4.3 Recursos Económicos**

El consultorio cuenta actualmente con los recursos económicos, para cubrir todos los gastos que implican la elaboración e impresión de las piezas gráficas, lo que posibilita la realización de este proyecto.

#### **2.3.4.4. Recursos Tecnológicos**

La empresa cuenta con el equipo y las herramientas indispensables para la realización de este proyecto, tales como: una computadora, paquete Office, software de diseño (Adobe Ilustrador, Photoshop, Indesign y Publisher), programas médicos digitales que permiten elaborar, diagramar, diseñar y editar las piezas gráficas.

# CAPÍTULO III

## Objetivos de Diseño

## **CAPÍTULO III - Objetivos del diseño**

### **3.1 Objetivo General**

Diseñar piezas gráficas impresas para informar a pacientes acerca de los servicios y productos que ofrece el Consultorio de Medicina Alternativa CARHUSHA.

### **3.2 Objetivos Específicos**

3.2.1. Investigar conceptos relacionados con diseño editorial, diseño publicitario y comunicación visual para fundamentar el proyecto a realizar del Consultorio de Medicina Alternativa CARHUSHA.

3.2.2. Recopilar información acerca de las ciencias alternativas para facilitar el traslado de información de los servicios y productos que ofrece el Consultorio de Medicina Alternativa CARHUSHA.

3.2.3 Seleccionar los elementos básicos para la diagramación de las piezas gráficas del Consultorio de Medicina Alternativa CARHUSHA.

3.2.4 Fotografíar los elementos necesarios para incluirlos dentro de las piezas gráficas del Consultorio de Medicina Alternativa CARHUSHA.

3.2.5 Digitalizar por medio de los recursos tecnológicos las piezas gráficas para la impresión futura del Consultorio de Medicina Alternativa CARHUSHA.

3.2.6 Incluir las piezas gráficas en archivo digital para usos propios del Consultorio de Medicina Alternativa CARHUSHA.

CAPÍTULO  IV  
Marco de  
Referencia

## **CAPÍTULO IV - Marco de referencia**

### **4.1 Información general del cliente**

**4.1.1 Nombre de la empresa:** Consultorio de Medicina Alternativa CARHUSHA

#### **4.1.2 Datos generales**

Dirección: Alamedas de Yumar, Lote 1 Manzana C, Local A Zona 6 de Mixco, Guatemala

Teléfono: 3032-0641 / 4133-9000

Contacto: Lic. Carlos Ramiro Aldana Cuellar

Teléfono celular: 3032-0641

E-mail: ramiro.ac@hotmail.com

### **4.2 Misión**

Somos un equipo de trabajo orientado a satisfacer las necesidades de salud en el campo de la medicina natural y la rehabilitación.

Proporcionamos variedad de técnicas de recuperación personalizada y planes educacionales para regular, prevenir y mejorar la salud.

### **4.3 Visión**

Ser la clínica líder de ciencias alternativas integrales más actualizada, tanto en equipo médico como en tecnología y la más diversificada de Guatemala.

#### 4.4 Antecedentes

Consultorio de medicina alternativa CARHUSHA es una organización clínica-terapéutica con 12 años de antigüedad, orientada a brindar servicios de salud en el campo de la medicina natural de manera integral, para satisfacer las necesidades de la población.

Se trabajan paquetes empresariales para prevenir y tratar enfermedades relacionadas al estrés, como lo son: dolores de espalda, mala alimentación, dolores de cabeza, túnel del carpo, etc.

Las ciencias que tratan son:

- Quiropráctica                      - Acupuntura                      -Terapia neural
- Iridología                              - Medicina homeopática                      - Fisioterapia
- K-taping                              - Terapias antienvjecimiento                      - Medicina deportiva
- Medicina biológica                      - Dietoterapia

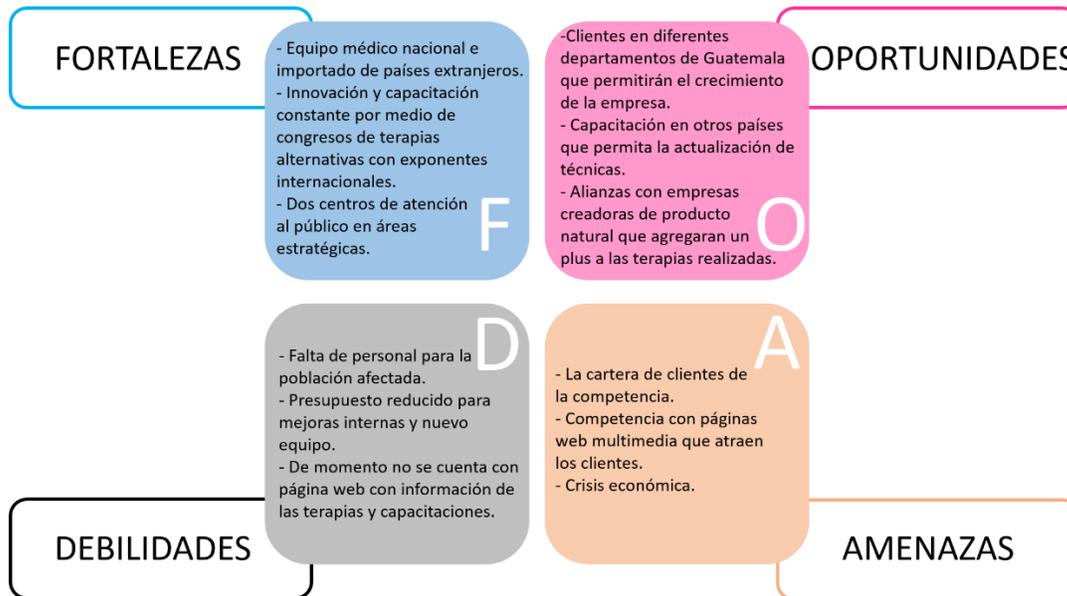
Terapias con las que han realizado jornadas médicas en beneficio de personas del interior del país.

Actualmente cuentan con dos consultorios situados en zona 6 de Mixco y zona 19. También trabajan servicio médico a domicilio las 24 horas.

Los datos del consultorio se han tomado en base al formato dado (Brief). (Anexo A)

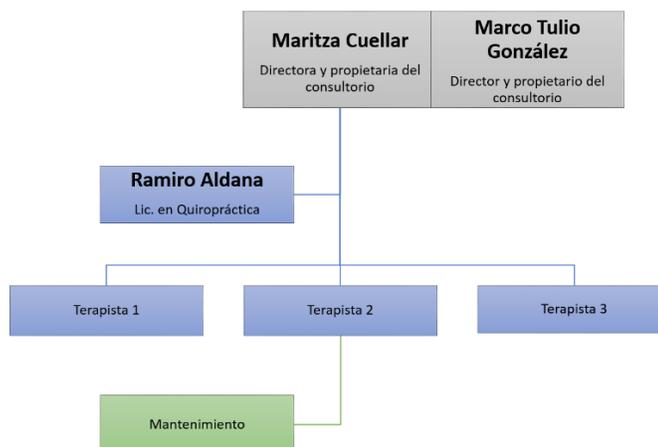
## 4.5 FODA

Se realizó el siguiente gráfico para identificar las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas (FODA) de la empresa, que se presentan a continuación:



## 4.6 Estructura Organizacional

En el siguiente gráfico de jerarquía se muestran los propietarios y empleados de la empresa.



# CAPÍTULO V

## Definición del Grupo Objetivo

## **CAPÍTULO V - Definición del grupo objetivo**

Este proyecto está dirigido a personas interesadas en recibir información de las terapias que ofrece el consultorio. Personas con deseos de llevar una vida saludable y prevenir enfermedades posteriores. Dirigido a personas que deseen disfrutar de los beneficios de la medicina natural y pacientes actuales que deseen probar nuevas técnicas.

### **5.1 Perfil geográfico**

La ubicación del proyecto es en el municipio de Mixco, Guatemala, con una población de 403,689 mil habitantes en el año 2002 (último censo realizado). Tiene una extensión territorial de 132 kilómetros cuadrados y está a 17 kilómetros de la cabecera del departamento. El clima es variado, predomina en promedio un clima templado que perdura a lo largo del año.

El consultorio está ubicado en la colonia Alamedas de Yumar, Lote 1 Manzana C, Local A Zona 6 de Mixco, Guatemala. Los pacientes pueden trasladarse a cualquiera de sus consultorios u optar por el servicio de terapeuta a domicilio si se requiere.

### **5.2 Perfil demográfico**

Edad: 23 a 50 años

Género: Masculino y femenino

Nivel socioeconómico: Nivel C- con ingresos promedio de Q8,000 mensuales. Con educación media completa, comerciantes, dependientes, casa o departamento rentado o financiado de dos recamaras y baño, personal de servicios eventual. Con carro compacto sin seguro, 1 o más

celulares, cable, computadora y electrodomésticos. Su diversión está en pasear por centros comerciales, ir al cine, parques temáticos, estadios, etc. Con una cuenta monetaria, de ahorro y tarjeta de crédito local. (Anexo B)

CARACTERÍSTICAS	NIVEL C-
Educación	Media Completa.
Desempeño	Comerciante, vendedor, dependiente.
Ingreso	Q8 mil.
Vivienda	Casa/departamento rentado o financiado, 1-2 recamaras, 1-2 baños, sala.
Otras propiedades	
Personal de servicios	Eventual.
Educación grupo	Hijos menores escuelas, mayores en U estatal.
Posesiones	Auto compacto de 8-10 años, sin seguro.
Bienes de comodidad	1 tel, 1 cel, cable, equipo de audio, TV, electrodomésticos básicos.
Diversión	CC, parques, estadio.
Servicios bancarios financieros	1 cta Q ahorro, TC local.

### 5.3 Perfil psicográfico

Personas con hábitos de salud normales, consumen medicina química y natural, consumidores regulares de comida rápida debido al corto tiempo libre entre trabajo y estudios. Les gusta la lectura, el cine y hacer ejercicio. Descansan por las tardes. Sí saben que son terapias alternativas.

### 5.4 Perfil conductual

Se identifican mayormente con personalidad melancólica. No han visitado clínicas de terapias alternativas. Se hacen chequeos de salud cada año, consumen medicina natural y sí les gustaría probar nuevas terapias.

Para obtener estos datos se realizó una encuesta de perfiles (Anexo C)

# CAPÍTULO VI

## Marco Teórico

## **CAPÍTULO VI – Marco teórico**

Dentro de este capítulo se definen conceptos relacionados con el proyecto, que respaldan y fundamentan el marco teórico.

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

Para desarrollar las piezas gráficas impresas es conveniente tener presente toda la información teórica conceptual que se conjuga para dar a conocer los servicios que ofrece el Consultorio de Medicina Alternativa CARHUSHA, considerando al consultorio con todos sus componentes para alcanzar los objetivos propuestos.

#### **6.1.1 Medicina**

El autor Héctor V. Zelaya en el libro *La naturaleza, la medicina y la ciencia* indica que:

La medicina viene a ser la contraparte de la enfermedad y, por lógica, su acción está dirigida a combatir la causa de la enfermedad misma. La medicina requiere muchos conocimientos, además de una extraordinaria inteligencia siempre que esta vaya acompañada de la necesaria vocación.

Según Atom Inoue autor del *Texto básico de medicina natural* comunica que:

La medicina es la “reflexión de la vida pasada: Alimentos equivocados, exceso de medicamentos, uso excesivo de agroquímicos, ambiente contaminado, stress, egoísmo, machismo,…”

Explicando este concepto podemos decir que la medicina será lo contrario a la enfermedad por lo que su función es compensar y equilibrar trastornos en el organismo.

### 6.1.2 Medicina Alternativa

James S. Gordon en el libro La salud en la globalización nos comunica que:

“Es (la medicina alternativa) una síntesis de la tecnología moderna y la sabiduría eterna, de los poderosos tratamientos ortodoxos y la compasión humana de la medicina oriental y la medicina occidental, de la alta tecnología y la medicina folklórica”

En la página [http://www.iqb.es/cbasicas/farma/farma06/medicina\\_alternativa.htm](http://www.iqb.es/cbasicas/farma/farma06/medicina_alternativa.htm) se define Medicina Alternativa como:

“Un conjunto diverso de sistemas, prácticas, productos médicos y de atención de la salud que no se considera actualmente parte de la medicina convencional. Si bien existen algunos datos científicos contundentes sobre las terapias de la medicina complementaria y alternativa, todavía hay muchas preguntas esenciales que deben responderse mediante estudios científicos bien diseñados--preguntas por ejemplo sobre la seguridad y eficacia de estos medicamentos en relación a las enfermedades y condiciones médicas para las cuales se utilizan”

La medicina alternativa será entonces la fusión de la tecnología moderna y la sabiduría. Es la evolución lógica de la biomedicina en los tiempos actuales y un conjunto de diversos sistemas, prácticas, productos médicos y atención de la salud.



Fotografía: Medicina alternativa

Recuperado de: <http://www.restauratusalud.com/blog/diferencias-entre-la-medicina-alternativa-y-la-medicina-alopata/>

### **6.1.3 Salud**

La Organización Mundial de la Salud en el Texto básico de medicina natural se comparte que:

“Salud no es solo no estar enfermo, sino también presentar un buen estado integral: físico, mental y social”

En el libro Homotoxicología, Claus-F. Claussen indica que:

“La salud es un estado de completo bienestar físico, psíquico y social, y no únicamente la ausencia de enfermedades”.

En base a los conceptos anteriores podremos definir que la salud no solo es un trastorno, sino un equilibrio entre lo físico, mental y social; es un estado integral.

### **6.1.4 Enfermedad**

Según el libro La naturaleza, la medicina y la ciencia, Héctor V. Zelaya comparte que:

“La enfermedad es un estado depresivo que se manifiesta en el organismo como consecuencia de violaciones a los límites de resistencia que norman la función del organismo humano, o como una consecuencia natural de desgaste que conocemos por senilidad o envejecimiento”

En el libro Homotoxicología Claus-F. Claussen define enfermedad como:

“Disfunciones agudas o crónicas en el desarrollo de los procesos vitales: Disfunciones biológico-moleculares, patología celular, patología orgánica, patología funcional, cibernopatías generales, psicopatología”

En síntesis la enfermedad es un trastorno depresivo que altera la función del organismo humano causando un desequilibrio por tanto la enfermedad, estos llegan a ser trastornos agudos o crónicos en las funciones de los procesos vitales.

### **6.1.5 Quiropráctica**

El autor Raúl González Ramírez en el Manual Diccionario Quiropráctico comparte que:

Quiropráctica “es una serie de manipulaciones y movimientos que aplicados al organismo son destinados a modificar las condiciones y funciones de determinada región del cuerpo”

En el libro Tratado de Osteopatía su autor Francois Ricard define Quiropraxia como:

“La Quiropraxia reposa sobre la teoría de que el hombre es una maquina movida por una fuerza natural llamada <Innate Intelligence> que recorre todo el cuerpo mediante el sistema nervioso. La distribución de este flujo puede estar perturbada por bloqueos vertebrales, que juega un papel primordial en la etiología de las enfermedades y representan, incluso, la causa única del desencadenamiento de las enfermedades. La mayoría de los quiroprácticos modernos integran su arte a los conocimientos científicos del día de hoy”

Diremos que quiropráctica en resumen es un conjunto de manipulaciones y movimientos que sirven para equilibrar las áreas en donde se trabaja, logrando así la sanación. Regula la energía que recorre el sistema nervioso del cuerpo humano.



Fotografía: Maniobra quiropráctica

Recuperado de: [http://lagrande.emisorasunidas.com/content/los-riesgos-de-los-masajes-y-la-quiop%C3%A1ctica](http://lagrande.emisorasunidas.com/content/los-riesgos-de-los-masajes-y-la-quirop%C3%A1ctica)

### **6.1.6 Acupuntura**

Según el libro Electroacupuntura del autor Rodolfo J. Tremmel comunica que:

La acupuntura “se basa en el conocimiento, que el cuerpo humano es un sistema eléctrico. Toda enfermedad tiene su raíz en un trastorno de dicho sistema eléctrico”

El autor Francisco Méndez Oteo, autor del libro Fundamentos de acupuntura comparte que:

“La acupuntura trata las enfermedades efectuando punciones con agujas de metal en ciertos puntos del organismo humano, a fin de inducir estímulos por varios métodos de manipulación. Las agujas son de varios estilos y formas. Las que más se usan son: la filiforme, la de tres filos o cortes, la flor de ciruelo, la eléctrica y la intradérmica”

En general la acupuntura es el conocimiento de que el cuerpo humano funciona mediante un sistema eléctrico y es tratado mediante la estimulación de puntos específicos, según la enfermedad, por medio de la inserción de agujas metálicas en diferentes puntos del organismo a fin de causar una estimulación logrando así la curación.

### **6.1.7 Terapia Neural**

José Porfirio Romero M. el autor del Atlas de Terapia Neural indica que:

“Terapia neural significa tratamiento sobre el sistema neurovegetativo. El intercambio de informaciones y la elaboración de estímulos se suceden por las vías del neurovegetativo. Estímulos exageradamente fuertes interfieren o bloquean la producción de energía. Todos los métodos neuralterapéuticos colocan energía en el lugar afectado y eliminan bloqueos. Con los que se producen reacciones que erradican las lesiones formadas. Solo entonces pueden desarrollar su actividad las fuerzas inmunobiológicas del cuerpo con sus mecanismos auto curativos”

En el libro Atlas ilustrativo de las técnicas de la Terapia Neural con Anestésicos Locales el Dr. Mathias Dosch, se define terapia neural como:

“La patogenesis del campo de inferencia y, viceversa, el fenómeno en segundos mediante la eliminación o desconexión del campo interferente, se pueden explicar hoy día sin ninguna dificultad bajo los puntos de vista de la biocibernética, verbigracia de la fisiología de la regulación”

Podemos afirmar que la terapia neural es una técnica que se centraliza en el tratamiento directo del sistema neurovegetativo o sistema nervioso autónomo, regulando así funciones vitales del cuerpo.

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

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

#### **6.2.1.1 Comunicación**

Según Carlos J. Molestina Escudero en el libro Elementos de comunicación interinstitucional comunica que:

“Etimológicamente, la palabra comunicación viene del latín comunis, comunicare. Según esto deberíamos aceptar por comunicación la acción de comunicar, de establecer una comunidad de interpretación con alguien, al compartir información, ideas, conceptos o actitudes. La comunicación es un atributo del ser humano (entendiendo por esto la comunicación de: ideas, conceptos, actitudes, valores, etc.) y que el hombre, de una forma u otra, se encuentra siempre envuelto en una o varias formas del proceso de comunicarse con sus semejantes y el medio que lo rodea”

El sitio web [https://docs.google.com/document/d/1-MdVBq1cfVU\\_P5NU-2SX-bSEsjfYjRxKP4p61wmNOBg/mobilebasic?hl=en&pli=1](https://docs.google.com/document/d/1-MdVBq1cfVU_P5NU-2SX-bSEsjfYjRxKP4p61wmNOBg/mobilebasic?hl=en&pli=1) comparte que:

La comunicación “Es un fenómeno inherente a la relación grupal de los seres vivos por medio del cual éstos obtienen información acerca de su entorno y son capaces de compartirla haciendo partícipes a otros de esa información.

La comunicación es un proceso de interrelación entre dos (o más) personas donde se transmite una información desde un emisor que es capaz de codificarla en un código definido hasta un receptor el cual decodifica la información recibida, todo eso en un medio físico por el cual se logra transmitir, con un código en convención

entre emisor y receptor, y en un contexto determinado. El proceso de comunicación emisor - mensaje - receptor, se torna bivalente cuando el receptor logra codificar el mensaje, lo interpreta y lo devuelve al emisor originario, quien ahora se tornará receptor”

Podemos afirmar entonces que comunicación es la acción de comunicar, establecer un traslado de información con alguien al compartir ideas, conceptos o actitudes. Es un atributo del ser humano donde el hombre desea comunicarse con sus semejantes y el medio que lo rodea con un código definido, en el cual el receptor a su vez decodifica el mensaje. Todo esto sucede en un medio físico y en un contexto determinado.

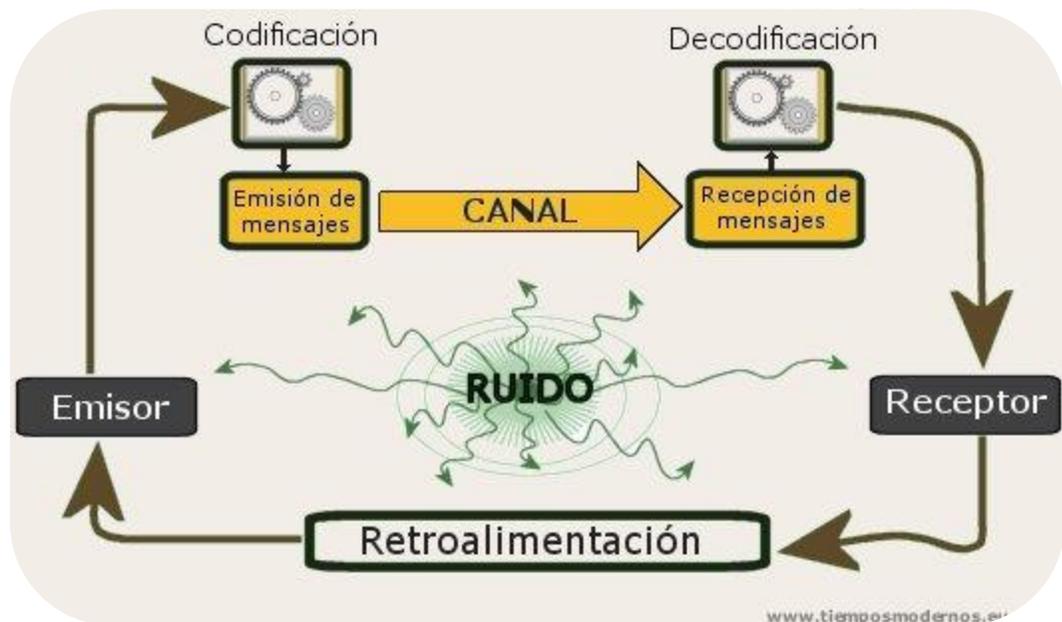


Imagen: Proceso de comunicación

Recuperado de: <http://www.tiemposmodernos.eu/ret-concepto-proceso-de-comunicacion/>

### **6.2.1.2 Comunicación corporativa**

El libro de Comunicación estratégica: management y fundamentos de la imagen corporativa del autor Scheinsohn, D. indica que:

“Comunicación corporativa es una <interactividad> que intenta sistematizar a cada una de estas temáticas: personalidad, identidad e imagen, en un todo coherente...”

En el libro comunicación corporativa Blaw define Comunicación Corporativa como:

Un “enfoque integrado de toda la comunicación producida por una organización, dirigida a todos los públicos objetivo relevantes. Cada partida de comunicación debe transportar y acentuar la identidad corporativa”

La comunicación corporativa será entonces la unión de personalidad, identidad e imagen, en un todo coherente producida por una organización dirigida a públicos varios.

### **6.2.1.3 Comunicación persuasiva**

Roberto Salcedo Aquino, junto con Mario Martínez Silva en el libro Teoría y práctica de la persuasión electoral, comparten que:

“La comunicación persuasiva tiene la intención consciente de cambiar la actitud de una persona o grupo por medio de un mensaje a una posición distinta u opuesta a la que tenía antes de exponerse a ese mensaje. Existen tres fases en el proceso de persuasión: discontinuación, conversión y disuasión”

El Manual de Campaña Teoría y Práctica de la Persuasión Electoral define comunicación persuasiva como:

“Un proceso mediante el cual se transmiten información, ideas, actitudes o emociones por medio de signos enviados a través de un canal de comunicación, con la intención de persuadir. La persuasión es un propósito consciente de formar, reforzar o cambiar actitudes, creencias, opiniones, percepciones o conductas de alguna persona o personas efectuado por otro individuo o grupo; esto es, consiste en influir sobre los demás para hacerlos pensar de un modo determinado, rechazar algo o adoptarlo, o inducirles a realizar una acción determinada”

Será entonces la comunicación persuasiva un proceso con el propósito de formar, reforzar o cambiar actitudes, creencias, opiniones, percepciones o conductas de algún individuo o grupo.

#### **6.2.1.4 Comunicación visual**

El sitio web

[http://coleccion.educ.ar/coleccion/CD13/contenidos/materiales/archivos/comunicacion\\_visual.pdf](http://coleccion.educ.ar/coleccion/CD13/contenidos/materiales/archivos/comunicacion_visual.pdf) archivo escrito por Juan Carlos Asinsten comparte que:

“Simplificando, podemos afirmar que comunicación visual es aquella en la que predominan las imágenes en la construcción de los mensajes. Como se ve, una definición ambigua, que utiliza una palabra <acotadora>: predominan. Y otra polisémica: imágenes. En términos generales, es verificable que es muy pequeña la comunicación basada exclusivamente en imágenes. En la mayor parte de la

comunicación visual tienen preponderancia las imágenes, pero se complementan con textos, sonidos, locuciones, que acotan y precisan su sentido, su significación”

Según Bruno Munari, autor del libro de Diseño y comunicación visual comunica que:

Comunicación visual “prácticamente es todo lo que ven nuestros ojos; una nube, una flor, un dibujo técnico, un zapato, un cartel, una libélula, un telegrama como tal (excluyendo su contenido), una bandera. Imágenes que, como todas las demás, tienen un valor distinto, según el contexto en el que están insertas, dando informaciones diferentes. Con todo, entre tantos mensajes que pasan delante de nuestros ojos, se puede proceder al menos a dos distinciones: la comunicación puede ser intencional o casual”

En general la comunicación visual es aquella en la que predominan las imágenes pero que se complementa con textos, sonidos, locuciones que acotan y precisan su sentido, su significación.



Fotografía: Comunicación visual

Recuperado de: <http://www.javerianacali.edu.co/programas/disenio-de-comunicacion-visual>

## 6.2.2 Conceptos fundamentales relacionados con el diseño

### 6.2.2.1 Diseño

Según Wucius Wong, autor del libro Fundamentos de diseño comparte que:

“El diseño es un proceso de creación visual con un propósito. A diferencia de la pintura y de la escultura, que son la realización de las visiones personales y los sueños de un artista, el diseño cubre exigencias prácticas. En pocas palabras, un buen diseño es la mejor expresión visual de la esencia de <algo>, ya sea esto un mensaje o un producto. Para hacerlo fiel y eficazmente, el diseñador debe buscar la mejor forma posible para que ese <algo> sea conformado, fabricado, distribuido, usado y relacionado con su ambiente”

Según el sitio web

<http://www.ingenieria.unam.mx/industriales/descargas/documentos/catedra/apuntesDSP.doc> comunica que:

“El Diseño es una actividad creativa cuyo propósito es establecer las cualidades multifacéticas de objetos, procesos, servicios y sus sistemas, en todo su ciclo de vida. Por lo tanto, Diseño es el factor principal de la humanización innovadora de las tecnologías, y el factor crítico del intercambio cultural y económico”

En general el diseño es un proceso de creación visual con un propósito. Su propósito es establecer las cualidades de objetos, procesos, servicios, etc. El diseño es innovador por medio de las tecnologías.

### 6.2.2.2 Diseño gráfico

Según el sitio web <http://catedrabeluccia.com.ar/definicion-de-diseno-y-de-diseno-grafico/> comunica que:

“Es una actividad creativa, técnica y analítica, cuyo fin consiste en determinar, anticipadamente a su producción y divulgación, las características finales de un mensaje visual y su modo de elaboración, para que cumpla con una serie de requisitos: funcionales, formales, estéticos, simbólicos, informativos, identificadores, materiales, persuasivos, económicos, etc. definidos de antemano y de común acuerdo entre el cliente o empleador y el diseñador”

El autor del libro Guía completa de ilustración y diseño, Terence Dalley comparte que:

El diseño gráfico “se puede definir en términos generales como la ordenación, composición y combinación de formas y figuras, es, por supuesto, tan viejo como el arte mismo. El termino <composición>, empleado por ejemplo con referencia a la pintura y el dibujo, significa en realidad el <diseño> de la obra. Existe una gran semejanza entre el trabajo del diseñador gráfico y el del ilustrador. Como el ilustrador, el diseñador gráfico es un artista al servicio de los que le encargan su trabajo”

Diseño gráfico es entonces la ordenación, composición y combinación de formas y figuras. El diseño actual consiste en combinar elementos. Es también una

actividad creativa en la cual sus características finales serán el dar un mensaje visual funcional y estético.

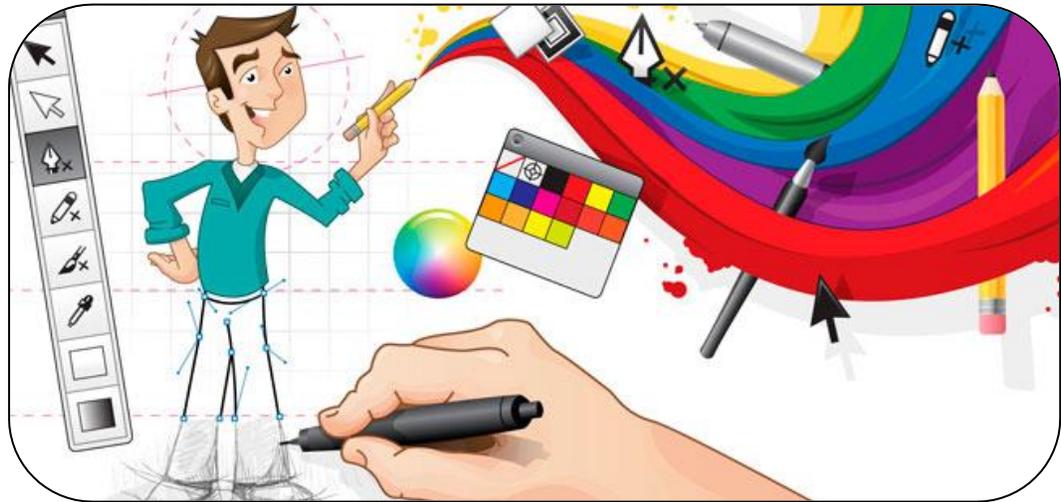


Imagen: Diseño gráfico

Recuperado de: <http://www.comunicamosyapublicidad.com/disenio-grafico-mas-alla-de-la-creatividad/>

### 6.2.2.3 Diseño editorial

El libro *Diseño editorial: Periódicos y revistas* de Yolanda Zappaterra indica que:

“Una manera simple de acotarlo es considerarlo como una forma de periodismo visual, en la medida en que esa etiqueta lo distingue más fácilmente de otros procesos de diseño gráfico, como el marketing, o el diseño de packaging, que suelen orientarse exclusivamente a la promoción de un punto de vista o de un producto. Una publicación editorial, por el contrario, puede entretener, informar, instruir, comunicar, educar o desarrollar una combinación de todas esas acciones.

Generalmente, consiste en la combinación de texto e imágenes, pero también en uno de ambos elementos exclusivamente”

Cath Caldwell en el libro Diseño editorial lo define como:

“El diseño editorial es el diseño de publicaciones periódicas: revistas impresas que salen a la venta en más de una ocasión y que, por lo general, tienen una apariencia y transmiten unas sensaciones características y únicas. Hoy en día, y por primera vez en la historia, las publicaciones pueden ser interactivas”

Tomando en cuenta los conceptos anteriores se resume el diseño editorial como una forma de periodismo visual que puede entretener, informar, instruir, comunicar y educar. Consiste también en la combinación de textos e imágenes.



Imagen: Diseño editorial

Recuperado de: <https://amontpq.wordpress.com/page/2/>

## 6.3 Ciencias auxiliares, artes, teorías y tendencias

### 6.3.1 Ciencias

#### 6.3.1.1 Semiología

Pierre Guiraud, en el libro *La Semiología*, comparte que:

“La semiología es la ciencia que estudia los sistemas de signos: lenguas, códigos, señalizaciones, etc. De acuerdo con esta definición, la lengua sería una parte de la semiología. En realidad, se coincide generalmente en reconocer al lenguaje un status privilegiado y autónomo que permite definir a la semiología como <el estudio de los sistemas de signos no lingüísticos>”

En la página web

<http://aprendeonline.udea.edu.co/lms/moodle/mod/resource/view.php?inpopup=true&id=63005> se muestra que:

“La semiología es la ciencia que estudia la vida de los signos en el seno de la vida social. Así definió Ferdinand de Saussure a la semiología, la misma que aún no existía en su época. Él la vislumbraba como la ciencia que iba a estudiar en qué consistían los signos y cuáles eran las leyes que los gobernaban. Con esta definición abarca todos los sistemas de signos: el alfabeto de los sordomudos, las señales de tráfico, los códigos, el alfabeto Morse, etc. El lenguaje se exceptúa de esta definición, debido a su carácter especial, y por ello, la semiología se puede definir como el estudio de los sistemas de signos no lingüísticos”

La semiología estudia los sistemas y vida de los signos no lingüísticos en la vida social.

### **6.3.1.2 Psicología**

Velásquez en el libro Curso Elemental de Psicología define psicología como:

“La palabra <psicología> proviene de dos voces griegas: psique, cuyo significado es alma o espíritu, y logos, que equivale a estudio o tratado. Etimológicamente, pues, psicología quiere decir estudio del alma”

La enciclopedia Vergara Universal Dictada Ilustrada indica que:

La psicología es la “ciencia que estudia, describe y clasifica los hechos anímicos (psíquicos) con métodos empíricos, es decir, valiéndose de la observación (interna y externa), de la experimentación, de la inducción y de la ayuda de otras ciencias”

En resumen la psicología estudia lo interno del ser humano, el alma y los estados anímicos valiéndose de la observación y la ayuda de otras ciencias.

### **6.3.1.3 Psicología del color**

En el libro Diseño Editorial: Periódicos y revistas, Yolanda Zappaterra indica que:

“El color es algo tan personal que las asociaciones que provoca dependen de infinidad de factores. Lo mejor que pueden hacer editores y diseñadores es fiarse de su instinto con respecto al color y su impacto emocional. Aunque cualquier color pueda emplearse para subrayar y enfatizar y que algunos colores específicos puedan

tener significados simbólicos o despertar emociones y recuerdos, usar color como herramienta para vender la publicación tiene pocas garantías de éxito”

Alan Swan, en el libro Color en el diseño gráfico, comparte que:

“Los colores pueden influir sobre el estado de ánimo. Hay otras connotaciones de los colores que derivan no tanto de las sensaciones que producen como el significado simbólico que se les atribuye. Algunos significados son (naturales) y fácilmente comprensibles. Al explotar los diseñadores gráficos estas asociaciones de color, estas se convierten en más sofisticadas”

La psicología del color llega a ser algo personal por lo que es importante que el diseñador utilice su propio criterio al momento de elección de colores, también deberán tener en cuenta el significado simbólico que se les atribuye.

#### **6.3.1.4 Sociología**

Gabriel Ochoa Mesina, autor del libro Sociología, indica que:

“El objeto de estudio de la Sociología es la sociedad humana, es decir, la realidad social en la que vivimos; nos explica su estructura y funcionamiento, lo que es, no lo que debe ser”

Según la Enciclopedia Vergara Universal Dictada Ilustrada comparte que:

La sociología es la “ciencia que estudia la constitución y desarrollo de las sociedades humanas y todos los fenómenos sociales”

Definiremos la sociología entonces como la ciencia que estudia a la sociedad humana, su desarrollo y todos los fenómenos sociales.

## **6.3.2 Artes**

### **6.3.2.1 Fotografía**

Ernst Gombrich, en el libro *¿Qué es el Diseño gráfico?*, indica cómo percibía la fotografía:

“Una de las madres de todo el desarrollo del arte moderno: A partir de entonces, pintar ya no sería necesario, pues un dispositivo mecánico podía realizar la tarea mucho mejor y de una forma más económica. Si la pintura hizo que el arte tomara nuevas formas, la fotografía también catapultó el diseño hacia nuevos territorios, ampliando su vocabulario y capacitándolo perfectamente para la reproducción mecánica en serie”

En el libro *Diseño Gráfico* de Hugh Marshall, el autor comparte que:

“Una fotografía es la única solución satisfactoria. Lo más importante, con todo, es que una fotografía debe ser real, aunque su realidad pueda ser una fantasía idealizada. La asociación del diseño gráfico y la fotografía ha permitido la creación de algunos de los ejemplos de arte pictórico aplicado más sobresalientes de este siglo”

Podríamos definir que fotografía es el arte de pintar digital por medio de dispositivos mecánicos, utilizada en especial por diseñadores para complementar las técnicas de diseño.



Fotografía: Fotografía en la ciudad

Recuperado de: <http://noticias.iberestudios.com/cursos-mooc-gratuitos-online-musica-fotografia/>

### 6.3.2.2 Dibujo

José Oriol y Bernadet, en Elementos de Geometría y dibujo lineal, indica que:

“Dibujo en general es el arte de representar sobre una superficie y con perfecta igualdad o semejanza cualquier objeto de la naturaleza que por su forma o color se halle exactamente definido”

Según la Enciclopedia Vergara Universal Dictada Ilustrada, se muestra que:

El dibujo es la “representación sobre una superficie de la forma y no el color de los objetos; o sea, un conjunto de las líneas y contornos de una figura. Puede hacerse con ayuda de lápiz, carboncillo, tinta china, etc.”

Sera entonces la representación sobre una superficie de líneas y contornos que representen igualdad o semejanza de cualquier objeto o persona y puede realizarse con equipo variado.

### 6.3.2.3 Tipografía

Según el libro Diseñador gráfico, de Bert Braham, comunica que:

“La tipografía consiste simplemente en elegir un tipo de letra para un trabajo determinado, de modo que un bloque de texto o un encabezamiento se puedan leer sin dificultad. Literalmente, tipografía significa el diseño de las letras. Un bloque de texto puede verse no solo con meras palabras sobre papel, sino como un tono específico de gris que varía dependiendo de la anchura de los tipos; la elección acertada de un tipo de letra puede resaltar el significado de todas y cada una de las palabras”

En el libro ¿Qué es diseño gráfico?, de Quentin Newark, comparte que:

“La palabra ‘tipografía’ significa escribir/imprimir utilizando elementos estándares, y usar elementos estándares implica algún tipo de relación modular entre estos elementos. Puesto que esta relación es bidimensional, es necesario a su vez establecer las proporciones, tanto verticales como horizontales”

En conclusión, la tipografía consiste en elegir un tipo de letra para una función determinada, de modo de que se pueda leer sin dificultad, por tanto tipografía significa el diseño de las letras y sus características, implica algún tipo de diseño entre los elementos y establece proporciones verticales y horizontales.

### 6.3.3 Teorías

#### 6.3.3.1 Teoría del recorrido visual

En El Periódico Guía para el profesorado, Natalia Bernabéu Morón comparte que:

“La ordenación de la información en la página se realiza teniendo en cuenta el recorrido que hace la vista del lector. Tradicionalmente se creía que el primer lugar donde este se fijaba la vista era el ángulo superior derecho; por ello, se colocaba en este espacio una noticia importante. En la actualidad, en cambio, conviven dos teorías respecto a este asunto. Una teoría sostiene que la lectura de la primera página es circular, comenzando en el ángulo superior izquierdo y siguiendo el sentido de las agujas del reloj. Se denomina lectura circular o envolvente. Por ello, la noticia principal se coloca en el ángulo superior izquierdo, en lo que se denomina región o área óptica primaria. Una segunda teoría divide la página en dos mitades horizontales (superior e inferior) y dos mitades verticales (izquierda y derecha). Considera que la parte superior tiene mayor valor que la inferior y que la izquierda tiene más valor que la derecha. Queda, pues, dividida la plana en cuadrantes: superior izquierdo, superior derecho, inferior izquierdo e inferior derecho, de los cuales el más importante será el superior izquierdo y el menos, el inferior derecho. En consecuencia, según esta teoría la vista hace una lectura siguiendo el trazado de la letra zeta (Z). El ojo comienza en el ángulo superior izquierdo, sigue el recorrido en horizontal hasta el lado derecho, desciende a la zona inferior izquierda y concluye en la parte inferior derecha”

La teoría del recorrido visual muestra que existen variaciones en cuanto a la visualización de la persona, pero que es necesario colocar los elementos en puntos estratégicos para llenar las expectativas y causar impacto al momento de diseñar.

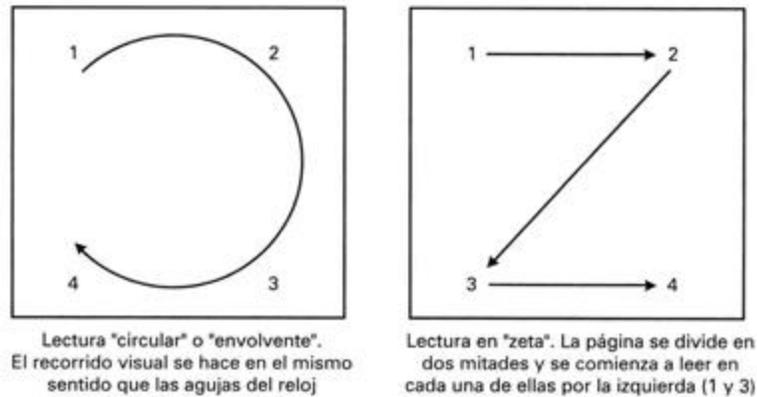


Imagen: Recorrido visual

Recuperado de: [http://www.ite.educacion.es/formacion/materiales/42/cd/m1\\_4/recorrido\\_visual.html](http://www.ite.educacion.es/formacion/materiales/42/cd/m1_4/recorrido_visual.html)

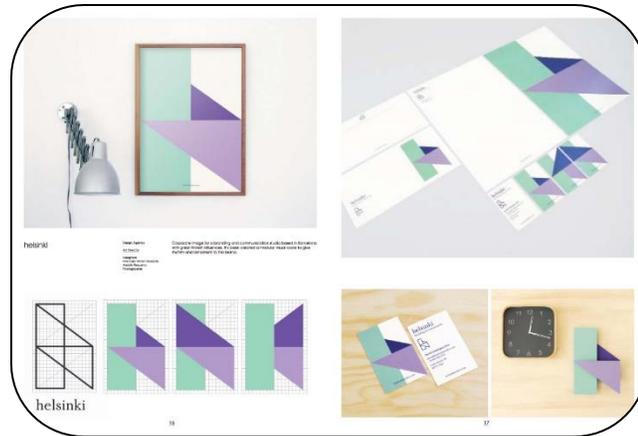
## 6.3.4 Tendencias

### 6.3.4.1 Geométrica

En la página web [http://efectomoda.blogspot.com/2013/05/tendencia-geometrica\\_24.html](http://efectomoda.blogspot.com/2013/05/tendencia-geometrica_24.html), se define la tendencia geométrica en la siguiente noticia:

En la tendencia geométrica “la geometría es la protagonista, con pintorescos y optimistas diseños. La tendencia nos da la posibilidad de apostar por lo innovador. Los cuadros, artistas o circunferencias son los protagonistas en patrones y colores. Nos trasporta a la década de los 60’s y 70’s por medio de los diseños coloridos y divertidos”

En general en la tendencia geométrica las figuras y colores vivos son los protagonistas por lo que llega a ser una tendencia innovadora.



Fotografía: Tendencia geométrica

Recuperado de: <http://blog.promopresseditions.com/geometrix-la-estrecha-relacion-entre-las-artes-graficas-y-la-geometria/>

### 6.3.4.2 Vanguardismo

Según la página web

<https://historialdedisenio.wordpress.com/category/movimientos-y-vanguardias/page/2/> Carolina Costas nos muestra que:

“Las vanguardias son fenómenos sociales y estéticos, que tienen que ver con lo nuevo, lo original y lo innovador. Se pueden aplicar a distintos ámbitos, artístico, literario o, como en este caso, al diseño. Estos movimientos artísticos se proponían romper con las convenciones estéticas vigentes. Las vanguardias surgieron como una respuesta a las necesidades sociales de la época”

En la Enciclopedia Vergara Universal Dictada Ilustrada se indica que:

El vanguardismo es el “nombre común a los movimientos artísticos que, en las primeras décadas del siglo XX, impusieron un criterio de protesta, de libertad de expresión y de dinamismo”

En general la tendencia vanguardista tiene que ver con lo nuevo, lo futurista. Es una tendencia que rompe lo convencional y marca una época de libertad de expresión y dinamismo.

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**

El trabajo primordial de un comunicador y diseñador es detectar problemas relacionados con la transmisión de información y la respuesta que se obtenga por parte del grupo objetivo. Para detectar dichas situaciones, el comunicador y diseñador deben apoyarse en ciertas ciencias que le ayuden a tener un conocimiento más claro del proyecto a trabajar.

El proyecto de la creación de: Diseño de piezas gráficas impresas para informar a pacientes acerca de los servicios y productos que ofrece el Consultorio de Medicina Alternativa CARHUSHA, requiere el apoyo y aplicación de ciencias auxiliares como factor básico para el respaldo de dicho instrumento. Los conocimientos científicos acumulados para el presente proyecto, dan soporte a la investigación y son necesarios para la adopción de decisiones basadas en la realización del proyecto que en conjunto con el diseño permitirán crear el material que se necesita para cubrir la necesidad presentada por el Consultorio de Medicina Alternativa CARHUSHA.

#### **7.1.1 Comunicación**

La comunicación, que es la acción de comunicar, será utilizada por medio de las artes gráficas para llevar la información a los pacientes e interesados sobre las terapias y productos de la empresa. Estos llevarán lo necesario para comunicar los objetivos de la empresa, compartir con otros y crear un proceso de comunicación.

### **7.1.2 Diseño**

El diseño tiene como objetivo el ser conformado, fabricado, distribuido, usado y relacionado con su ambiente; los diseños cumplirán estos objetivos al llevar un propósito y siendo creativos. Será la esencia de lo que la empresa es actualmente y sus colores, tipografía y maquetación será acorde a la misma.

### **7.1.3 Semiología**

Semiología, la ciencia que estudia la vida de los sistemas de signos, permitirá la realización de iconos que representaran a las diferentes áreas en las cuales trabaja el consultorio.

### **7.1.4 Psicología**

La psicología estudia el alma, el comportamiento humano mediante la observación. En el caso de las piezas de diseño, estarán basadas en cuanto a lo que el grupo objetivo desea y mediante la observación y el análisis de las encuestas realizadas.

### **7.1.5 Psicología del color**

La psicología del color, que queda abierta a discreción del diseñador, es utilizada en este caso por medio de los colores del logotipo de la empresa y los que según Betty Edwards infundirán paz y seguridad.

### **7.1.6 Sociología**

La sociología, que estudia la sociedad humana y el comportamiento en sociedad, permitió saber la cantidad y las descripciones específicas del texto incluido en las piezas gráficas para su fácil lectura y así influir en el comportamiento del grupo objetivo.

### **7.1.7 Fotografía**

La fotografía como arte de plasmar en digital fue utilizada para la realización de las piezas gráficas y de esta manera representar de manera más clara y agradable los servicios que presta el consultorio actualmente.

### **7.1.8 Dibujo**

El dibujo es un arte de plasmar por medio de líneas lo que se ve o imagina. En este caso se utilizó el dibujo como herramienta para bocetaje y además para la realización de imágenes específicas que luego fueron digitalizadas para incluirlas en cada pieza.

### **7.1.9 Teoría del recorrido visual**

Esta teoría nos muestra la manera en que la persona lee una pieza gráfica, por lo que se utilizó para ubicar cada elemento gráfico en un área específica y de esta manera lograr la atención del grupo objetivo y hacerles recordar los productos y servicios que ofrecen.

### **7.1.10 Geométrica**

Esta tendencia de diseño se basa en figuras geométricas y colores vivos, base que se utilizó para la realización de las piezas gráficas como tendencia de moda actual y para llamar la atención del grupo objetivo.

### **7.1.11 Vanguardismo**

El vanguardismo siempre innova, por lo que se utilizó esta técnica en los diseños de las piezas gráficas para mostrar algo diferente y moderno, ya que como bien se sabe, la medicina alternativa son técnicas milenarias y, en este caso, se deseaba traer algo nuevo y fresco, para hacer de estas técnicas algo más interesante en cuanto a la salud futurista.

## **7.2 Conceptualización**

### **7.2.1 Método**

El método que se utilizará para la conceptualización del presente proyecto se titula “Mapas mentales (mind maps)”

¿Qué es?

Es una técnica popularizada por Tony Buzan, investigador en el campo de la inteligencia y presidente de la Brain Foundation.

La importancia de los mapas mentales radica en que son una expresión de una forma de pensamiento: el pensamiento irradiante. El mapa mental es una técnica gráfica que permite acceder al potencial del cerebro.

¿Para qué sirve?

Es una técnica de usos múltiples. Su principal aplicación en el proceso creativo es la exploración del problema y la generación de ideas. En la exploración del problema es recomendable su uso para tener distintas perspectivas del mismo.

¿Cómo se utiliza?

Para su elaboración se siguen los siguientes pasos:

1. Se toma una hoja de papel, grande o pequeña, según sea un mapa grupal o individual.
2. El problema o asunto más importante se escribe con una palabra o se dibuja en el centro de la hoja.
3. Los principales temas relacionados con el problema irradian de la imagen central de forma ramificada.
4. De esos temas parten imágenes o palabras claves que trazamos sobre líneas abiertas, sin pensar, de forma automática pero clara.
5. Las ramificaciones forman una estructura nodal.

Los mapas mentales se pueden mejorar y enriquecer con colores, imágenes, códigos y dimensiones que les añaden interés, belleza e individualidad.

Tras el siguiente proceso, la visión del problema es más abierta. Tenemos más perspectiva para abordarlo y pasar a la etapa de generación de ideas.

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

El método se utilizó en la realización de un mapa mental por cada pieza gráfica, incluyendo todos los datos y elementos principales. Al finalizar se hizo una recopilación de los mapas elaborados para proceder al análisis de cada uno y definir las ideas centrales, considerando los requerimientos del cliente, los objetivos, la información del marco teórico y las características del grupo objetivo. Posteriormente se analizaron los elementos a utilizar y se ordenaron dependiendo el impacto obtenido hasta llegar al concepto deseado, con el que se procederá a efectuar la propuesta gráfica.

#### **7.2.1.2 Objetivo**

Definir el mensaje que se desea transmitir en el diseño de las piezas graficas donde se darán a conocer los servicios del Consultorio de Medicina Alternativa CARHUSHA.

#### **7.2.2 Definición del concepto**

El concepto en el que se basará la propuesta de las piezas gráficas que servirán para informar a los pacientes de los servicios del Consultorio de Medicina Alternativa CARHUSHA, será: “El equilibrio de tu vida”. Esta frase o lema es central en la información

que el consultorio desea transmitir ya que se trabajan terapias complementarias e integrales para lograr el bienestar completo y el equilibrio en la salud de las personas.

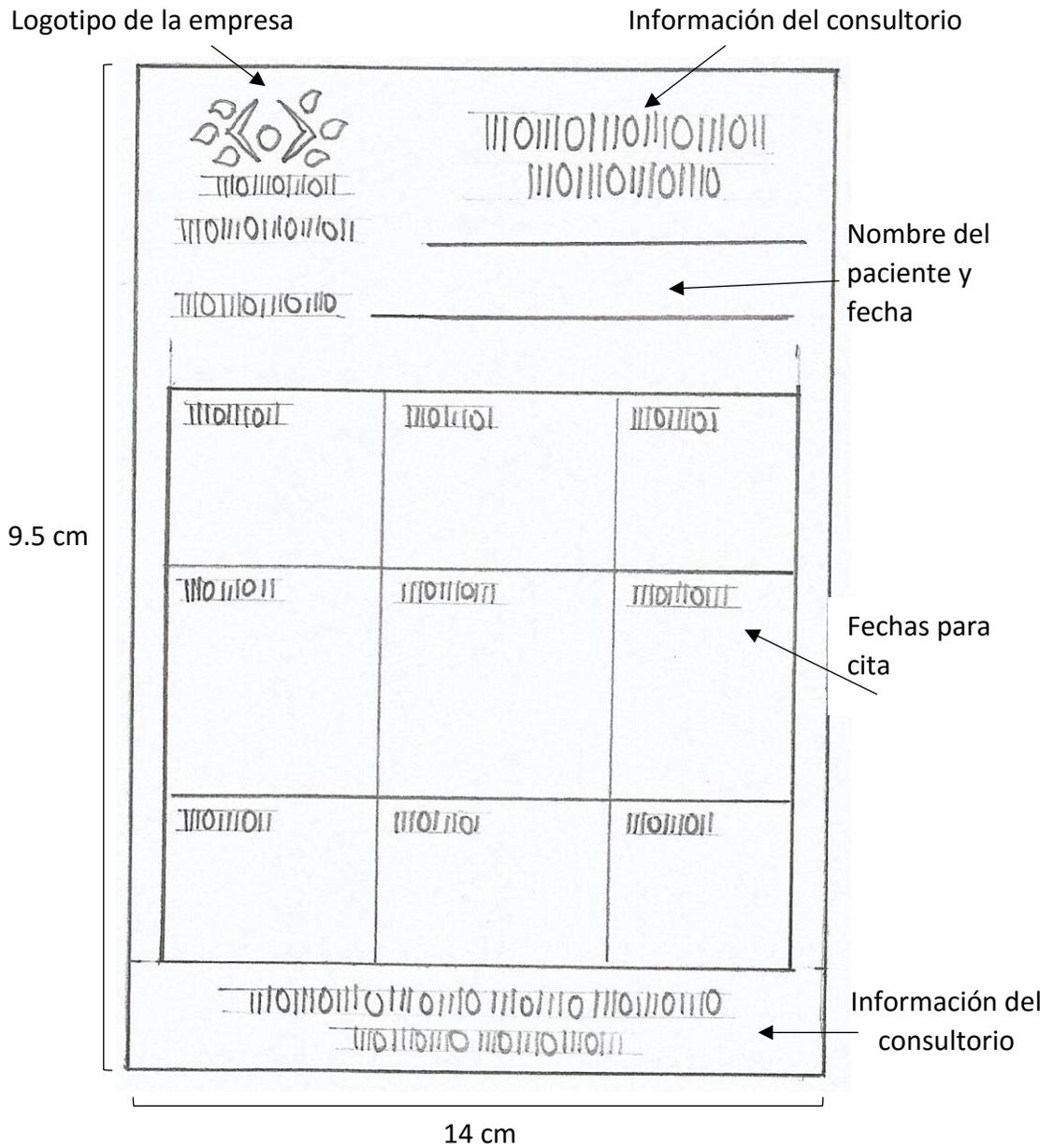
### 7.3 Bocetaje

Previo al bocetaje se realizó una tabla de requisitos general que sirvió como ayuda para el diseño de los elementos a utilizar en las piezas gráficas, sirviendo como guía inicial.

Elemento grafico	Propósito	Técnica	Emoción
<b>Color</b>	Identificar a los pacientes con los colores del Consultorio e inspirarles confianza. Los colores a utilizar son celeste, rosado, negro y beige.	Ilustrador: recuadros en porcentajes de color.	Activación, calor, tranquilidad, frescura, neutralización y meditación.
<b>Forma</b>	Identificar al paciente con las formas geométricas para hacerle énfasis al logotipo de la empresa.	Ilustrador: 3 tipos de formas geométricas y curvas.	Tranquilidad, paz y unidad.
<b>Tipografía</b>	Lograr jerarquías visuales entre títulos, subtítulos y contenidos. Las tipografías a utilizar son Adobe Arabic, Adobe Caslon Pro, Maiandra GD y Calibri (cuerpo).	Ilustrador: 3 a 4 tipos de letra. Utilizar negrillas en títulos e itálicas en subtítulos.	Seguridad y entusiasmo.

### 7.3.1 Bocetos formales en base de dibujo natural

Tarjeta de terapias para el paciente



Propuesta seleccionada a color

### Tarjeta de terapias para el paciente

Logotipo de la empresa

Información del consultorio

Nombre del paciente y fecha

9.5 cm

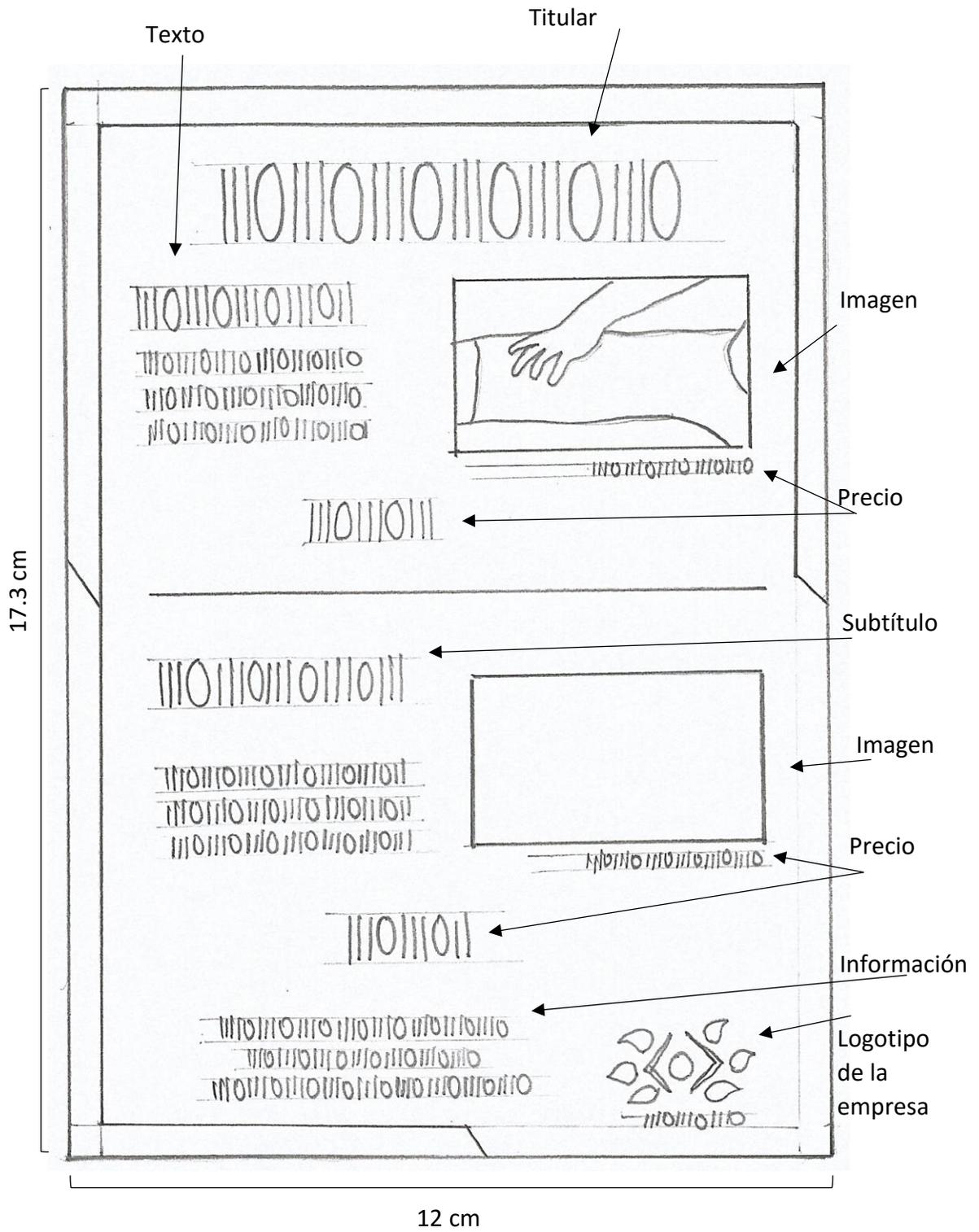
14 cm

Fechas para cita

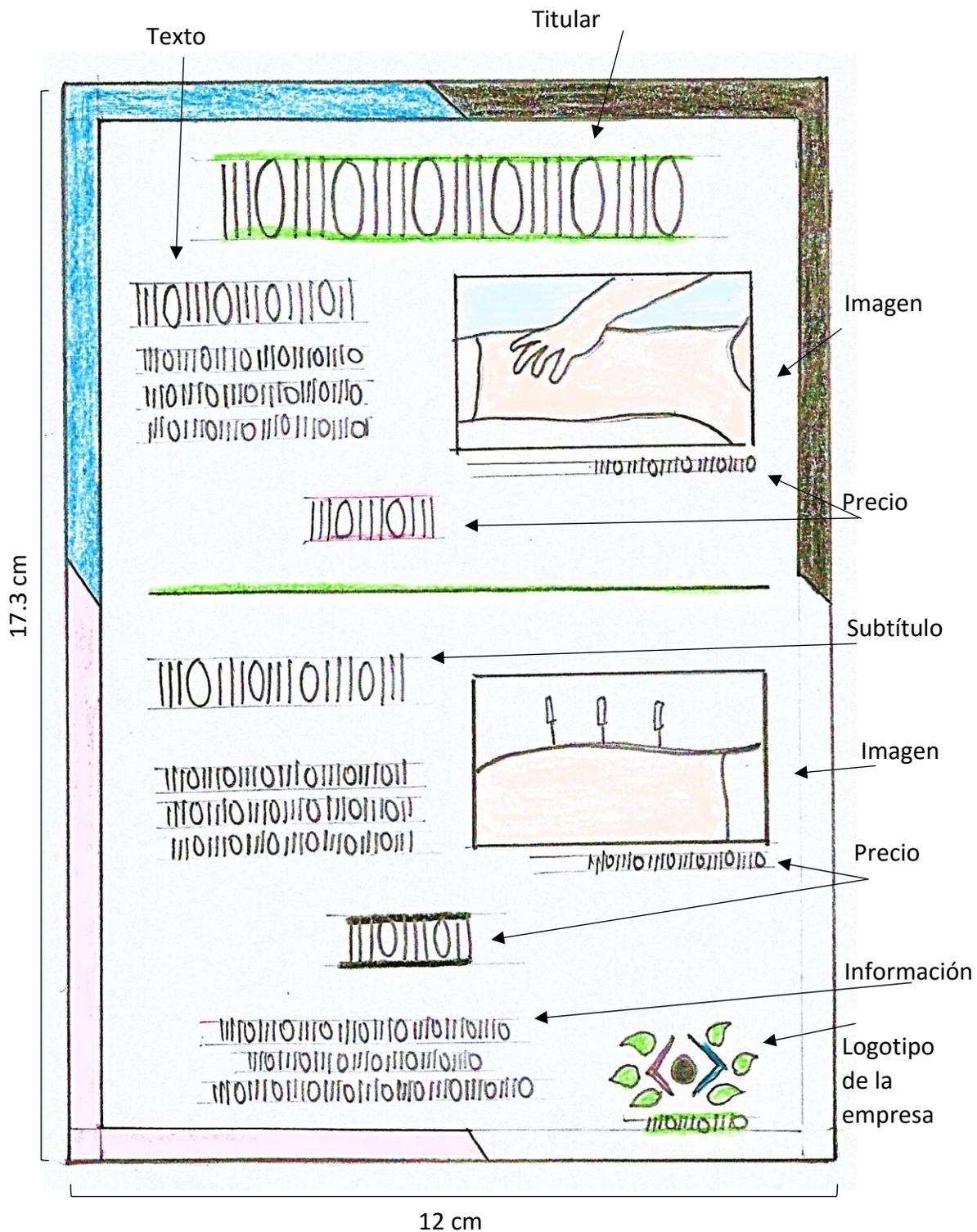
Información del consultorio

[Logo]			[Información del consultorio]		
[Nombre del paciente y fecha]			[Nombre del paciente y fecha]		
[Fechas para cita]	[Fechas para cita]	[Fechas para cita]	[Fechas para cita]	[Fechas para cita]	[Fechas para cita]
[Fechas para cita]	[Fechas para cita]	[Fechas para cita]	[Fechas para cita]	[Fechas para cita]	[Fechas para cita]
[Fechas para cita]	[Fechas para cita]	[Fechas para cita]	[Fechas para cita]	[Fechas para cita]	[Fechas para cita]
[Información del consultorio]					

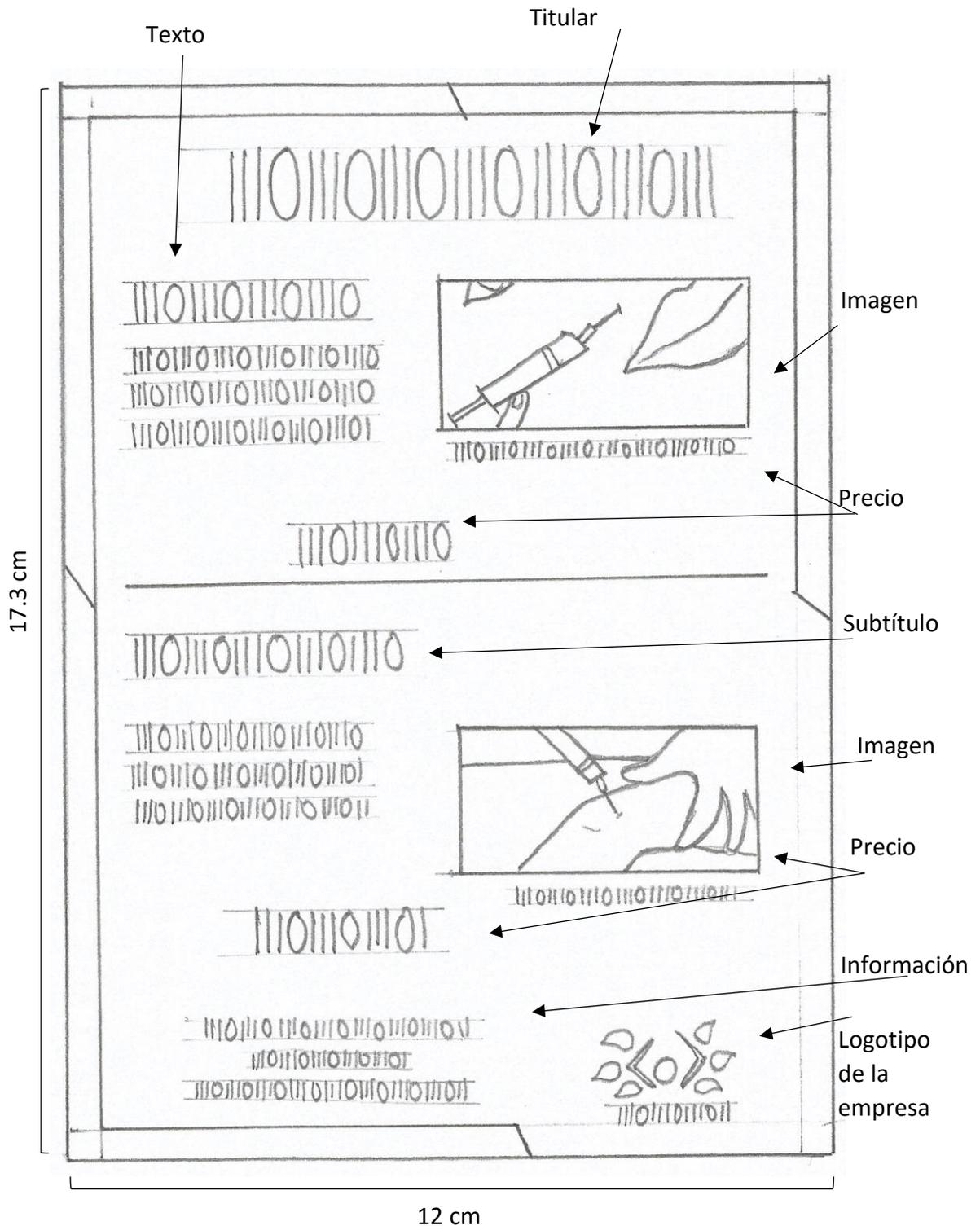
Hoja de paquetes 1



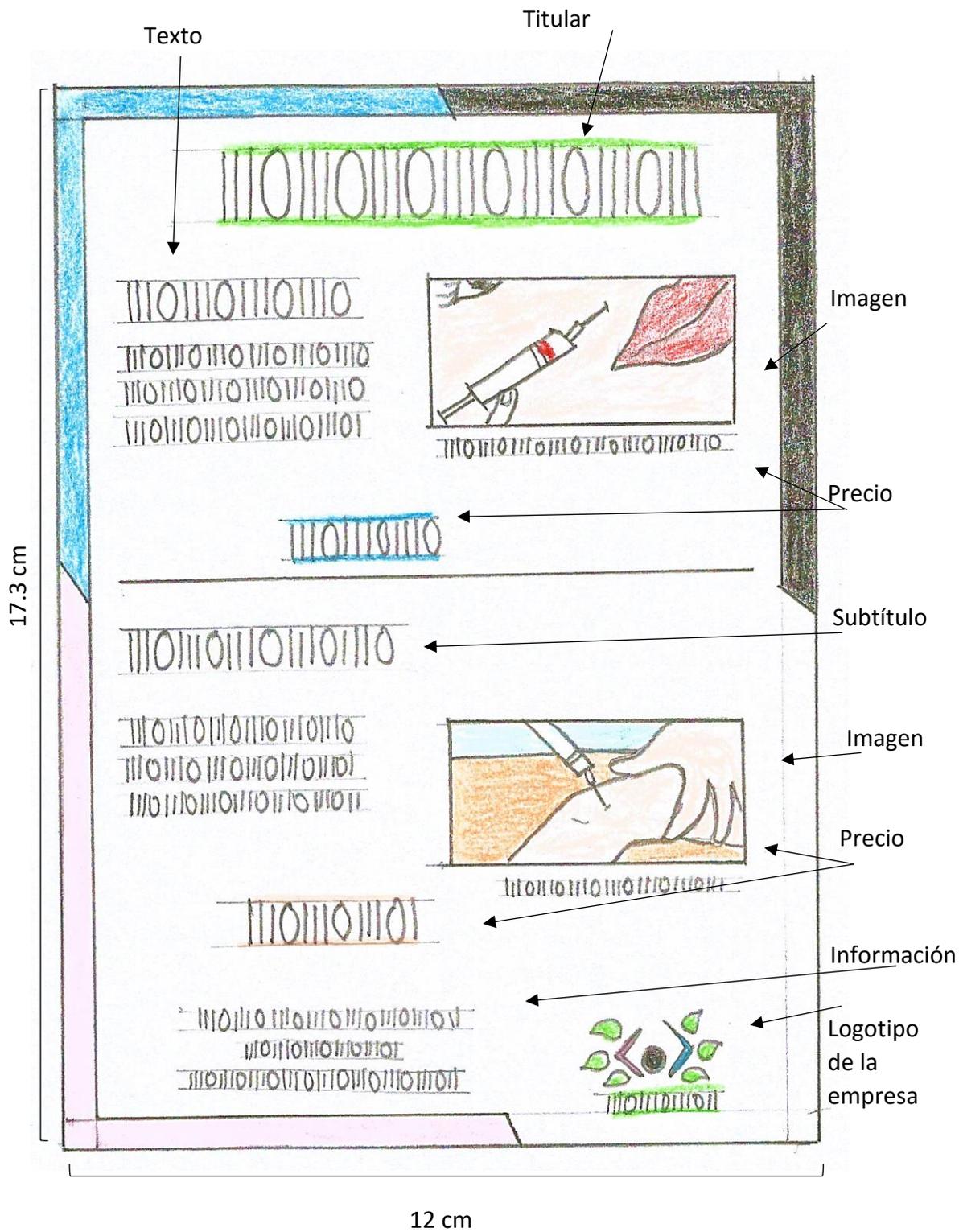
Hoja de paquetes 1 propuesta seleccionada a color



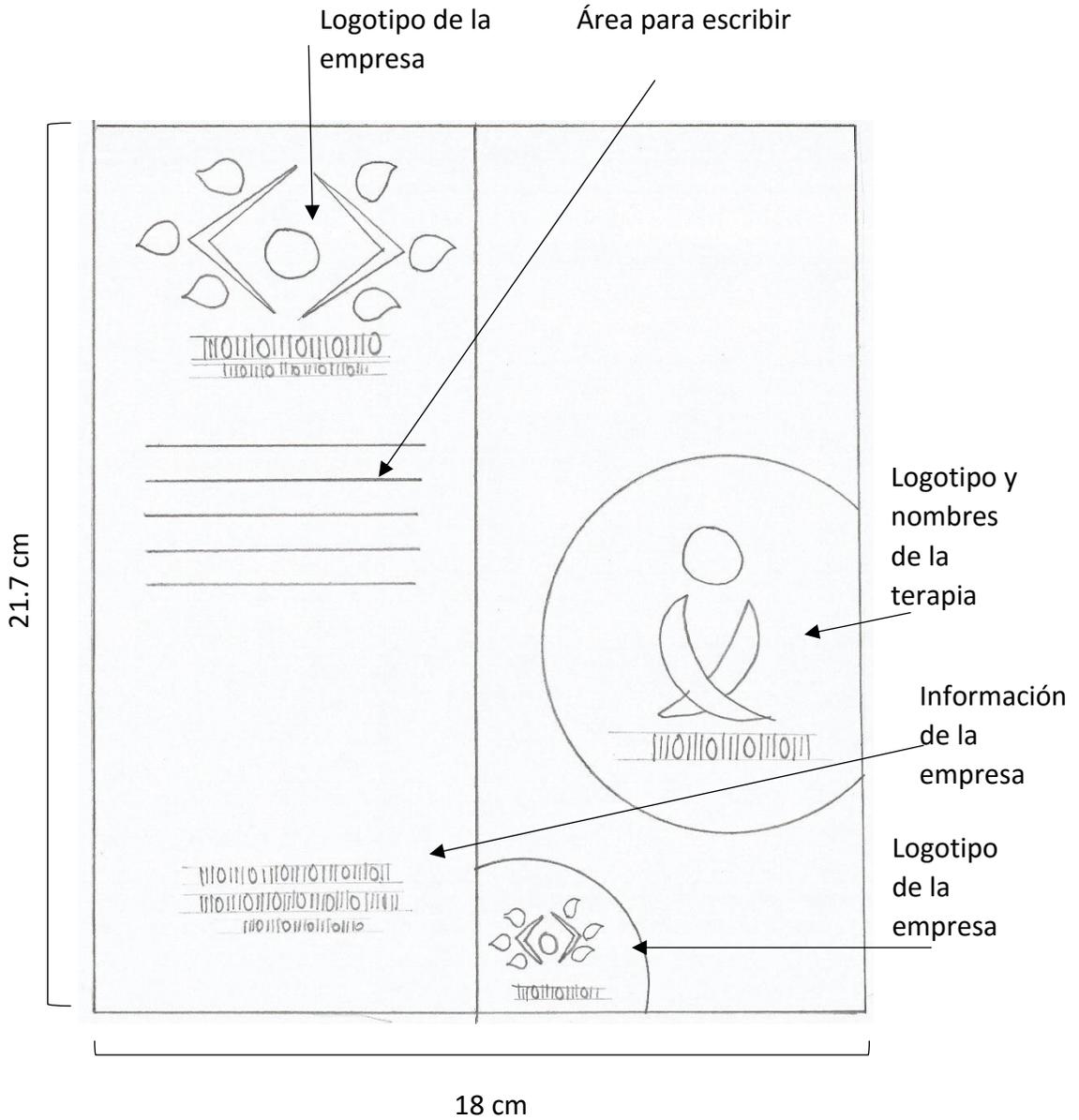
Hoja de paquetes 2



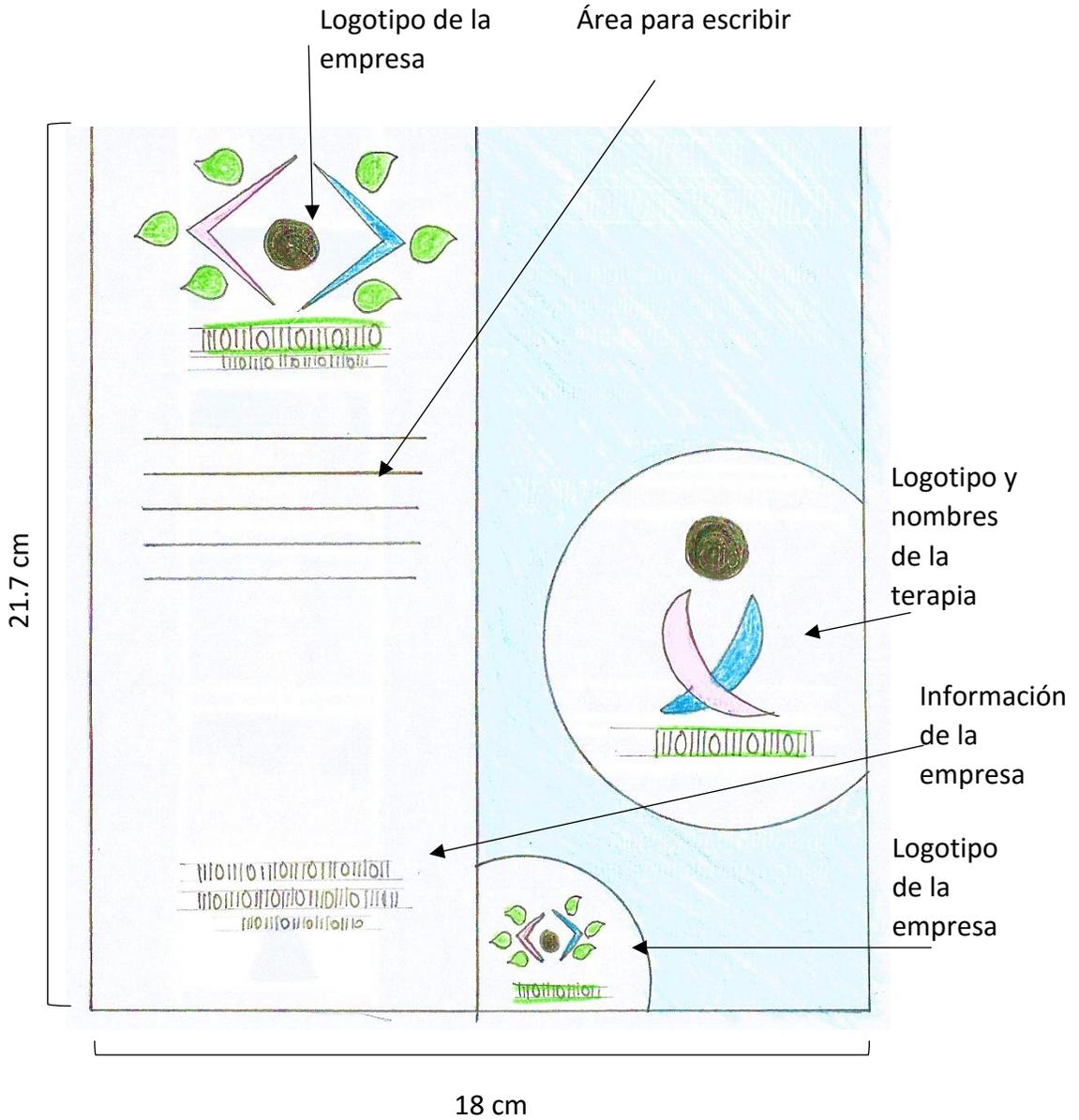
Hoja de paquetes 2 propuesta seleccionada a color



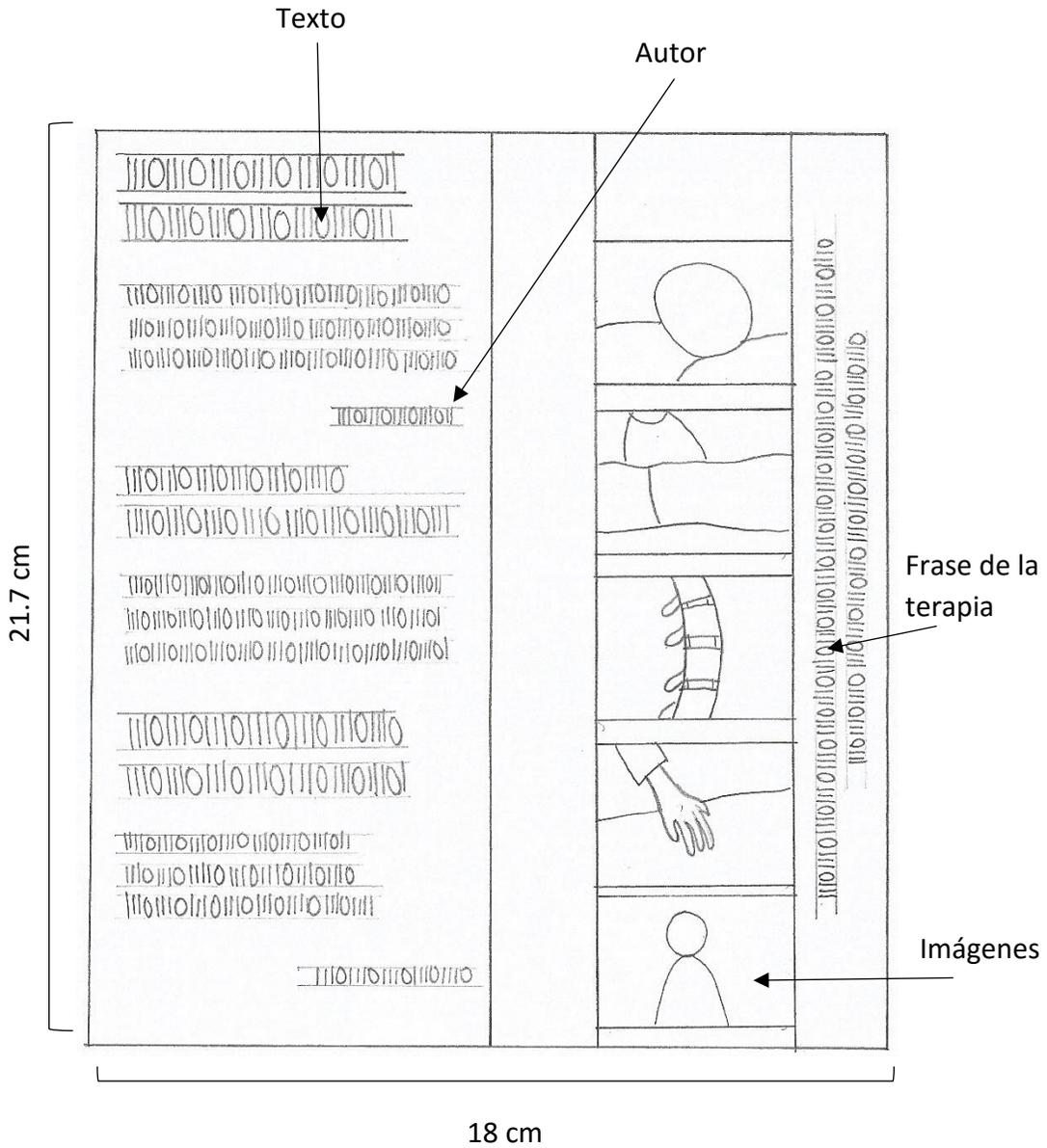
# Bifoliar tiro



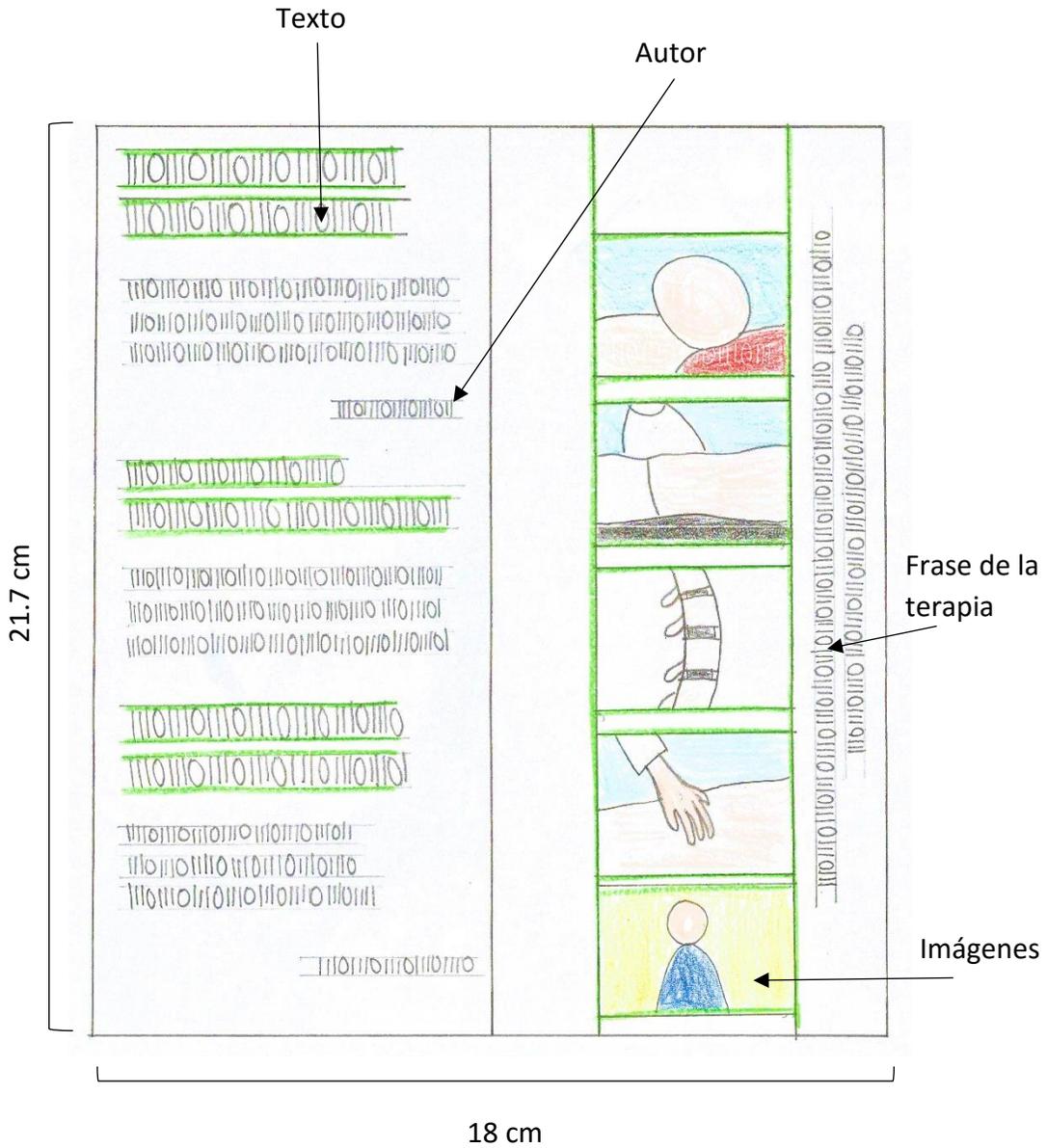
Bifoliar tiro propuesta seleccionada a color



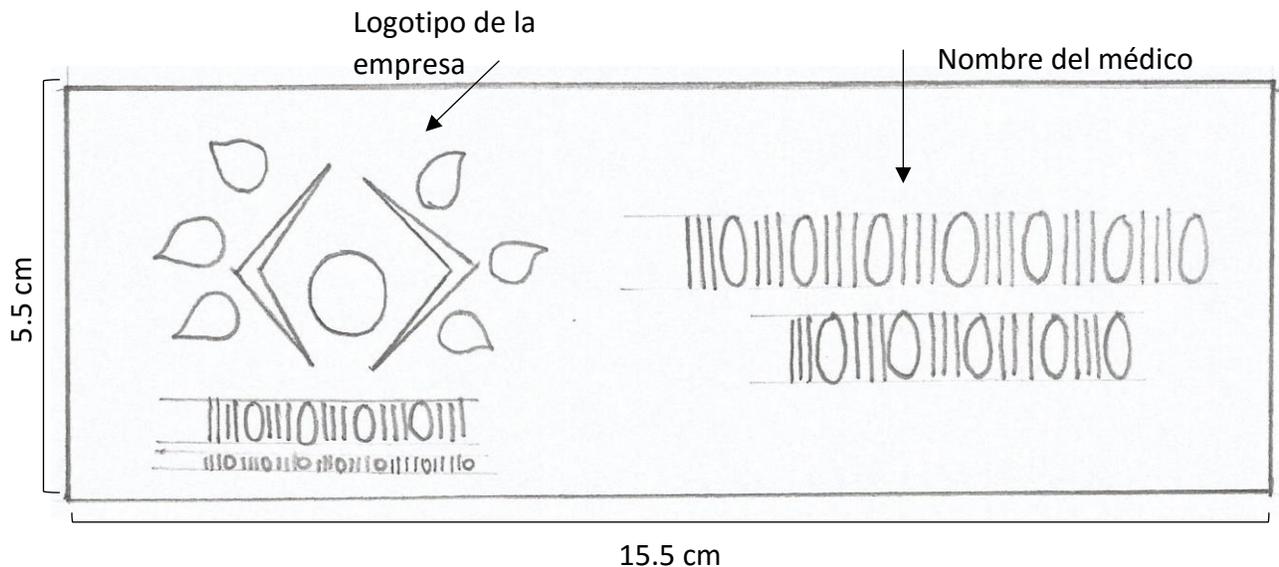
# Bifoliar retiro



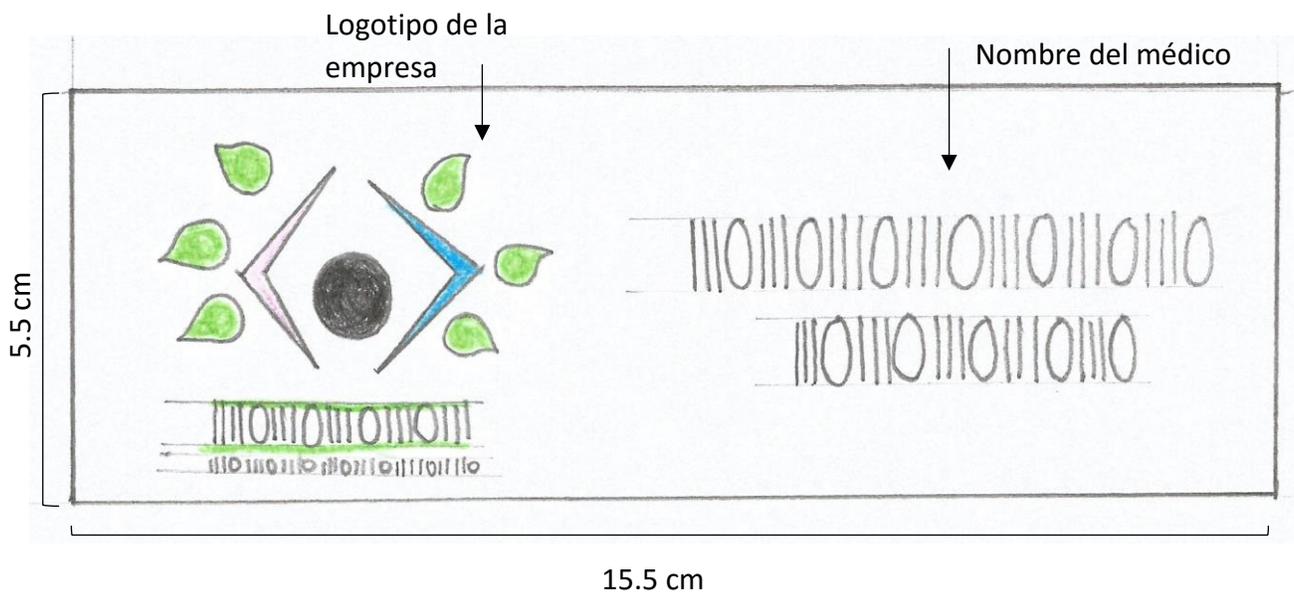
Bifoliar retiro propuesta seleccionada a color



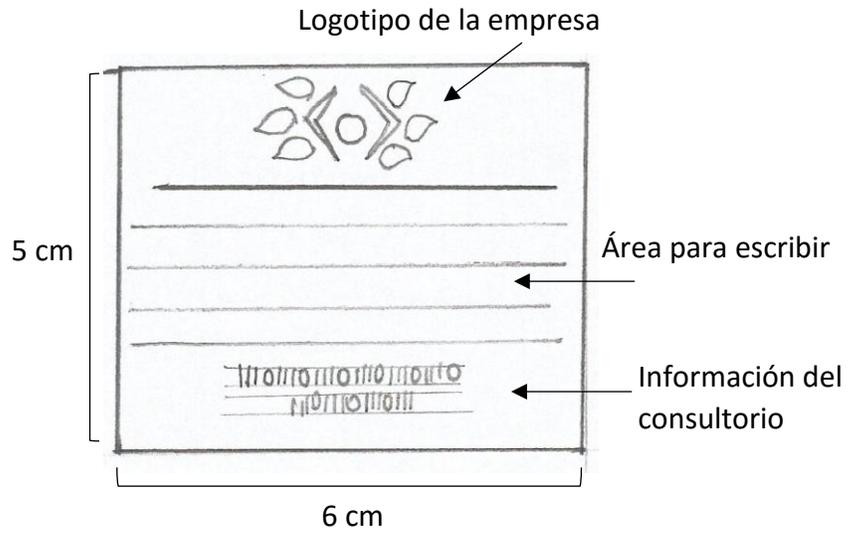
Identificador del médico



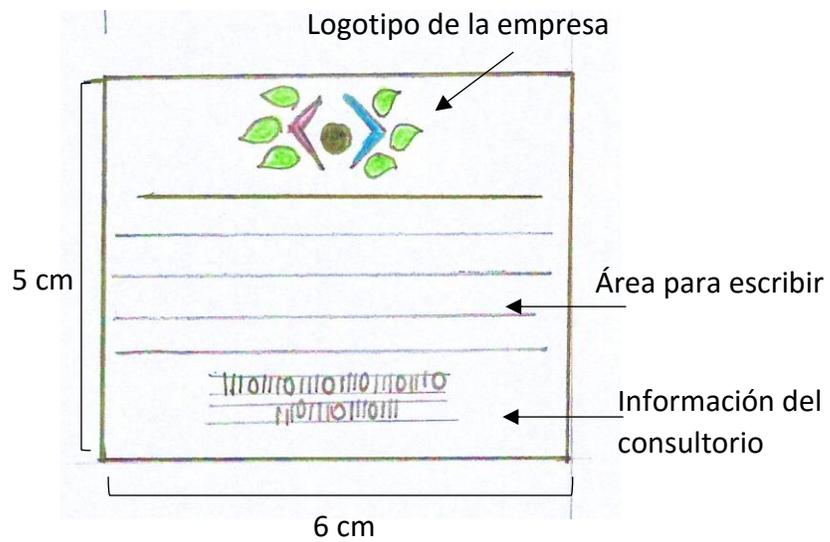
Identificador el médico propuesta seleccionada a color



### Sticker para sobre

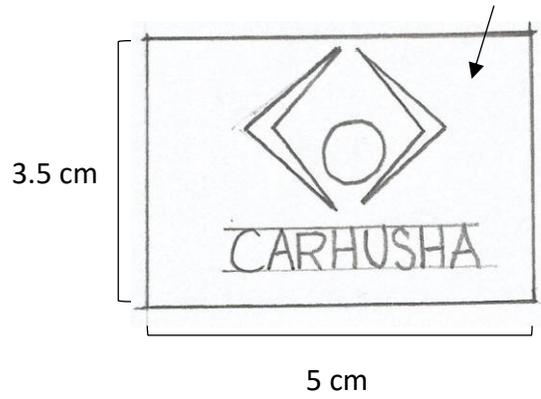


### Sticker propuesta seleccionada a color



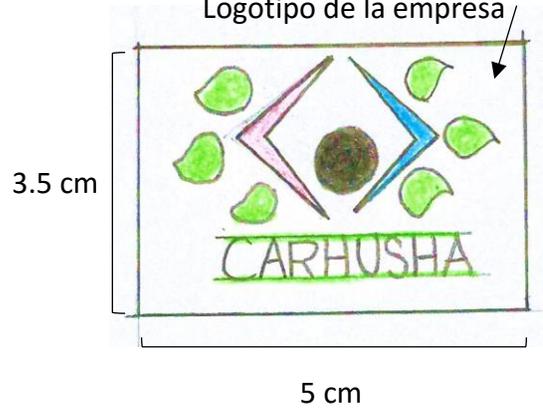
Sticker adhesivo transparente

Logotipo de la empresa



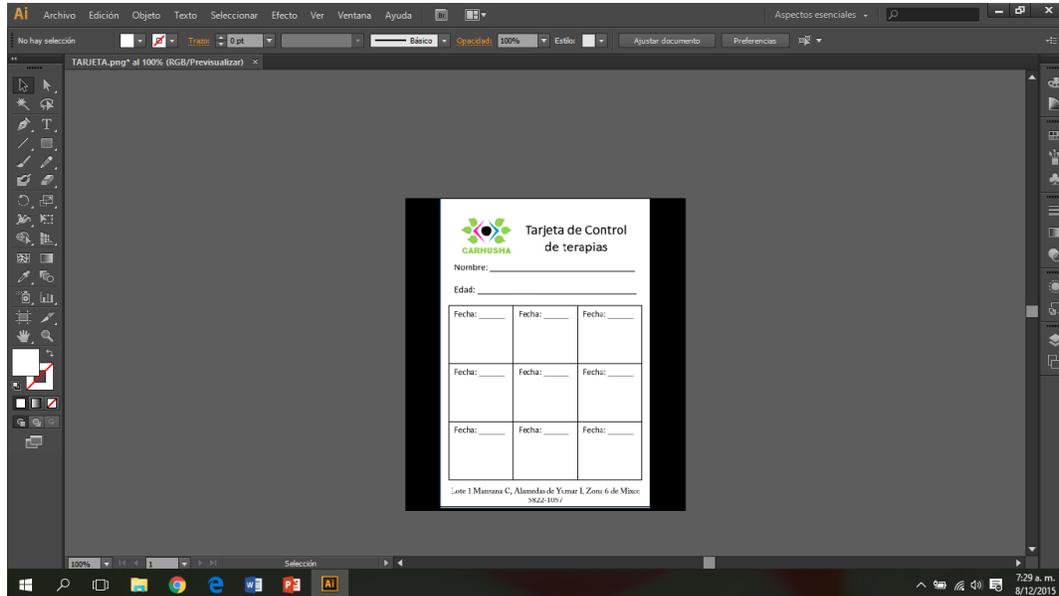
Propuesta modificada a color

Logotipo de la empresa



## 7.3.2 Proceso de digitalización de los bocetos

### Tarjeta de control de terapias



Para la tarjeta de control de terapias se utilizaron las siguientes tipografías:

- Calibri (cuerpo) para el nombre del paciente, edad, fecha de citas y título.
- **Arial black para el logotipo**

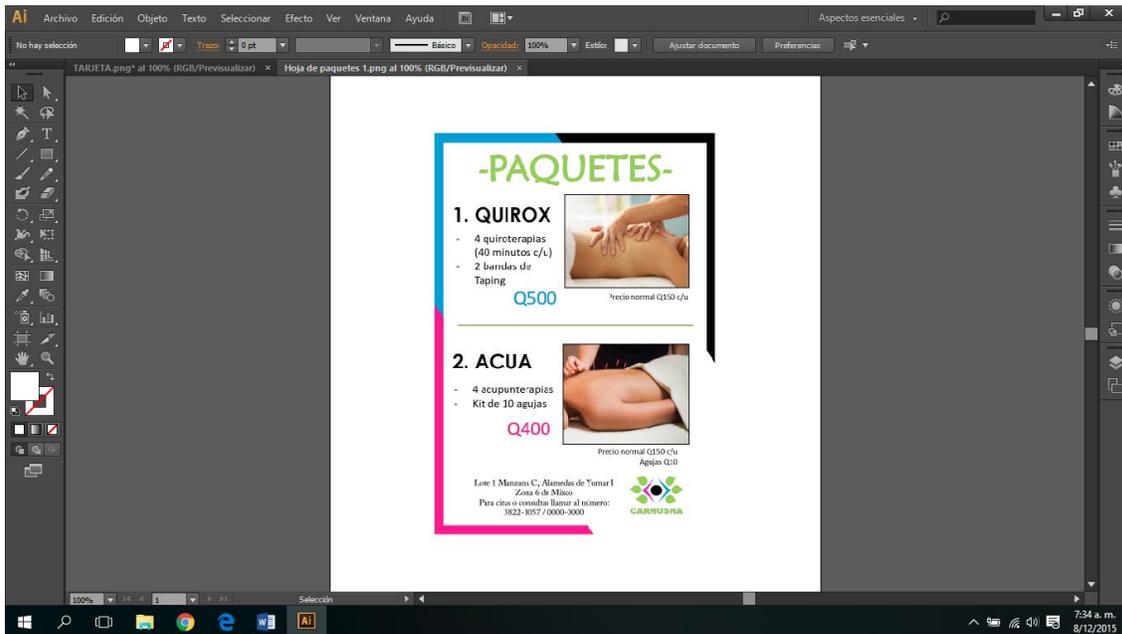
Los colores utilizados fueron:

- Negro, verde, cian y magenta.



Se digitalizó el logotipo y se realizó una tabla para las fechas de las citas del paciente.

## Hoja de paquetes 1



Para la hoja de paquetes se utilizaron las siguientes tipografías:

- Calibri (cuerpo) para el nombre de la terapia, texto, precios y datos de la empresa.
- **Arial black para el logotipo**
- Maiandra GD para el título

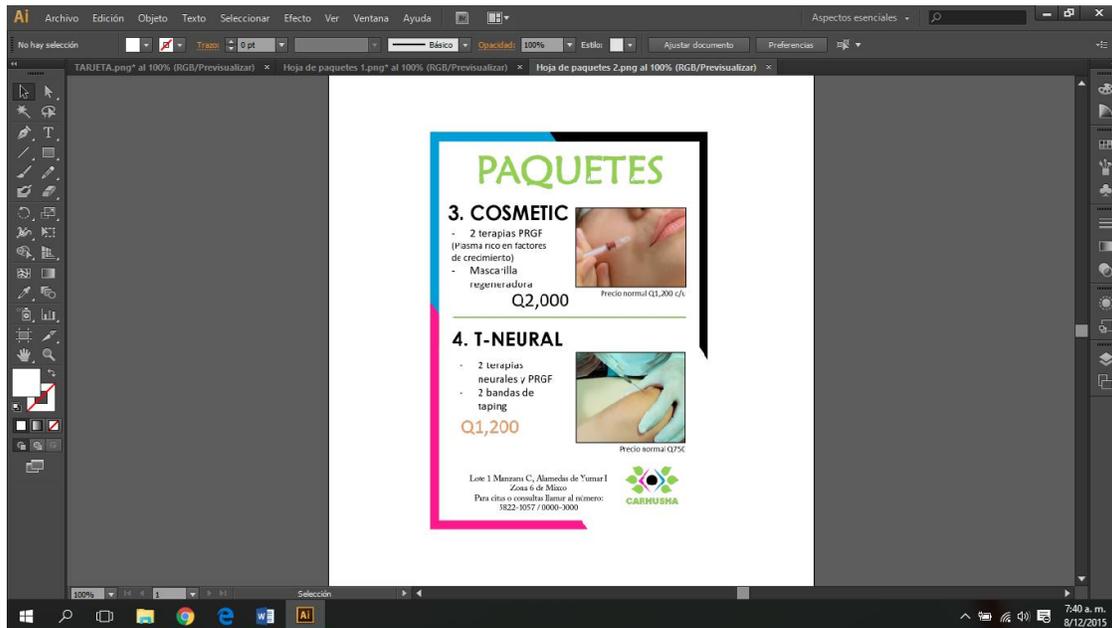
Los colores utilizados fueron:

- Beige, negro, verde, magenta y cian.



Se digitalizó el logotipo, se colocó un borde de color y las fotografías con borde negro.

## Hoja de paquetes 2



Para la hoja de paquetes se utilizaron las siguientes tipografías:

- Calibri (cuerpo) para el nombre de la terapia, texto, precios y datos de la empresa.
- **Arial black para el logotipo**
- Maiandra GD para el título

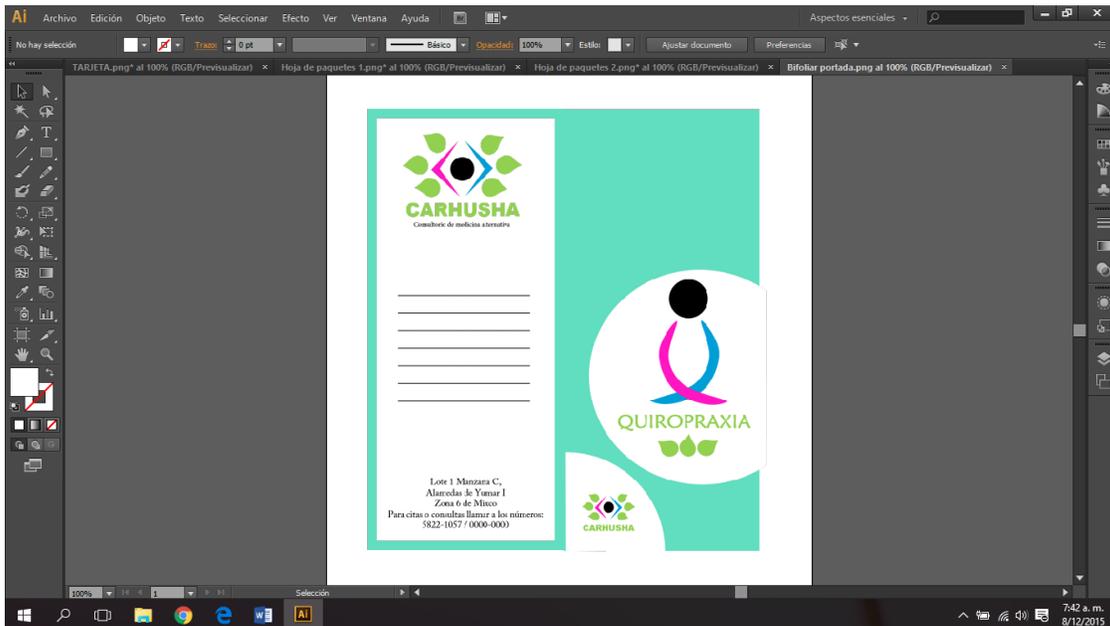
Los colores utilizados fueron:

- Beige, negro, verde, magenta y cian.



Se digitalizó el logotipo, se colocó un borde de color y las fotografías con borde negro

## Bifoliar



Para el bifoliar utilizaron las siguientes tipografías:

- Calibri (cuerpo) para el texto y datos de la empresa.
- **Arial black para el logotipo**
- Maiandra GD para el nombre de las terapias y subtítulos.

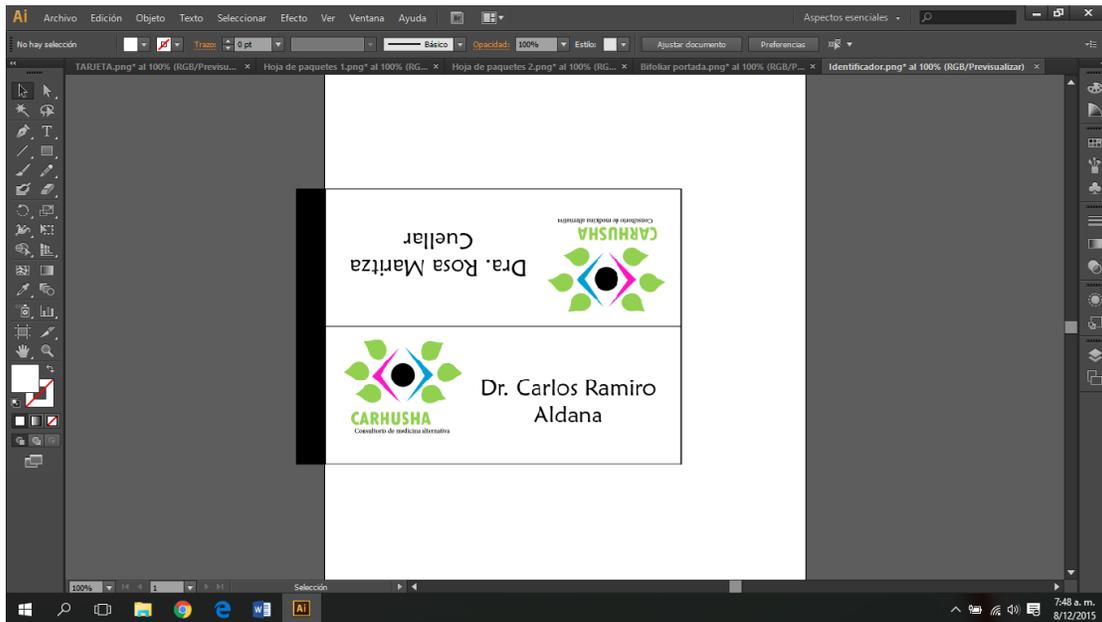
Los colores utilizados fueron:

- Negro, verde, magenta y cian y aqua.



Se digitalizó el logotipo de la empresa y el logotipo de la terapia, se colocó fondo de color y área para escribir. Fotografías en recuadros color verde.

## Identificador del médico



Para el identificador del médico se utilizaron las siguientes tipografías:

- **Arial black para el logotipo**
- Maiandra GD para el nombre del médico.

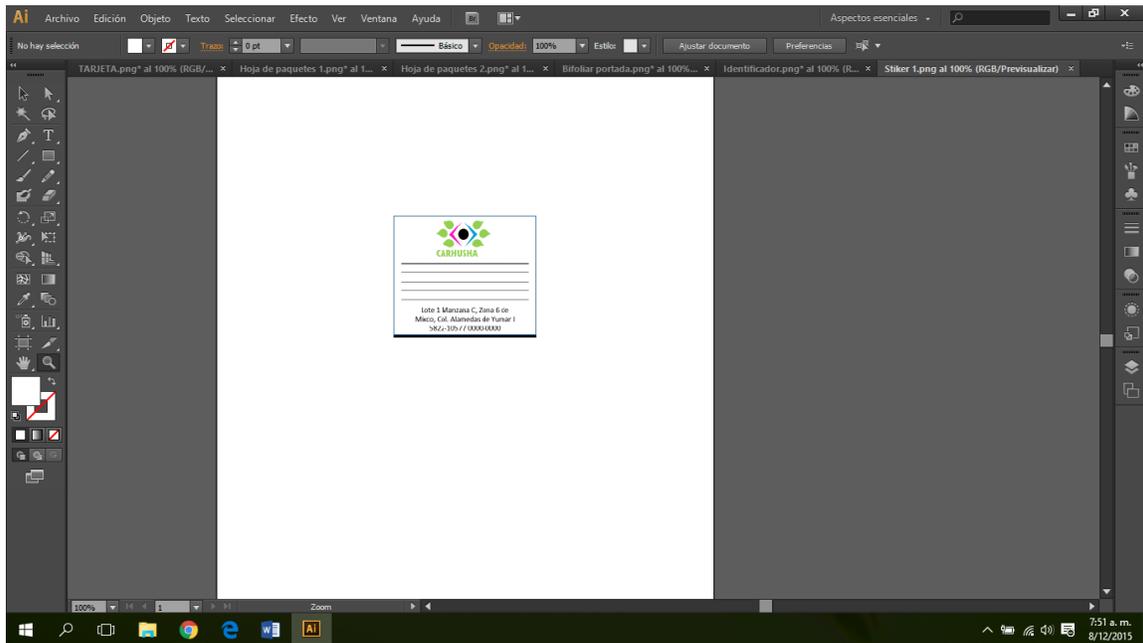
Los colores utilizados fueron:

- Negro, verde, magenta y cian y aqua.



Se digitalizó el logotipo de la empresa y se colocó el nombre de los médicos.

## Sticker para sobre



Para el Sticker de sobre se utilizaron las siguientes tipografías:

- **Arial black para el logotipo**
- Calibri (cuerpo) para los datos del consultorio

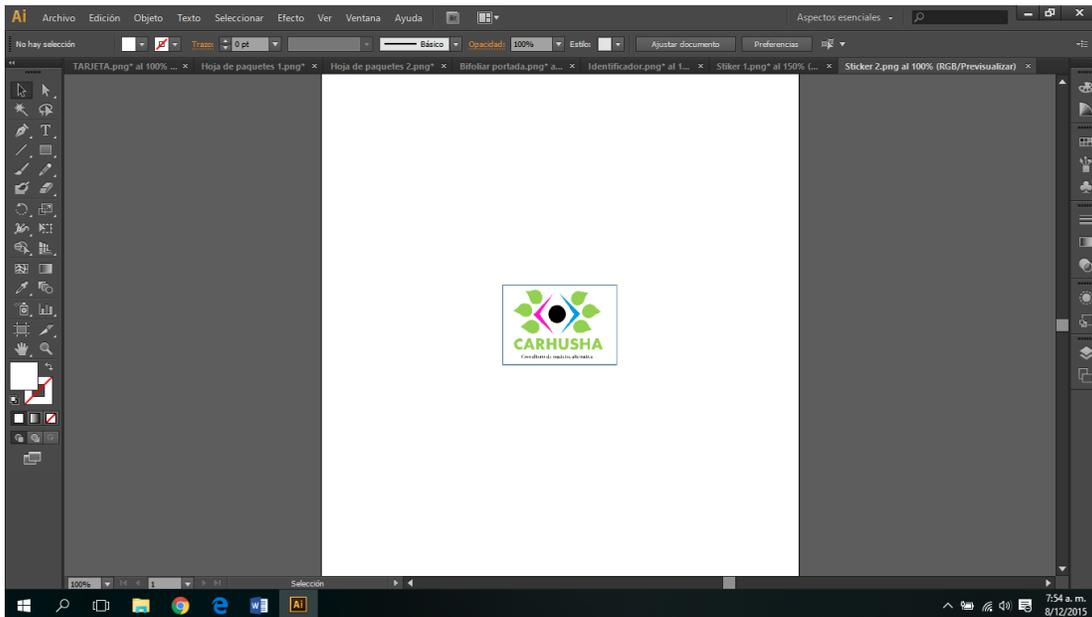
Los colores utilizados fueron:

- Negro, verde, magenta y cian y aqua.



Se digitalizó el logotipo de la empresa y se colocó área para escribir.

## Sticker transparente



Para el Sticker transparente se utilizaron las siguientes tipografías:

- **Arial black para el logotipo**
- Calibri (cuerpo) para los datos del consultorio

Los colores utilizados fueron:

- Negro, verde, magenta y cian y aqua.



Se digitalizó el logotipo de la empresa

## 7.4 Propuesta preliminar

Las siguientes propuestas son preliminares.

Tarjeta de terapias para el paciente

9.5 cm

 <b>CARHUSHA</b>			<b>Tarjeta de Control de terapias</b>		
Nombre: _____					
Edad: _____					
Fecha: _____	Fecha: _____	Fecha: _____			
Fecha: _____	Fecha: _____	Fecha: _____			
Fecha: _____	Fecha: _____	Fecha: _____			
Lote 1 Manzana C, Alamedas de Yumar I, Zona 6 de Mixco 5822-1057					

14 cm

La tarjeta de control de terapias será utilizada para llevar un registro de las visitas al médico por parte de los pacientes. Esta tarjeta tiene un tamaño de 9.5X14 cm y será impresa en papel opalina.

17.3 cm

# -PAQUETES-

## 1. QUIROX

- 4 quiroterapias (40 minutos c/u)
- 2 bandas de Taping

**Q500**



Precio normal Q150 c/u

## 2. ACUA

- 4 acupunterapias
- Kit de 10 agujas

**Q400**



Precio normal Q150 c/u  
Agujas Q10

Lote 1 Manzana C, Alamedas de Yumar I  
Zona 6 de Mixco  
Para citas o consultas llamar al número:  
5822-1057 / 0000-0000



12 cm

La hoja de paquetes será utilizada para informar a los pacientes de las ofertas y se hace una pequeña reseña de que incluye cada paquete. Será impresa en papel opalina en 17.3X12 cm.

17.3 cm

# PAQUETES

## 3. COSMETIC

- 2 terapias PRGF (Plasma rico en factores de crecimiento)
- Mascarilla regeneradora

**Q2,000**

Precio normal Q1,200 c/u



## 4. T-NEURAL

- 2 terapias neurales y PRGF
- 2 bandas de taping

**Q1,200**

Precio normal Q750



Lote 1 Manzana C, Alamedas de Yumar I  
Zona 6 de Mixco  
Para citas o consultas llamar al número:  
5822-1057 / 0000-0000



12 cm

La hoja de paquetes será utilizada para informar a los pacientes de las ofertas y se hace una pequeña reseña de que incluye cada paquete. Será impresa en papel opalina en 17.3X12 cm.

Bifoliar tiro



El bifoliar será utilizado para informar acerca de cada terapia y tendrá un área para que el médico pueda agregar alguna información extra. Será impreso en papel couche tamaño 18X21.7 cm

21.7 cm

## Quiropraxia o quiropráctica

“Es una serie de manipulaciones y movimientos que aplicados al organismo son destinados a modificar las condiciones y funciones de determinada región del cuerpo”

Raúl G. Ramírez

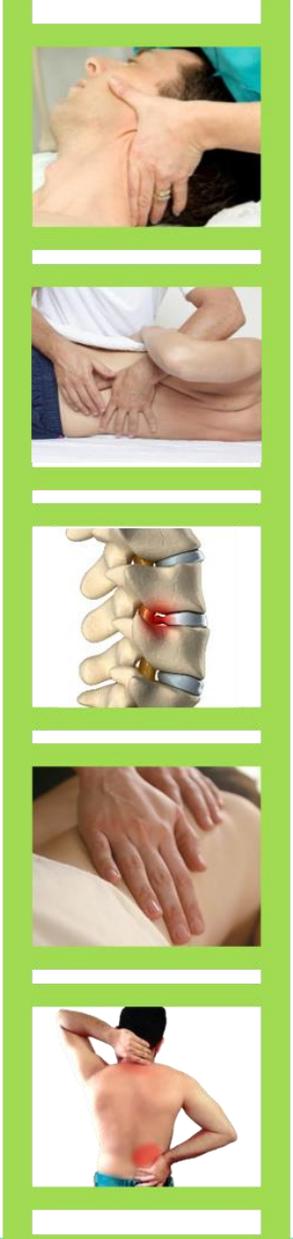
### ¿Cómo sé que necesito un Quiropráctico?

Sera necesario que visites al quiropráctico cuando sientas dolor de espalda, estrés, dolor en las articulaciones, malas posturas, lesiones, hernias discales, luxaciones y otros problemas articulares.

### En la quiropráctica se utilizan otros tratamientos como:

- Calor y frío (hielo)
- Estimulación eléctrica
- Técnicas de relajación
- Ejercicios generales y de rehabilitación

NIH: Centro Nacional de Salud Complementaria e Integral



Los ajustes manuales de la columna vertebral son la base del cuidado quiropráctico.

18 cm

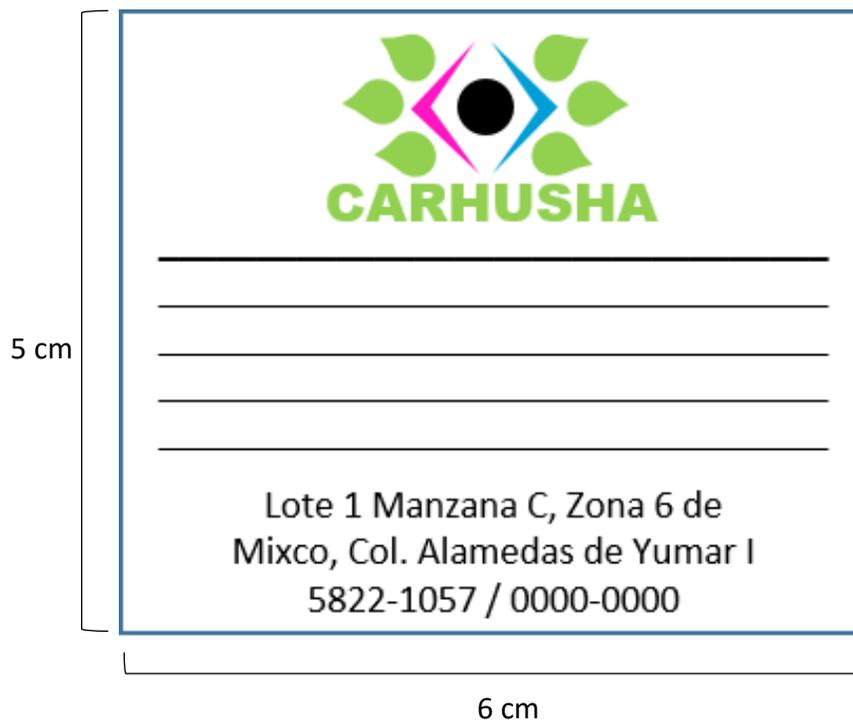
El bifoliar será utilizado para informar acerca de cada terapia, cuenta con fotografías ejemplo de la técnica trabajada en el consultorio. Será impreso en papel couche tamaño 18X21.7 cm.

Identificador del médico



El identificador del médico irá dentro de una base transparente y servirá para que los pacientes identifiquen qué médico les atiende y puedan recordar su nombre. Esta tarjeta será impresa en papel opalina en tamaño 15.5X11 cm.

### Sticker para sobre



Este Sticker será utilizado para los sobres y frascos donde les recetan pastillas a los pacientes. El médico colocará el nombre de la pastilla, cada cuanto debe tomarse, etc. Este Sticker será impreso en papel adhesivo mate en tamaño 6X5 cm. El sticker adhesivo transparente será impreso en tamaño 5X3 cm.

### Sticker adhesivo transparente



# CAPÍTULO VIII

## Validación Técnica

## **CAPÍTULO VIII – Validación técnica**

Luego de concluido el diseño y propuesta preliminar de las piezas gráficas, son sometidas a una validación técnica para evaluar la calidad de su contenido, para lo que se recurrió a la presentación de la propuesta, hacer el grupo objetivo, con el fin de que emitiera su opinión sobre el contenido, propósito de su creación y grado de aceptación.

Dicha validación se realizó por medio de una encuesta personal, por medio de la que se hizo un acercamiento con el cliente, el grupo objetivo y expertos, a quienes se les presentaron las propuestas preliminares, la expresión gráfica, aspectos semiológicos de comunicación, operatividad y funcionalidad de la propuesta.

Este método permitió recopilar información acerca de los contenidos formales del diseño, así como de las percepciones que tienen los entrevistados.

### **8.1 Población y muestreo**

Realizada la fase de pre validación y la elaboración final de las piezas gráficas, se procedió a efectuar la validación técnica final para evaluar el rendimiento y el grado de aceptación del proyecto, para lo que se implementó un instrumento de medición cuanti y cualitativa, dirigido a tres áreas de la comunicación y diseño, que son las siguientes:

- Parte objetiva
- Parte semiológica
- Parte operativa

Dirigidas a la obtención de los siguientes aspectos:

- Reafirmar los logros obtenidos relacionados con los objetivos planteados en el presente proyecto.
- Verificar los elementos del diseño que entran en juego en la creación de las piezas gráficas.
- Comprobar que se cumplen los principios y mensajes contenidos a transmitir.

Para la validación técnica del proyecto se efectuó un acopio de conocimientos, gustos, preferencias y criterios de tres grupos de personas:

- Especialistas en Comunicación y diseño (5 personas)
- Cliente (2 personas)
- Grupo objetivo (25 personas)

Se realizó un muestreo constituido por 32 personas encuestadas, con lo que se pretende establecer los parámetros de referencia para determinar la eficiencia del proyecto, identificar el cumplimiento de los objetivos propuestos y efectuar las variaciones técnicas que mejorarán la propuesta final de las piezas gráficas.

## **8.2 Método e instrumento**

Como toda actividad profesional, para obtener los objetivos deseados es necesario determinar la metodología a utilizar, de tal manera que para validar el presente proyecto es necesario elegir como referencia una herramienta investigativa que permita reunir toda la información necesaria.

El método de investigación utilizado es mixto, ya que cuenta con datos cuali y cuantitativos. La técnica a utilizar será una encuesta de cuatro páginas al utilizar escala de Likert.

La encuesta está integrada por 23 preguntas, las que están distribuidas hacia tres partes fundamentales para optimizar los resultados: parte objetiva, semiológica y operativa.

Parte objetivas: Es la que evalúa y confirma los objetivos tanto generales como específicos planteados, además de los objetivos de comunicación y diseño.

Parte semiológica: Conformada por el conjunto de elementos visuales, que transmiten mensajes y la idea del concepto creativo, constituido por el color, tipografía, estilo, etc.

Parte operativa: Encaminada a verificar que las piezas gráficas sean funcionales, prácticas y cómodas para el usuario.

A continuación la encuesta realizada:

 <p><b>UNIVERSIDAD GALILEO</b> FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN Y DISEÑO PROYECTO DE TESIS</p> <p>Género: F <input type="checkbox"/> M <input type="checkbox"/>          Edad: <input type="text"/>          Experto: <input type="checkbox"/>          Cliente: <input type="checkbox"/>          Grupo Objetivo: <input type="checkbox"/>          Nombre: <input type="text"/>          Profesión: <input type="text"/>          Puesto: <input type="text"/>          Años de experiencia en el mercado: <input type="text"/></p> <p><b>Encuesta de Validación del proyecto</b>          DISEÑO DE PIEZAS GRÁFICAS IMPRESAS PARA INFORMAR A PACIENTES ACERCA DE LOS SERVICIOS Y PRODUCTOS QUE OFRECE EL CONSULTORIO DE MEDICINA ALTERNATIVA CARHUSHA. MIXCO, GUATEMALA 2016.</p> <p><b>Antecedentes</b>          Consultorio de medicina alternativa CARHUSHA es una organización clínica-terapéutica con 12 años de antigüedad, orientada a brindar servicios de salud en el campo de la medicina natural de manera integral, para satisfacer las necesidades de la población. Se trabajan paquetes empresariales para prevenir y tratar enfermedades relacionadas al estrés, como lo son: dolores de espalda, mala alimentación, dolores de cabeza, túnel del carpo, etc.</p> <p><b>Instrucciones</b>          Con base a la información anterior, observe las piezas gráficas y según su criterio profesional conteste con una X las siguientes preguntas de validación.</p> <p><b>Parte Objetiva</b></p> <p>1. ¿Considera necesario diseñar piezas impresas para informar a los pacientes acerca de los servicios y productos que ofrece el Consultorio de Medicina Alternativa CARHUSHA?          Si <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/></p>	<p><b>FACOM</b></p> <p>2. ¿Considera necesario investigar los conceptos relacionados con el diseño publicitario y la comunicación visual para fundamentar el proyecto de diseño de piezas gráficas del Consultorio de medicina alternativa CARHUSHA?          Si <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/></p> <p>3. ¿Considera necesario recopilar información acerca de las ciencias alternativas para facilitar el traslado de información de los servicios y productos que ofrece el Consultorio de medicina alternativa CARHUSHA?          Si <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/></p> <p>4. ¿Considera importante seleccionar los elementos básicos para la diagramación de las piezas gráficas del Consultorio de medicina alternativa CARHUSHA?          Si <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/></p> <p>5. ¿Considera necesario fotografiar los elementos necesarios para incluirlos dentro de las piezas gráficas a diseñar para el Consultorio de medicina alternativa CARHUSHA?          Si <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/></p> <p>6. ¿Considera importante digitalizar las piezas para su futura impresión?          Si <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/></p> <p>7. ¿Considera importante incluir las piezas gráficas en un CD para su reproducción en televisión de la sala de espera del consultorio?          Si <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/></p> <p><b>Parte Semiológica</b></p> <p>8. Según su criterio, el color de las piezas gráficas es:          Muy atractivo <input type="checkbox"/> Poco atractivo <input type="checkbox"/> Nada atractivo <input type="checkbox"/></p> <p>9. Considera que la tipografía utilizada es:          Muy legible <input type="checkbox"/> Poco legible <input type="checkbox"/> Nada legible <input type="checkbox"/></p> <p>10. Según su criterio, ¿las fotografías utilizadas en las piezas gráficas van acorde a cada ciencia alternativa?          Mucho <input type="checkbox"/> Poco <input type="checkbox"/> Nada <input type="checkbox"/></p>
---	--

11. ¿Considera usted que los logotipos realizados por cada ciencia alternativa son legibles?  
 Muy legibles  Poco legibles  Nada legibles
12. Considera usted que la utilización del logotipo, en cuanto a cantidad de veces usado transmite:  
 Mucha pertinencia  Pertinencia  Poca pertinencia

**Parte Operativa**

13. Considera que el diseño de las piezas gráficas es:  
 Muy adecuada  Poco adecuada  Nada adecuada
14. Considera que la orientación de los bifoliales es:  
 Muy adecuada  Poco adecuada  Nada adecuada
15. Según su criterio, ¿las piezas gráficas son funcionales para el consultorio?  
 Muy funcionales  Poco funcionales  Nada funcionales
16. Considera que la calidad de impresión es:  
 Buena calidad  Baja calidad  Mala calidad
17. Según su criterio la utilización de "papel revista" para los bifoliales, nombres para escritorio y hoja de paquetes es:  
 Muy adecuado  Adecuado  Nada adecuado
18. Considera que la impresión de los Stickers para bases en "papel adhesivo transparente" es:  
 Muy adecuado  Adecuado  Nada adecuado
19. Considera que la utilización de "papel adhesivo mate" para los Stickers de sobre es:  
 Muy adecuado  Adecuado  Nada adecuado
20. Según su criterio la utilización de papel opalina para los carnet de citas es:  
 Muy adecuado  Adecuado  Nada adecuado
21. Considera que el tamaño de los bifoliales (19.7 X 16.87cm) es:  
 Muy adecuado  Adecuado  Nada adecuado
22. Según su criterio el tamaño de los Stickers para sobre (5 X 6cm) es:  
 Muy adecuado  Adecuado  Nada adecuado
23. Considera que el tamaño de los carnet de citas del paciente (9 X 5cm) es:  
 Muy adecuado  Adecuado  Nada adecuado

De antemano se agradece la atención y el tiempo brindado para esta encuesta. Si en dado caso usted tuviere alguna sugerencia, comentario o crítica personal puede hacerlo en el siguiente espacio:

---



---



---



---



---

Gracias por contribuir al proyecto de tesis "DISEÑO DE PIEZAS GRÁFICAS IMPRESAS PARA INFORMAR A PACIENTES ACERCA DE LOS SERVICIOS Y PRODUCTOS QUE OFRECE EL CONSULTORIO DE MEDICINA ALTERNATIVA CARHUSHA. MIXCO, GUATEMALA 2016", su opinión será tomada en cuenta para la realización de cambios en dicho proyecto.

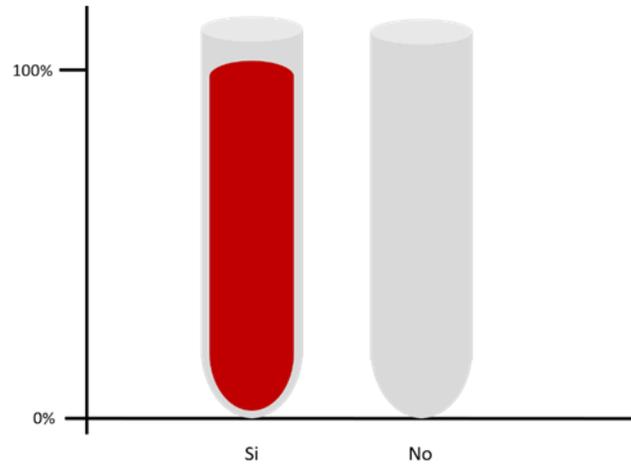
(Anexo D)

### 8.3 Resultados e interpretación de resultados

Como producto de la tabulación, codificación e interpretación de los resultados obtenidos en el instrumento de investigación utilizado, se presenta a través de gráficas las conclusiones procedentes, previo a proponer una solución viable a nivel funcional, tecnológica y expresiva.

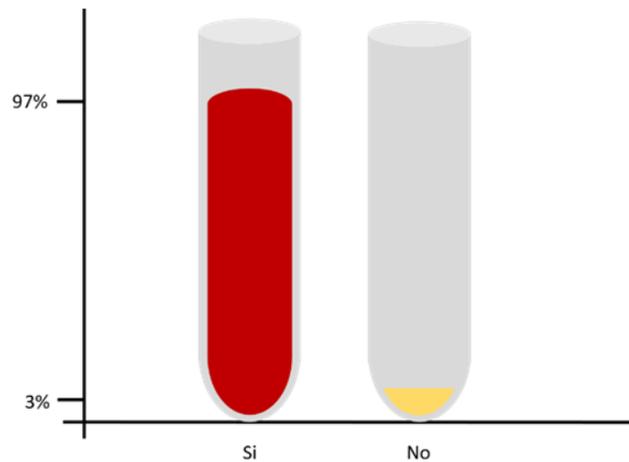
**Parte objetiva**

1. ¿Considera necesario diseñar piezas impresas para informar a los pacientes acerca de los servicios y productos que ofrece el Consultorio de Medicina Alternativa CARHUSHA?



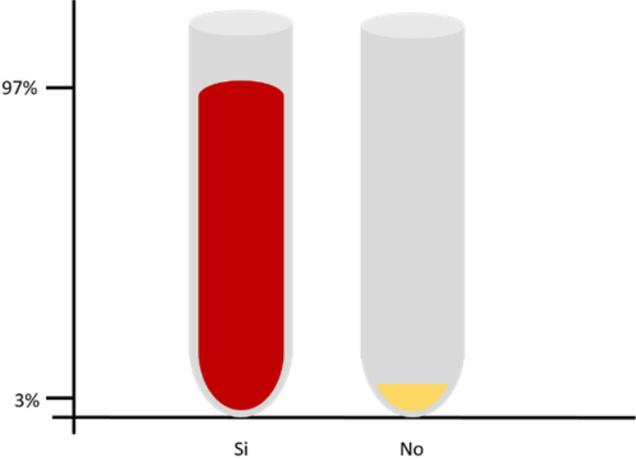
El 100% de los encuestados considera necesario diseñar piezas gráficas para informar acerca de los servicios y productos que ofrece el consultorio.

2. ¿Considera necesario investigar los conceptos relacionados con el diseño publicitario y la comunicación visual para fundamentar el proyecto de diseño de piezas gráficas del Consultorio de medicina alternativa CARHUSHA?



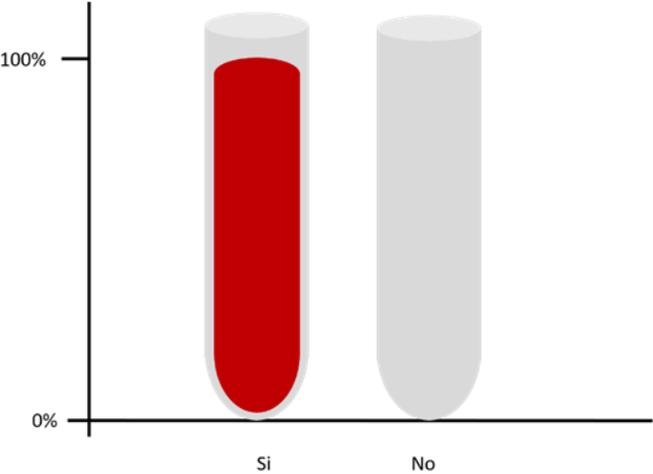
El 97% de los encuestados considera necesario investigar los conceptos relacionados con comunicación y diseño y el 3% considera que no es necesario.

3. ¿Considera necesario recopilar información acerca de las ciencias alternativas para facilitar el traslado de información de los servicios y productos que ofrece el Consultorio de medicina alternativa CARHUSHA?



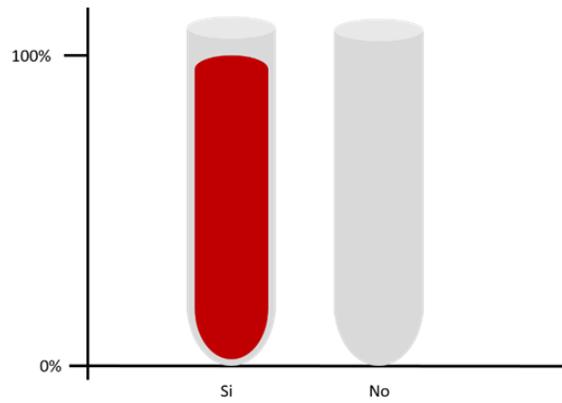
El 97% de los encuestados considera necesario recopilar información acerca de las ciencias alternativas para facilitar el traslado de información de los servicios y productos y el 3% considera que no es necesario.

4. ¿Considera importante seleccionar los elementos básicos para la diagramación de las piezas gráficas del Consultorio de medicina alternativa CARHUSHA?



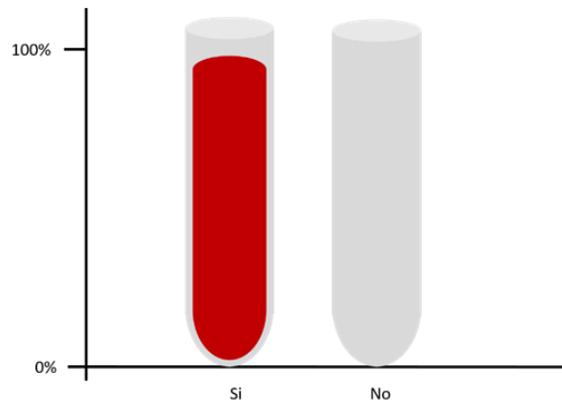
El 100% de los encuestados considera importante seleccionar los elementos básicos para la diagramación de las piezas gráficas.

5. ¿Considera necesario fotografiar los elementos necesarios para incluirlos dentro de las piezas gráficas a diseñar para el Consultorio de medicina alternativa CARHUSHA?



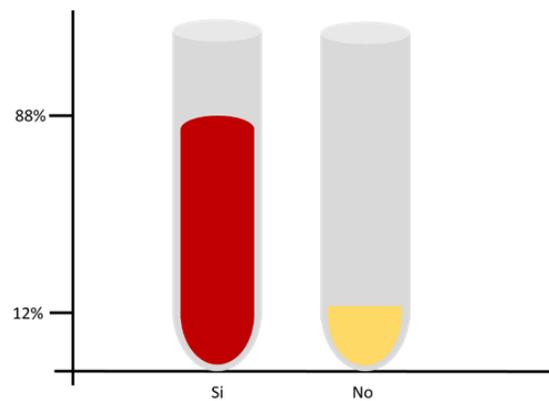
El 100% de los encuestados considera necesario fotografiar los elementos necesarios para incluirlos dentro de las piezas gráficas.

6. ¿Considera importante digitalizar las piezas para su futura impresión?



El 100% de los encuestados considera importante digitalizar las piezas para su futura impresión.

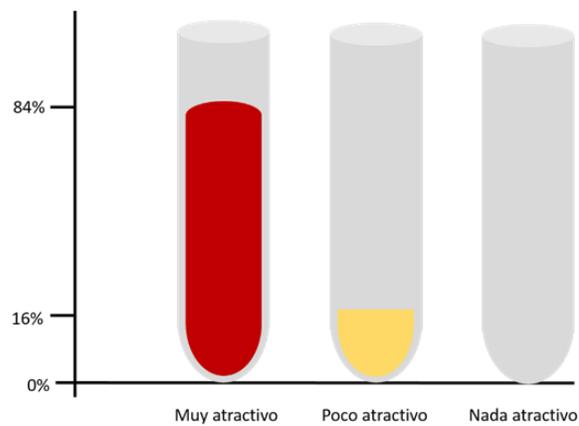
7. ¿Considera importante incluir las piezas gráficas en un CD para su reproducción en televisión de la sala de espera del consultorio?



El 88% de los encuestados considera importante incluir las piezas gráficas en un CD para su reproducción y el 12% considera que no es importante.

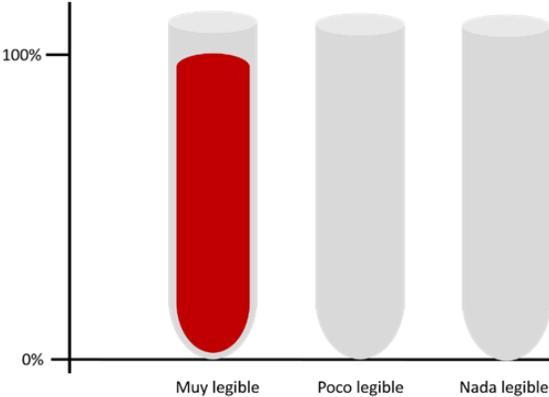
### Parte semiológica

8. Según su criterio, el color de las piezas gráficas es:



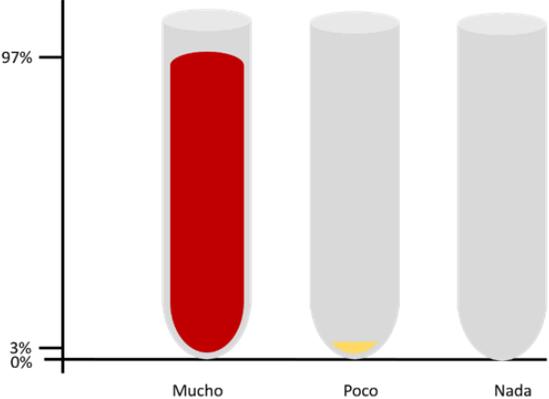
El 84% de los encuestados considera que el color de las piezas gráficas es muy atractivo y el 16% considera que es poco atractivo.

9. Considera que la tipografía utilizada es:



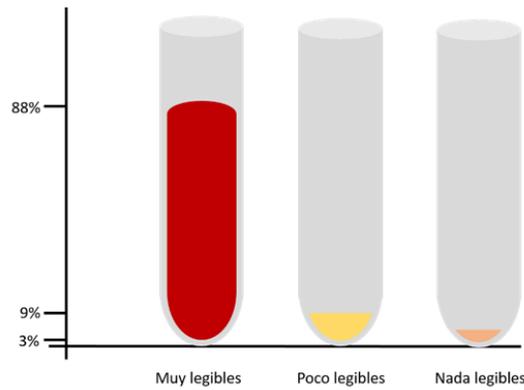
El 100% de los encuestados considera que la tipografía utilizada es muy legible.

10. Según su criterio, ¿las fotografías utilizadas en las piezas gráficas van acorde a cada ciencia alternativa?



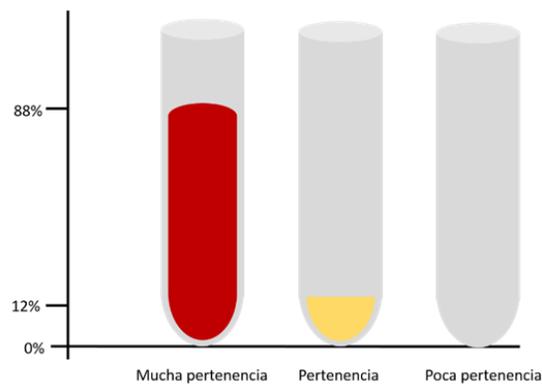
El 97% de los encuestados considera que las fotografías utilizadas van muy acorde a las ciencias y el 3% considera que van poco acorde.

11. ¿Considera usted que los logotipos realizados por cada ciencia alternativa son legibles?



El 88% de los encuestados considera que los logotipos realizados para las ciencias son muy legibles, el 9% considera que son poco legibles y el 3% que no son legibles.

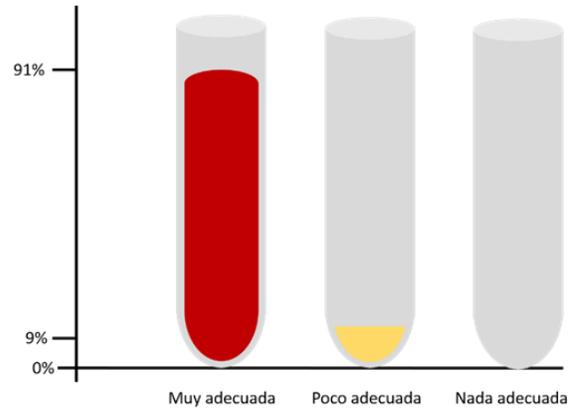
12. Considera usted que la utilización del logotipo, en cuanto a cantidad de veces usado transmite:



El 88% de los encuestados considera que la utilización del logotipo transmite mucha pertenencia y el 12% considera que transmite pertenencia.

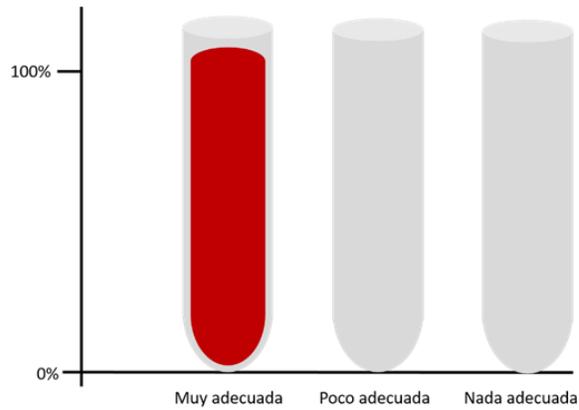
**Parte operativa**

13. Considera que el diseño de las piezas gráficas es:



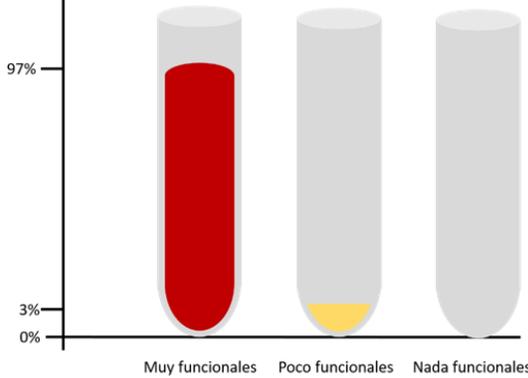
El 91% de los encuestados considera que el diseño de las piezas gráficas es muy adecuado y el 9% considera que es poco adecuado.

14. Considera que la orientación de los bifoliales es:



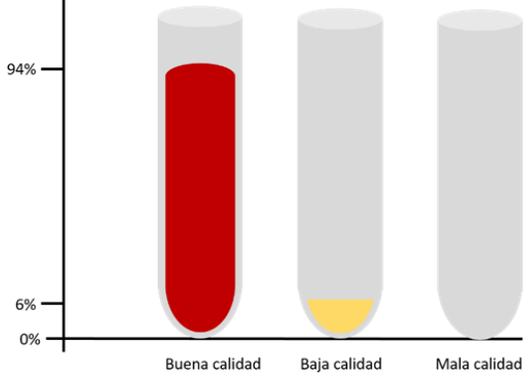
El 100% de los encuestados considera que la orientación de los bifoliales es muy adecuada.

15. Según su criterio, ¿las piezas gráficas son funcionales para el consultorio?



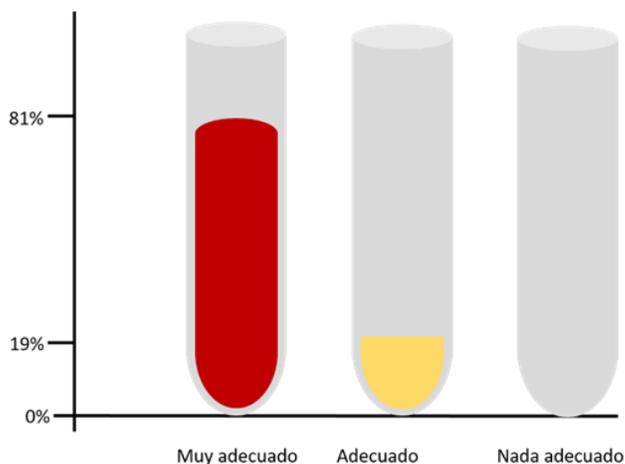
El 97% de los encuestados considera que las piezas gráficas son funcionales para el consultorio y el 3% considera que son poco funcionales.

16. Considera que la calidad de impresión es:



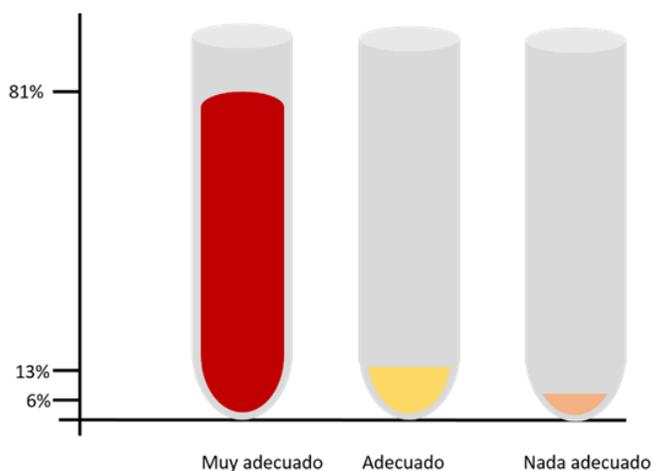
El 94% de los encuestados considera que las impresiones son de buena calidad y el 6% que son de baja calidad.

17. Según su criterio la utilización de “papel couche” para los bifoliales, nombres para escritorio y hoja de paquetes es:



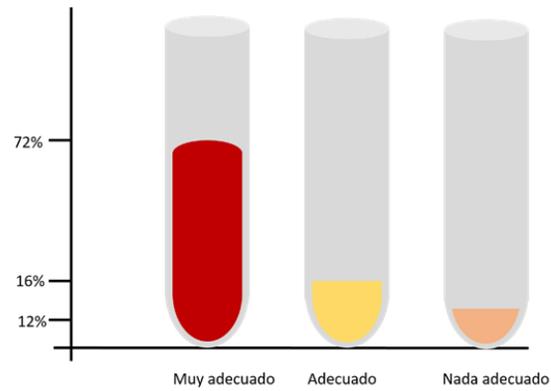
El 81% de los encuestados considera que la utilización de papel couche para los bifoliales es muy adecuado y el 19% considera que es adecuado.

18. Considera que la impresión de los Stickers para bases en “papel adhesivo transparente” es:



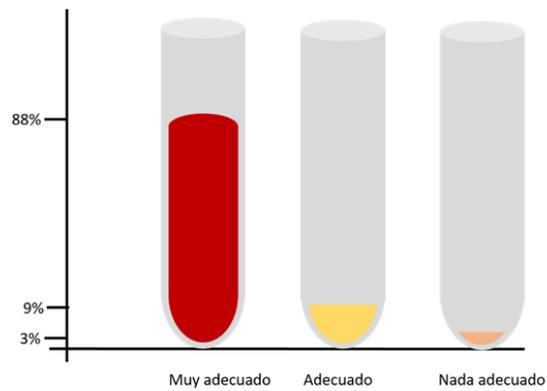
El 81% de los encuestados considera que la utilización de papel adhesivo transparente para los stickers transparentes es muy adecuado, el 13% considera que es adecuado y el 6% que no es adecuado.

19. Considera que la utilización de “papel adhesivo mate” para los Stickers de sobre es:



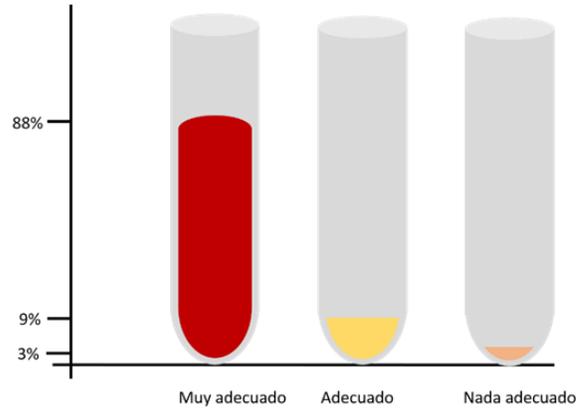
El 72% de los encuestados considera que la utilización de papel adhesivo mate para los stickers de sobre es muy adecuado, el 16% considera que es adecuado y el 12% que no es adecuado.

20. Según su criterio la utilización de papel opalina para los carnet de citas es:



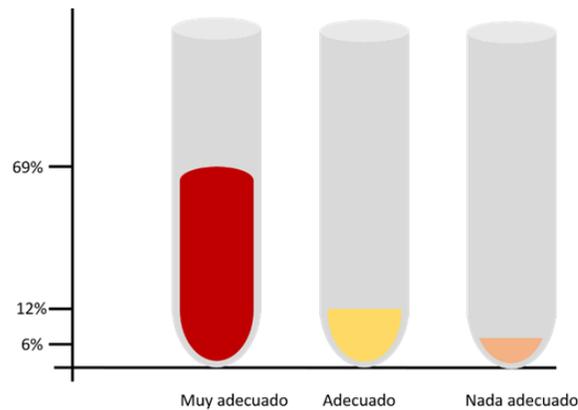
El 88% de los encuestados considera que la utilización de papel opalina para los carnet de citas es muy adecuado, el 9% considera que es adecuado y el 3% que no es adecuado.

21. Considera que el tamaño de los bifoliales (19.7 X 16.87cm) es:



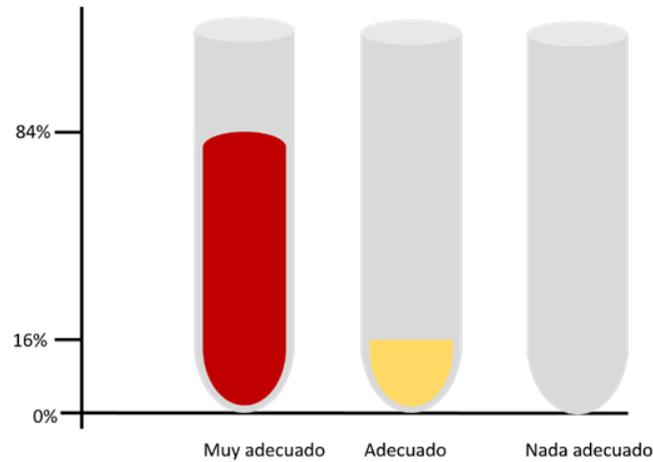
El 88% de los encuestados considera que el tamaño de los bifoliales es muy adecuado, el 9% considera que es adecuado y el 3% que no es adecuado.

22. Según su criterio el tamaño de los Stickers para sobre (5 X 6cm) es:



El 69% de los encuestados considera que el tamaño de los Sticker para sobre es muy adecuado, el 12% considera que es adecuado y el 6% que no es adecuado.

23. Considera que el tamaño de los carnet de citas del paciente (9 X 5cm) es:



El 84% de los encuestados considera que el tamaño de los carnet de citas para el paciente es muy adecuado y el 16% considera que es adecuado.

#### 8.4 Cambios en base a los resultados

De conformidad con el proceso de validación dirigida al cliente, grupo objetivo y expertos en comunicación y diseño, se infieren las siguientes observaciones:

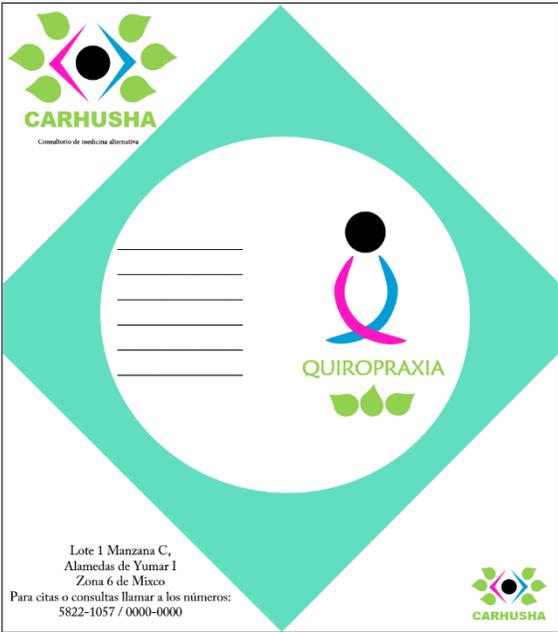
- Cliente: Estuvieron de acuerdo con las propuestas preliminares presentadas por lo que al presentarles la encuesta estuvieron de acuerdo en todos los aspectos.
- Grupo objetivo: Sugieren cambios en el tamaño del sticker de sobre ya que consideran que es muy pequeño.
- Expertos en comunicación y diseño: Señalaron cambios en la diagramación, se presentan a continuación:

Bifoliar tiro

Antes



Después: Se utilizó la forma básica del logotipo para mantener la unidad.



Bifoliar retiro

Antes



Después: Se utilizó la forma básica del logotipo para mantener la unidad. Las fotografías se colocaron a las orillas y el texto dentro de la forma.



Sticker de sobre

Antes



Después: Se cambió la forma del sticker para mantener la unidad con el logotipo. El tamaño ahora es de 5X9.60 cm.



## Hoja de paquetes 1

Antes

### -PAQUETES-

**1. QUIROX**

- 4 quiroterapias (40 minutos c/u)
- 2 bandas de Taping

**Q500**

Precio normal Q150 c/u



---

**2. ACUA**

- 4 acupunterapias
- Kit de 10 agujas

**Q400**

Precio normal Q150 c/u  
Agujas Q10



Lote 1 Manzana C, Alamedas de Yumar I  
Zona 6 de Mixco  
Para citas o consultas llamar al número:  
5822-1057 / 0000-0000



Después: Se agregó parte del logotipo para dar unidad. El logotipo y la información de la empresa pasaron al lateral.

### PAQUETES

**ACUA**

- 4 acupunterapias
- Kit de 10 agujas

**Q400**

Precio normal Q150 c/u  
Agujas Q10



---

**QUIROX**

- 4 quiroterapias (40 minutos c/u)
- 2 bandas de Taping

**Q500**

Precio normal Q150 c/u



Para citas o consultas llamar al número:  
5822-1057  
0000-0000

## Hoja de paquetes 2

Antes

# PAQUETES

### 3. COSMETIC

- 2 terapias PRGF  
(Plasma rico en factores de crecimiento)
- Mascarilla regeneradora

**Q2,000**

Precio normal Q1,200 c/u



---

### 4. T-NEURAL

- 2 terapias neurales y PRGF
- 2 bandas de taping

**Q1,200**

Precio normal Q750



Lote 1 Manzana C, Alamedas de Yumar I  
Zona 6 de Mérida  
Para citas o consultas llamar al número:  
5822-1057 / 0000-0000



Después: Se agregó parte del logotipo para dar unidad. El logotipo y la información de la empresa pasaron al lateral.

# PAQUETES

### COSMETIC

- 2 terapias PRGF  
(Plasma rico en factores de crecimiento)
- Mascarilla regeneradora

**Q2,000**

Precio normal Q1,200 c/u



---

### T-NEURAL

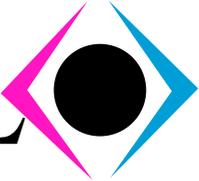
- 2 terapias neurales y PRGF
- 2 bandas de taping

**Q1,200**

Precio normal Q750



  
Para citas o consultas llamar al número:  
5822-1057  
0000-0000

CAPÍTULO  IX  
Propuesta Gráfica  
Final

## **CAPÍTULO IX – Propuesta gráfica final**

De acuerdo a la solicitud del cliente, se elaboraron piezas gráficas para fundamentar el proyecto de graduación, que se titula:

“Diseño de piezas gráficas impresas para informar a pacientes de los servicios y productos que ofrece el Consultorio de Medicina Alternativa CARHUSHA”.

Las piezas son materiales informativos que serán utilizados para dar a conocer los servicios y productos que el consultorio ofrece y así incrementar la cantidad de pacientes.

Las piezas serán expuestas en el consultorio sobre bases acrílico transparente.

Tarjeta de control de terapias

9.5 cm

 <b>CARHUSHA</b>			<b>Tarjeta de Control de terapias</b>		
Nombre: _____					
Edad: _____					
Fecha: _____	Fecha: _____	Fecha: _____			
Fecha: _____	Fecha: _____	Fecha: _____			
Fecha: _____	Fecha: _____	Fecha: _____			
Lote 1 Manzana C, Alamedas de Yumar I, Zona 6 de Mixco 5822-1057					

14 cm

# PAQUETES

## ACUA

- 4 acupunterapias
- Kit de 10 agujas



**Q400**

Precio normal Q150 c/u  
Agujas Q10



Para citas o consultas llamar al  
número:  
5822-1057  
0000-0000

## QUIROX

- 4 quiroterapias  
(40 minutos c/u)
- 2 bandas de  
Taping



**Q500**

Precio normal Q150 c/u

17.3 cm

12 cm

# PAQUETES

## COSMETIC

- 2 terapias PRGF  
(Plasma rico en factores de crecimiento)
- Mascarilla regeneradora



Precio normal Q1,200 c/u

**Q2,000**



Para citas o consultas llamar al número:  
5822-1057  
0000-0000

## T-NEURAL

- 2 terapias neurales y PRGF
- 2 bandas de taping



Precio normal Q750

**Q1,200**

17.3 cm

12 cm

## PAQUETES

### COSMETIC

- 2 terapias PRGF (Plasma rico en factores de crecimiento)
- Mascarilla regeneradora

**Q2,000**

Precio normal Q1,200 c/u



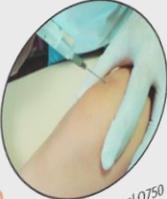
---

### T-NEURAL

- 2 terapias neurales y PRGF
- 2 bandas de taping

**Q1,200**

Precio normal Q750





**CARHUSHA**

Para citas o consultas llamar al número:  
5822-1057  
0000-0000

## PAQUETES

### ACUA

- 4 acupunturapias
- Kit de 10 agujas

**Q400**

Precio normal Q150 c/u  
Agujas Q10



---

### QUIROX

- 4 quiroterapias (40 minutos c/u)
- 2 bandas de Taping

**Q500**

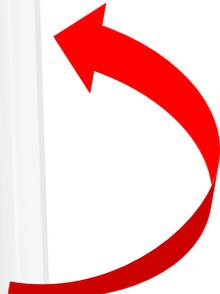
Precio normal Q150 c/u





**CARHUSHA**

Para citas o consultas llamar al número:  
5822-1057  
0000-0000



Bifoliar tiro

21.7 cm



**CARHUSHA**  
Consultorio de medicina alternativa

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_



**QUIROPRAXIA**

Lote 1 Manzana C,  
Alamedas de Yumar I  
Zona 6 de Mixco

Para citas o consultas llamar a los números:  
5822-1057 / 0000-0000



**CARHUSHA**

18 cm

21.7 cm



## Quiropraxia o quiropráctica

“Es una serie de manipulaciones y movimientos que aplicados al organismo son destinados a modificar las condiciones y funciones de determinada región del cuerpo”  
Raúl G. Ramírez

### ¿Cómo sé que necesito un Quiropráctico?

Sera necesario que visites al quiropráctico cuando sientas dolor de espalda, estrés, dolor en las articulaciones, malas posturas, lesiones, hernias discales, luxaciones y otros problemas articulares.

### En la quiropráctica se utilizan otros tratamientos como:

- Calor y frío (hielo)
- Estimulación eléctrica
- Técnicas de relajación
- Ejercicios generales y de rehabilitación

NIH: Centro Nacional de Salud Complementaria e Integral

18 cm



Identificador del médico

11 cm



**Dra. Rosa Maritza**  
Cuellar

Consultorio de medicina alternativa  
**CARHUSHA**

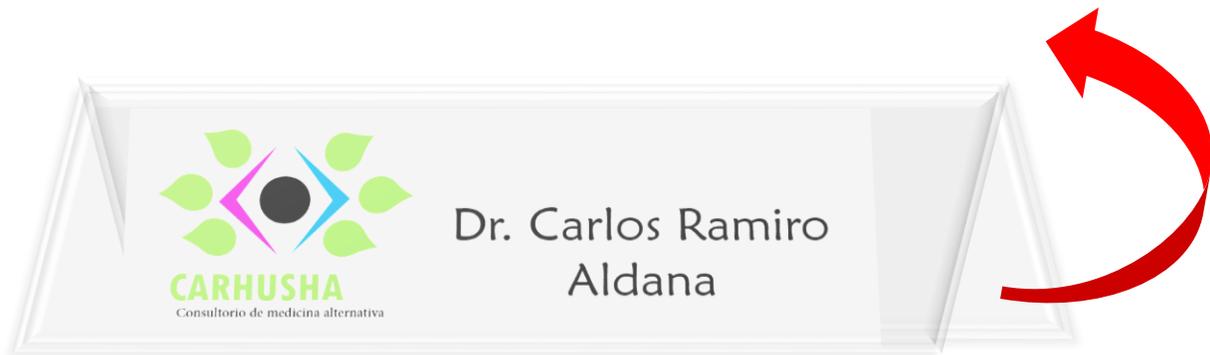


**Dr. Carlos Ramiro**  
Aldana

**CARHUSHA**  
Consultorio de medicina alternativa

15.5 cm

\*De esta manera se vera el identificador del médico sobre la base plástica.



Sticker para sobre

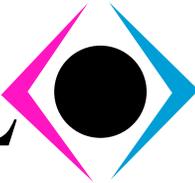


Sticker adhesivo transparente



\*De esta manera se verán los stickers de sobre y los stickers adhesivo transparente sobre los diferentes artículos de la clínica.



CAPÍTULO  X  
Producción,  
reproducción y  
distribución

## **CAPÍTULO X – Producción, reproducción y distribución**

La realización de algunos proyectos específicos implica la disposición de una serie de recursos, que a mediano plazo se convierten en inversión para lograr la rentabilidad. De ahí surge la necesidad de efectuar un presupuesto que se define como un conjunto de herramientas que proporciona las directrices para su desarrollo y ejecución.

Para la creación de las piezas gráficas y que cumpla su propósito que es implementarlo y darlo a conocer al grupo objetivo al que está dirigido, es necesaria la utilización de recursos económicos, técnicos y tecnológicos.

Por consiguiente, para avalar económicamente el proyecto se tomarán en cuenta los siguientes componentes:

### **10.1 Plan de costos de elaboración**

Actividad: Investigación preliminar, recopilación de información para diagramar las piezas gráficas impresas, investigación de los temas relacionados a las ciencias alternativas, etc.

Total de semanas trabajadas	10 semanas
Total de días trabajados	50 días
Total de horas trabajadas	150 horas

Considerando que un diseñador gráfico promedio devenga un salario mensual de Q6,000 equivalente a Q200 diarios y a Q25 la hora trabajada.

Precio total por horas  $150 \times Q25.00 = Q3,750$

## 10.2 Plan de costos de producción

Actividad: Bocetaje y metodología de diseño. Digitalización de los bocetos. Presentación de las artes impresas.

Total de semanas trabajadas	6 semanas
Total de días trabajados	30 días
Total de horas trabajadas	75 horas

El costo total de producción es  $75 \times Q25 = Q1,875$

## 10.3 Plan de costos de reproducción

En base a la mejor cotización recibida por Last Minute y tomando en cuenta la calidad de impresión y papel que manejan se realizó la siguiente cotización:

Tarjeta de control de terapias	Q1.75 c/u Total Q1,050 (por 600 impresiones)
Sticker de sobre	Q0.58 c/u Total Q174 (por 300 stickers)
Sticker transparente	Q0.15 c/u Total Q9 (por 60 stickers)
Bifoliar	Q7 c/u Total Q700 (por 100)
Hoja de paquetes	Q3.5 c/u Total Q7 (por dos impresiones)

El costo total será de Q1,940

## 10.4 Plan de costos de distribución

Este material no será distribuido más que en el consultorio, por lo que no genera costos.

### 10.5 Margen de utilidad

En la siguiente tabla se muestra un promedio del 20% de utilidad sobre todos los costos estimados.

Descripción	Total	Utilidad 20%
Costos de elaboración	Q. 3,750.00	Q. 750.00
Costos de producción	Q. 1,875.00	Q. 375.00
Costos de reproducción	Q. 1,940.00	Q. 388.00
Costos de distribución	Q. 0.00	-
<b>Total de utilidad</b>		<b>Q. 1,513.00</b>

### 10.6 Cuadro con resumen general de costos

En la siguiente tabla se encuentran los costos parciales y el monto total.

COSTOS	MONTO
Costos de elaboración	Q. 3,750.00
Costos de producción	Q. 1,875.00
Costos de reproducción	Q. 1,940.00
Costos de distribución	Q. 0.00
Costos de utilidad	Q1,513.00
<b>Gran Total + IVA</b>	<b>Q. 10,167.36</b>

El costo total del proyecto en sus fases de elaboración, producción y reproducción ascenderá a la cantidad de Q. 10,167.36

# CAPÍTULO XI

## Conclusiones y Recomendaciones

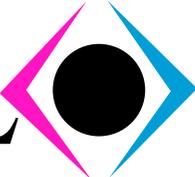
## **CAPÍTULO XI – Conclusiones y recomendaciones**

### **11.1 Conclusiones**

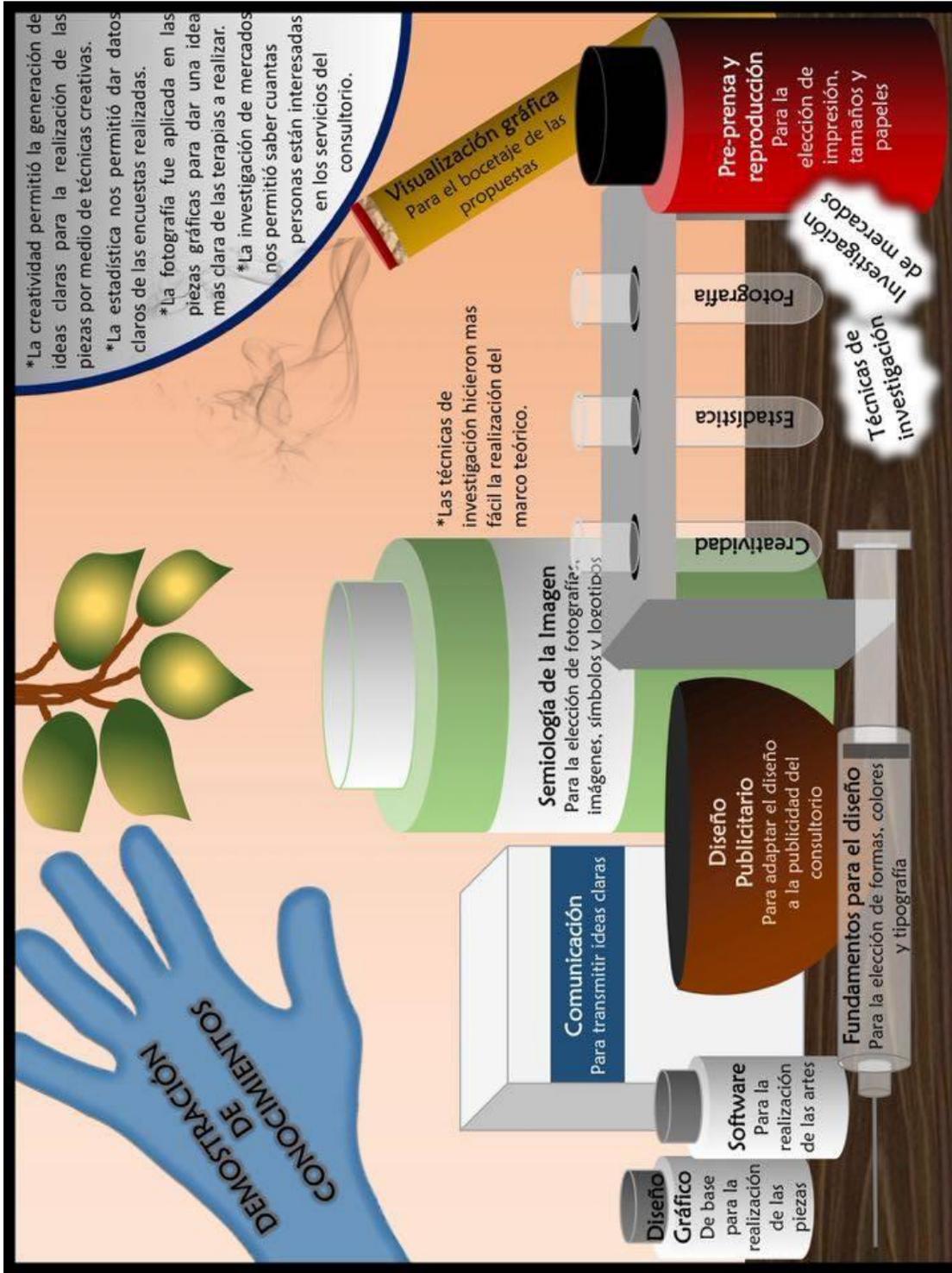
- Se diseñaron piezas gráficas impresas para informar a pacientes acerca de los servicios y productos que ofrece el Consultorio de Medicina Alternativa CARHUSHA.
- Se investigaron conceptos relacionados con diseño editorial, diseño publicitario y comunicación visual para fundamentar el proyecto a realizar del Consultorio de Medicina Alternativa CARHUSHA.
- Se recopiló información acerca de las ciencias alternativas de la medicina natural, para facilitar el traslado de información de los servicios y productos que ofrece el Consultorio de Medicina Alternativa CARHUSHA.
- Se seleccionaron los elementos básicos para la diagramación de las piezas gráficas del Consultorio de Medicina Alternativa CARHUSHA.
- Se fotografiaron los elementos necesarios para incluirlos dentro de las piezas gráficas del Consultorio de Medicina Alternativa CARHUSHA.
- Se digitalizó por medio de los recursos tecnológicos las piezas gráficas para la impresión futura del Consultorio de Medicina Alternativa CARHUSHA.
- Se incluyeron las piezas gráficas en archivo digital para usos propios del Consultorio de Medicina Alternativa CARHUSHA.

## 11.2 Recomendaciones

- Se aconseja utilizar los colores recomendados para mantener la unidad de diseño.
- Imprimir en el tipo de papel especificado para el mejor funcionamiento y calidad de las piezas gráficas.
- Se sugiere diseñar bifolios para cada ciencia alternativa de la medicina natural, para brindar más opciones de tratamiento y abarcar mayor número de pacientes.
- Colocar piezas impresas dentro del Consultorio para que los interesados puedan informarse y preguntar inmediatamente si tuvieran alguna duda.
- Incluir las piezas gráficas en archivo digital para usos propios del Consultorio de Medicina Alternativa CARHUSHA.

CAPÍTULO  XII  
Conocimiento  
General

## CAPÍTULO XII – Conocimiento general



# CAPÍTULO XIII

## Referencias

## CAPÍTULO XIII – Referencias

### Bibliografía

#### A

- Atom, Inoue. 1993. Texto básico de medicina natural. Editorial gráfica León. Nicaragua.

#### B

- Bert, Braham. 1991. Diseñador gráfico. Celeste ediciones. Madrid, España.

#### C

- Caldwell, Cath. 2014. Diseño editorial. Editorial Gustavo Gili. Barcelona, España.
- Claussen, Claus. 1991. Homotoxicología. Ediciones Aurelia-Verlag. España.
- Constante, Susana. 1992. Diseño gráfico. Blume. Barcelona, España.

#### G

- González Ramírez, Raúl. 1993. Manual diccionario quiropráctico. San Salvador, El Salvador.

#### M

- Méndez Oteo, Francisco. 1979. Fundamentos de acupuntura. Ediciones Méndez. México, D.F.
- Molestina Escudero, Carlos J., 1977. Elementos de comunicación interinstitucional. Editorial CIDIA. San Jose, Costa Rica.

- Munari, Bruno. 1985. Diseño y comunicación visual. Editorial Gustavo Gili, S.A. Barcelona, España.

## O

- OMS. 1993. Texto básico de medicina natural. Guatemala.
- Orellana Salvador, Dante. 2003. La salud en la globalización. Ediciones ABYA-YALA. Quito, Ecuador.

## P

- Philips, Jennifer. 2009. Diseño gráfico nuevos fundamentos. Editorial Gustavo Gili. Barcelona, España.
- Porfirio, José Romero. 1995. Atlas de Terapia Neural. Guatemala, C.A.

## Q

- Quentin, Newark. 2002. ¿Que es el diseño gráfico?. Editorial Gustavo Gili, S.A. Barcelona, España.
- Quijano Torres, Manuel. 2006. Teoría y práctica de la persuasión electoral. Barcelona, España.

## R

- Ricarte, José M., 1999. Comunicación persuasiva. Editorial S.L., Viena, Austria.

## S

- Sallé, Ricard. 2010. Tratado de osteopatía. Editorial Médica panamericana. España.
- Swan, Alan. 1993. Color en el diseño gráfico. Editorial Gustavo Gili, S.A. Barcelona, España.

- Swan, Alan. 1990. Creación de bocetos gráficos. Editorial Gustavo Gili. Barcelona, España.

#### T

- Tremmel, Rodolfo. 1933. Electroacupuntura. Editorial MEDISANA. Alemania.

#### W

- Wong, Wucius. 1995. Fundamentos de diseño. Editorial Gustavo Gili. Barcelona, España.

#### Z

- Zapattera, Yolanda. 2008. Diseño editorial, periódicos y revistas. Editorial Gustavo Gili. Barcelona.
- Zelaya, Héctor V. 1965. La naturaleza, la medicina y la ciencia. Ediciones Papiro. Guatemala, C.A.

### **Biblioweb**

Diseño

<http://www.ingenieria.unam.mx/industriales/descargas/documentos/catedra/apuntesDSP.doc>

Diseño grafico

<http://catedrabeluccia.com.ar/definicion-de-diseno-y-de-diseno-grafico/>

Geométrica

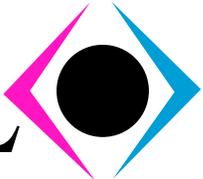
[http://efectomoda.blogspot.com/2013/05/tendencia-geometrica\\_24.html](http://efectomoda.blogspot.com/2013/05/tendencia-geometrica_24.html)

Semiología

<http://aprendeenlinea.udea.edu.co/lms/moodle/mod/resource/view.php?inpopup=true&id=63005>

Vanguardismo

<https://historialdedisenio.wordpress.com/category/movimientos-y-vanguardias/page/2/>

CAPÍTULO  XIV  
Anexos

## CAPÍTULO XVI – Anexos

### Anexo A. Brief.

**FACOM** | Facultad de Ciencias  
de la Comunicación

# BRIEF

**BRIEF:** *Es un documento escrito que debe contener toda la información necesaria para el desarrollo del proyecto de graduación. Es un instrumento de mercadeo que sirve como la plataforma el cual define los objetivos de mercadeo y de comunicación de la organización.*

#### DATOS DEL ESTUDIANTE

Nombre del estudiante: _____
No. de Carné: _____ Celular: _____
Email: _____
Proyecto: _____
_____

#### DATOS DEL CLIENTE (EMPRESA)

Nombre del cliente (empresa): _____
Dirección: _____
Email: _____ Tel: _____
Contacto: _____ Celular: _____
Antecedentes: _____
_____
_____
_____
_____
Oportunidad identificada: _____
_____
_____

# BRIEF

## DATOS DEL CLIENTE (EMPRESA)

Misión: \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

Visión: \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

Delimitación geográfica: \_\_\_\_\_

Grupo objetivo: \_\_\_\_\_

Principal beneficio al grupo objetivo: \_\_\_\_\_

Competencia: \_\_\_\_\_

Posicionamiento: \_\_\_\_\_

Factores de diferenciación: \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

Objetivo de mercadeo: \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

Objetivo de comunicación: \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

Mensajes claves a comunicar: \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

Estrategia de comunicación: \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

Reto del diseño y trascendencia: \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

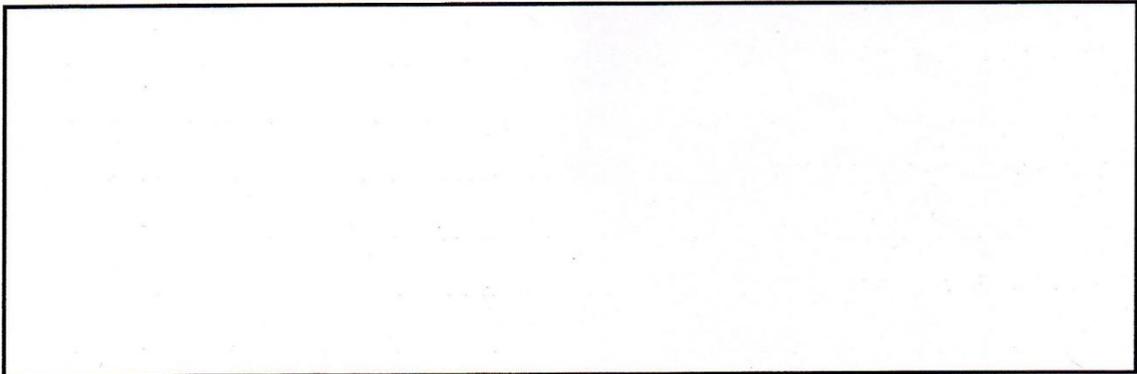
# BRIEF

Materiales a realizar: \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
Presupuesto: \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

## DATOS DEL LOGOTIPO

Colores: \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
Tipografía: \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
Forma: \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

## LOGOTIPO



Fecha: \_\_\_\_\_

Anexo B. Tabla de Niveles Socio Económicos 2009/Multivex.

CARACTERÍSTICAS	NIVEL A	NIVEL B	NIVEL C+	NIVEL C	NIVEL C-	NIVEL D	NIVEL E
<b>EDUCACIÓN</b>	Superior, Licenciatura, Maestría, Doctorado	Superior, Licenciatura,	Superior, Licenciatura,	Superior, Licenciatura,	Media completa	Primaria completa	Primaria incompleta
<b>DESEMPEÑO</b>	Propietario, Director Profesional exitoso	Empresario, Ejecutivos de alto nivel, Profesional, Comerciante	Ejecutivo medio, comerciante, vendedor	Ejecutivo, comerciante, vendedor, dependiente	Comerciante, vendedor, dependiente	Obrero, dependiente	Obrero, dependiente
<b>INGRESO</b>	Piso Q70 mil	Piso Q45 mil	Piso Q20 mil	Q12 mil	Q8 mil	Q4 mil	Q1.4 mil
<b>VIVIENDA</b>	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
<b>OTRAS PROPIEDADES</b>	Finca, casas de descanso en lagos, mar, Antigua, con	Sitios/terrenos condominios cerca de costas	Sitios/terrenos interior por herencias				
<b>PERSONAL DE SERVICIOS</b>	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		
<b>EDUCACIÓN GRUPO</b>	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 estatal	Hijos menores escuelas, mayores en U estatal	Hijos en escuela	Hijos en escuela
<b>POSESIONES</b>	Autos del año, asegurados contra todo riesgo, 4x4, Van, Lancha, moto acuatica, moto, helicoptero-avion-	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	
<b>BIENES DE COMODIDAD</b>	3 tel, minimo, cel cada miembro de la familia, Direct TV, cable, internet dedicada, 2 o + equipos de audio, 3-5 TV, varias planas o plasma, maquinas de lavar secar, platos ropa, computadoras/miembro, internet porton eléctrico, todos los electrodomesticos	2 tel, minimo, cel cada miembro de la familia, Direct TV, internet dedicada, cable, 2 equipos de audio, 3 TV, 1 planas o plasma, maquinas de lavar secar, platos ropa, computadora, internet porton eléctrico y todos los electrodomesticos	1tel, minimo, 1-2 cel, cable, internet dedicada, equipo de audio, 2 TV, maquina de lavar ropa, computador/familia electrodomesticos básicos	1tel, minimo, 1-2 cel, cable, radio, 2 TV, electrodomesticos básicos	1tel, 1cel, cable, equipo de audio, TV, electrodomesticos básicos	1 cel, cable, radio, TV, electrodomesticos básicos	1 cel, radio, TV, estufa
<b>DIVERSIÓN</b>	Clubes privados, vacaciones en el exterior	Clubes privados, vacaciones en el interior o exterior	Cine, CC, parques temáticos locales,	Cine, CC, parques temáticos locales,	CC, parques, estadio	CC, parques, estadio	Parques
<b>SERVICIOS BANCARIOS FINANCIEROS</b>	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	1cta Q monetarios y ahorro, 1TC local	1cta Q ahorro, TC local	cta Q ahorro	

## ENCUESTA Evaluación perfil psicográfico y conductual

Esta encuesta servirá para conocer los perfiles psicográficos y conductuales que incluirá el proyecto de Graduación con el tema: Diseño de piezas gráficas impresas para informar a pacientes acerca de los servicios y productos que ofrece el Consultorio de Medicina Alternativa CARHUSHA.

Por favor conteste clara y sinceramente las preguntas, marcando con una X en la respuesta que considere más adecuada y respondiendo libremente en la línea cuando sea requerido.

Nombre: \_\_\_\_\_

Edad: \_\_\_\_\_ Género:  F  M

Ocupación: \_\_\_\_\_

1. ¿Cuáles son sus hábitos de salud?

- Buena alimentación
- Consume medicina química
- Consume medicina natural
- Manejo de estrés por medio de terapias

2. ¿Qué suele hacer en su tiempo libre?

- Cocinar
- Trabajar en casa y jardín
- Coleccionar objetos
- Lectura

3. ¿Qué actividades frecuentes realiza durante la semana?

- Cine
- Tocar un instrumento
- Baile
- Ejercicio

4. ¿Con cuál de las siguientes costumbres se identifica más?

- Utilizar medicina natural
- Hacer ejercicio
- Descansar por la tarde
- Hacer actividades relajantes

5. ¿Sabe usted qué son terapias alternativas? Escriba una breve explicación.

- Si  No

6. Con que personalidad se identifica más?

- Sanguíneo  
Tiene a tomar decisiones basándose en los sentimientos más que en la reflexión. Es comunicativo, es considerado un súper extrovertido. Tiene capacidad para disfrutar y contagia a los demás su espíritu.
- Colérico  
Es rápido, muy activo, práctico en sus decisiones, autosuficiente y sobre todo independiente. Se fija metas y objetivos. Es muy ambicioso.
- Flemático  
Alta actividad y concentración de la atención. Es introvertido y posee baja flexibilidad a los cambios de ambiente. Es tranquilo, nunca pierde la compostura y casi nunca se enfada.
- Melancólico  
Es abnegado, perfeccionista y analítico. Es muy sensible emocionalmente. Es propenso a ser introvertido. No se lanza a conocer gente, sino deja que la gente venga a él. Sus tendencias perfeccionistas y su conciencia hacen que sea muy fiable, pues no le permiten abandonar a alguien cuando están contando con él.

7. ¿Ha visitado alguna vez un consultorio o clínica de terapias alternativas? ¿Cuál?

- Si       No      \_\_\_\_\_

8. ¿Cada cuánto tiempo se realiza chequeos de salud?

- Cada mes
- Cada seis meses
- Cada año
- Más de dos años

9. ¿Consume alguna medicina natural? ¿Por qué?

- Si       No      \_\_\_\_\_

10. ¿Hay alguna terapia de medicina alternativa que le gustaría probar? Elija una.

- Quiropráctico  
Es una terapia manual que trata y previene los trastornos mecánicos en la asociación de nervios, músculos y esqueleto. Comprende diversas técnicas manuales, como la manipulación o el ajuste de las articulaciones, con especial énfasis en las dolencias denominadas "subluxaciones".
- Acupuntura  
Consiste en la inserción y la manipulación de agujas en el cuerpo con el objetivo de restaurar la salud y el bienestar en el paciente.
- Cosmético  
Tratamiento restaurador de la vitalidad cutánea mediante inyección local de factores de crecimiento. No tóxico, no químico. Mejora el rostro mas no modifica la expresión o fisonomía.
- Terapia Neural  
Tipo de práctica médica consistente en la inyección en determinadas ramificaciones nerviosas del cuerpo con efectos distales y locales, de procaína y medicamentos homeopáticos en concentraciones bajas.

¡MUCHAS GRACIAS!

Anexo D. Encuesta de validación.

		
<b>UNIVERSIDAD GALILEO</b> <b>FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN</b> <b>LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN Y DISEÑO</b> <b>PROYECTO DE TESIS</b>		
Género: F <input type="checkbox"/> M <input type="checkbox"/>	Experto: <input type="checkbox"/>	Nombre: <input type="text"/>
Edad: <input type="text"/>	Cliente: <input type="checkbox"/>	Profesión: <input type="text"/>
	Grupo Objetivo: <input type="checkbox"/>	Puesto: <input type="text"/>
		Años de experiencia en el mercado: <input type="text"/>

**Encuesta de Validación del proyecto**

DISEÑO DE PIEZAS GRÁFICAS IMPRESAS PARA INFORMAR A PACIENTES ACERCA DE LOS SERVICIOS Y PRODUCTOS QUE OFRECE EL CONSULTORIO DE MEDICINA ALTERNATIVA CARHUSHA. MIXCO, GUATEMALA 2016.

---

**Antecedentes**

Consultorio de medicina alternativa CARHUSHA es una organización clínica-terapéutica con 12 años de antigüedad, orientada a brindar servicios de salud en el campo de la medicina natural de manera integral, para satisfacer las necesidades de la población. Se trabajan paquetes empresariales para prevenir y tratar enfermedades relacionadas al estrés, como lo son: dolores de espalda, mala alimentación, dolores de cabeza, túnel del carpo, etc.

**Instrucciones**

Con base a la información anterior, observe las piezas gráficas y según su criterio profesional conteste con una X las siguientes preguntas de validación.

**Parte Objetiva**

1. ¿Considera necesario diseñar piezas impresas para informar a los pacientes acerca de los servicios y productos que ofrece el Consultorio de Medicina Alternativa CARHUSHA?

Sí  No

2. ¿Considera necesario investigar los conceptos relacionados con el diseño publicitario y la comunicación visual para fundamentar el proyecto de diseño de piezas gráficas del Consultorio de medicina alternativa CARHUSHA?

Si  No

3. ¿Considera necesario recopilar información acerca de las ciencias alternativas para facilitar el traslado de información de los servicios y productos que ofrece el Consultorio de medicina alternativa CARHUSHA?

Si  No

4. ¿Considera importante seleccionar los elementos básicos para la diagramación de las piezas gráficas del Consultorio de medicina alternativa CARHUSHA?

Si  No

5. ¿Considera necesario fotografiar los elementos necesarios para incluirlos dentro de las piezas gráficas a diseñar para el Consultorio de medicina alternativa CARHUSHA?

Si  No

6. ¿Considera importante digitalizar las piezas para su futura impresión?

Si  No

7. ¿Considera importante incluir las piezas gráficas en un CD para su reproducción en televisión de la sala de espera del consultorio?

Si  No

#### **Parte Semiológica**

8. Según su criterio, el color de las piezas gráficas es:

Muy atractivo  Poco atractivo  Nada atractivo

9. Considera que la tipografía utilizada es:

Muy legible  Poco legible  Nada legible

10. Según su criterio, ¿las fotografías utilizadas en las piezas gráficas van acorde a cada ciencia alternativa?

Mucho  Poco  Nada

11. ¿Considera usted que los logotipos realizados por cada ciencia alternativa son legibles?  
Muy legibles  Poco legibles  Nada legibles

12. Considera usted que la utilización del logotipo, en cuanto a cantidad de veces usado transmite:  
Mucha pertenencia  Pertenencia  Poca pertenencia

**Parte Operativa**

13. Considera que el diseño de las piezas gráficas es:  
Muy adecuada  Poco adecuada  Nada adecuada

14. Considera que la orientación de los bifoliales es:  
Muy adecuada  Poco adecuada  Nada adecuada

15. Según su criterio, ¿las piezas gráficas son funcionales para el consultorio?  
Muy funcionales  Poco funcionales  Nada funcionales

16. Considera que la calidad de impresión es:  
Buena calidad  Baja calidad  Mala calidad

17. Según su criterio la utilización de "papel revista" para los bifoliales, nombres para escritorio y hoja de paquetes es:  
Muy adecuado  Adecuado  Nada adecuado

18. Considera que la impresión de los Stickers para bases en "papel adhesivo transparente" es:  
Muy adecuado  Adecuado  Nada adecuado

19. Considera que la utilización de "papel adhesivo mate" para los Stickers de sobre es:  
Muy adecuado  Adecuado  Nada adecuado

20. Según su criterio la utilización de papel opalina para los carnet de citas es:  
Muy adecuado  Adecuado  Nada adecuado

21. Considera que el tamaño de los bifoliales (19.7 X 16.87cm) es:  
Muy adecuado  Adecuado  Nada adecuado

22. Según su criterio el tamaño de los Stickers para sobre (5 X 6cm) es:  
Muy adecuado  Adecuado  Nada adecuado

23. Considera que el tamaño de los carnet de citas del paciente (9 X 5cm) es:  
Muy adecuado  Adecuado  Nada adecuado

De antemano se agradece la atención y el tiempo brindado para esta encuesta. Si en dado caso usted tuviere alguna sugerencia, comentario o crítica personal puede hacerlo en el siguiente espacio:

---

---

---

---

---

---

Gracias por contribuir al proyecto de tesis "DISEÑO DE PIEZAS GRÁFICAS IMPRESAS PARA INFORMAR A PACIENTES ACERCA DE LOS SERVICIOS Y PRODUCTOS QUE OFRECE EL CONSULTORIO DE MEDICINA ALTERNATIVA CARIHUSHA. MIXCO, GUATEMALA 2016", su opinión será tomada en cuenta para la realización de cambios en dicho proyecto.

Anexo E. Cotizaciones para reproducción.



<b>Cotización No.</b>
A 10,377
<b>Fecha:</b>
13/11/2015
<b>Cotización válida por:</b>
7 días hábiles
<b>Preparada por:</b>
Flor de María Raymundo

Contáctenos, S. A. NIT. 4436888-7

<b>Cliente:</b> Astrid Monasterio	<b>Teléfono:</b>
<b>E-mail:</b> acmonasterio2@hotmail.com	<b>Celular:</b> 5300-0206

CANT.	DESCRIPCIÓN	PRECIO UNITARIO	TOTAL
1	Impresion digital full color un solo tiro, tamaño carta, en papel adhesivo blanco, opalina, y couche.		Q 7.50
	<p>Tempo de entrega: 1 a 2 días hábiles despúes de aprobada la cotización. La variación del trabajo puede ser de un 5%, la forma de pago es 50% de anticipo y 50% a contra entrega.</p>		Q 7.50

**NOTA:** el valor de esta cotización está sujeto a revisión si al momento de recibir el material hay cambios de las especificaciones cotizadas.

\_\_\_\_\_  
Firma de Aceptado / Fecha

El cliente acepta los diseños como artes finales, en el momento que firma la cotización, la cual puede ser tomada como orden de compra.


 2473-8095 / 4740-6809  
 cotizaciones@lastminute.net.gt  
[www.lastminute.net.gt](http://www.lastminute.net.gt)

# Office DEPOT.

26 AVENIDA 5-90, ZONA 11  
INT. PARQUE COMERCIAL LAS MAJADAS  
GUATEMALA  
TELEFONO: (00 502)24119999

<b>Cliente:</b> Astrid Monasterio	<b>Fecha:</b> 05 Ene 2016
<b>Correo electrónico:</b> acmonasterio2 hotmail.com	<b>Teléfono:</b> 5300-0206

<u>Cant.</u>	Tipo	<u>P. Uni.</u>	TOTAL
1	Impresión full color Opalina	Q.7.00	Q.7.00
1	Impresión full color Adhesivo mate	Q. 8.50	Q. 8.50
1	Impresión full color <u>Couche</u>	Q. 8.00	Q. 8.00



Servicio	Precio
Impresión color Papel revista	Q. 8.50
Impresión color Adhesivo	Q. 10.50
Impresión color Opalina carta	Q. 8.50

Cotiza con nosotros:

asaravia printit.com.gt

Información:

PBX: 2315 4500

Anexo F. Fotografías tomadas a expertos y grupo objetivo al momento de realizar la encuesta de validación.

Grupo objetivo



Emma Rosaura Paz



Astrid María Marroquín

Expertos



Lic. Manuel Monroy



Licda. Lisa Quan



Lic. Guillermo García