



## **FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN**

Diseño de guía digital para dar a conocer a traumatólogos, ortopedistas, cirujanos, geriatras, cardiólogos, neurólogos e internistas los productos y servicios de medicina física y rehabilitación. Clínica Kinesis. Guatemala, Guatemala.

Guatemala, Guatemala 2018.

## **PROYECTO DE GRADUACIÓN**

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

### **ELABORADO POR:**

Elsa Beatriz Rivera García

No. Carné 14001267

Para optar al título de:

**LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN Y DISEÑO**

Nueva Guatemala de la Asunción, 2018

Diseño de guía digital para dar a conocer a traumatólogos, ortopedistas, cirujanos, geriatras, cardiólogos, neurólogos e internistas los productos y servicios de medicina física y rehabilitación. Clínica Kinesis. Guatemala, Guatemala.

Guatemala, Guatemala 2018.

**ELABORADO POR:**

Elsa Beatriz Rivera García

No. Carné 14001267

**Universidad Galileo**

**FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN**

Nueva Guatemala de la Asunción, 2018

Guatemala 10 de abril de 2017

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

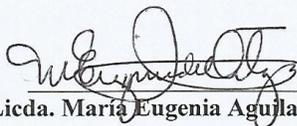
Estimado Licenciado Kachler:

Solicito la aprobación del tema de proyecto de Graduación titulado: **DISEÑO DE GUÍA DIGITAL PARA DAR A CONOCER A TRAUMATÓLOGOS, ORTOPEDISTAS, CIRUJANOS, GERIATRAS, CARDIÓLOGOS, NEURÓLOGOS E INTERNISTAS LOS PRODUCTOS Y SERVICIOS DE MEDICINA FÍSICA Y REHABILITACIÓN. CLÍNICA KINESIS. GUATEMALA, GUATEMALA 2018.** Así mismo solicito que la Licda. María Eugenia Aguilar Melgar sea quién me asesore en la elaboración del mismo.

Atentamente,



**Elsa Beatriz Rivera García**  
14001267



**Licda. María Eugenia Aguilar Melgar**  
Asesora  
Colegiado 26470



**Galileo**  
UNIVERSIDAD  
La Revolución en la Educación



Facultad de Ciencias  
de la Comunicación

Guatemala 08 de mayo de 2017

**Señorita:**  
**Elsa Beatriz Rivera García**  
**Presente**

Estimada Señorita Rivera:

De acuerdo al proceso de titulación profesional de esta Facultad, se aprueba el proyecto titulado: **DISEÑO DE GUÍA DIGITAL PARA DAR A CONOCER A TRAUMATÓLOGOS, ORTOPEDISTAS, CIRUJANOS, GERIATRAS, CARDIÓLOGOS, NEURÓLOGOS E INTERNISTAS LOS PRODUCTOS Y SERVICIOS DE MEDICINA FÍSICA Y REHABILITACIÓN. CLÍNICA KINESIS. GUATEMALA, GUATEMALA 2018.** Así mismo, se aprueba a la Licda. María Eugenia Aguilar Melgar, como asesora de su proyecto.

Sin otro particular, me suscribo de usted.

Atentamente,

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



**Galileo**  
UNIVERSIDAD  
La Revolución en la Educación



Facultad de Ciencias  
de la Comunicación

Guatemala, 29 de diciembre 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 GUÍA DIGITAL PARA DAR A CONOCER A TRAUMATÓLOGOS, ORTOPEDISTAS, CIRUJANOS, GERIATRAS, CARDIÓLOGOS, NEURÓLOGOS E INTERNISTAS LOS PRODUCTOS Y SERVICIOS DE MEDICINA FÍSICA Y REHABILITACIÓN. CLÍNICA KINESIS. GUATEMALA, GUATEMALA 2018.** Presentado por la estudiante: Elsa Beatriz Rivera García, con número de carné: 14001267, está concluido a mi entera satisfacción, por lo que se extiende la presente aprobación para continuar así el proceso de titulación profesional.

Sin otro particular, me suscribo de usted.

Atentamente,

**Licda. María Eugenia Aguilar Melgar**  
**Asesora**  
**Colegiado 26470**



**Galileo**  
UNIVERSIDAD  
La Revolución en la Educación

**FACOM** Facultad de Ciencias  
de la Comunicación

Guatemala, 18 de julio de 2018

**Señorita  
Elsa Beatriz Rivera García  
Presente**

Estimada Señorita Rivera:

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

Sin otro particular, me suscribo de usted.

Atentamente,

---

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

Ciudad de Guatemala, 14 de agosto de 2018.

Licenciado

Leizer Kachler

Decano FACOM

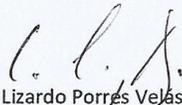
Universidad Galileo

Presente.

Señor Decano:

Le informo que la tesis: ***DISEÑO DE GUÍA DIGITAL PARA DAR A CONOCER A TRAUMATÓLOGOS, ORTOPEDISTAS, CIRUJANOS, GERIATRAS, CARDIÓLOGOS, NEURÓLOGOS E INTERNISTAS LOS PRODUCTOS Y SERVICIOS DE MEDICINA FÍSICA Y REHABILITACIÓN. CLÍNICA KINESIS. GUATEMALA, GUATEMALA 2018***, de la estudiante Elsa Beatriz Rivera García, ha sido objeto de revisión gramatical y estilística, por lo que puede continuar con el trámite de graduación.

Atentamente.



Lic. Edgar Lizardo Porres Velásquez

Asesor Lingüístico

Universidad Galileo



**Galileo**  
UNIVERSIDAD  
La Revolución en la Educación

**FACOM**

Facultad de Ciencias  
de la Comunicación

Guatemala, 20 de agosto de 2018

**Señorita:**  
**Elsa Beatriz Rivera García**  
**Presente**

Estimada Señorita Rivera:

De acuerdo al dictamen rendido por la terna examinadora del proyecto de graduación titulado: **DISEÑO DE GUÍA DIGITAL PARA DAR A CONOCER A TRAUMATÓLOGOS, ORTOPEDISTAS, CIRUJANOS, GERIATRAS, CARDIÓLOGOS, NEURÓLOGOS E INTERNISTAS LOS PRODUCTOS Y SERVICIOS DE MEDICINA FÍSICA Y REHABILITACIÓN. CLÍNICA KINESIS. GUATEMALA, GUATEMALA 2018.** Presentado por la estudiante: Elsa Beatriz Rivera García, el Decano de la Facultad de Ciencias de la Comunicación autoriza la publicación del Proyecto de Graduación previo a optar al título de Licenciada en Comunicación y Diseño.

Sin otro particular, me suscribo de usted.

Atentamente,

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

## **Autoridades**

- Rector.

Dr. Eduardo Suger Cofiño.

- Vicerrectora General.

Dra. Mayra de Ramírez.

- Vicerrector Administrativo.

Lic. Jean Paul Suger Castillo.

- Secretario general.

Lic. Jorge Retolaza.

- Decano de la Facultad de Ciencias de la Comunicación.

Lic. Leizer Kachler.

- Vicedecano de la facultad de Ciencias de la Comunicación

Lic. Rualdo Anzueto, M.Sc.

## **Dedicatoria**

A Dios y a la virgen, quienes han sido mi guía, mi fuente de fortaleza y perseverancia, por permitirme llegar a este punto de mi carrera y haberme brindado salud, paciencia y entendimiento.

A mi mamá y papá, por ayudarme y apoyarme, por su motivación y valores que me han permitido ser una persona ejemplar, por su amor infinito.

A Jazmín y Roberto, por no dejarme sola, por siempre apoyarme y motivarme a seguir adelante y nunca rendirme, y por todo su amor.

A mis amigos y compañeros que no siendo familia me apoyaron, dándome ánimos y consejos de perseverancia y dedicación.

## **Resumen**

A través del acercamiento con la Clínica Kinesis se identificó que carece de una guía digital para dar a conocer a traumatólogos, ortopedistas, cirujanos, geriatras, cardiólogos, neurólogos e internistas, los productos y servicios de medicina física y rehabilitación.

Por lo que se planteó el siguiente objetivo: Diseñar una guía digital para dar a conocer a traumatólogos, ortopedistas, cirujanos, geriatras, cardiólogos, neurólogos e internistas los productos y servicios de medicina física y rehabilitación.

Se realizó una herramienta de validación para conocer la percepción de 20 personas, hombres y mujeres, médicos especialistas que conforman el grupo objetivo, 1 cliente, 4 expertos en las áreas de comunicación y diseño.

El resultado obtenido fue: Se logró diseñar una guía digital para dar a conocer a traumatólogos, ortopedistas, cirujanos, geriatras, cardiólogos, neurólogos e internistas, los productos y servicios de medicina física y rehabilitación y se recomendó motivar a la Clínica Kinesis a que realice una guía impresa para visitar a clientes reales y potenciales.

Para efectos legales únicamente la autora Elsa Beatriz Rivera García es responsable del contenido de este proyecto, ya que es una investigación científica y puede ser motivo de consulta por estudiantes y profesionales.

# Índice

## Capítulo 1

1.1 Introducción .....	1
------------------------	---

## Capítulo II

Problemática .....	2
--------------------	---

2.1 Contexto .....	2
--------------------	---

2.2 Requerimiento de comunicación y diseño .....	3
--	---

2.3 Justificación .....	3
-------------------------	---

2.3.1 Magnitud .....	3
----------------------	---

2.3.2 Vulnerabilidad.....	4
---------------------------	---

2.3.3 Trascendencia .....	4
---------------------------	---

2.3.4 Factibilidad .....	4
--------------------------	---

2.3.4.1 Recursos humanos .....	5
--------------------------------	---

2.3.4.2 Recursos organizacionales .....	5
---	---

2.3.4.3 Recursos económicos.....	5
----------------------------------	---

2.3.4.4 Recursos tecnológicos.....	5
------------------------------------	---

## Capítulo III

3.1. Objetivo General .....	6
-----------------------------	---

3.2 Objetivos específicos .....	6
---------------------------------	---

## Capítulo IV

4.1 Datos del cliente .....	7
4.4 Datos del logotipo .....	11

## Capítulo V

5.1 Perfil geográfico.....	12
5.2 Perfil demográfico. ....	12
5.3 Perfil psicográfico.....	13
5.4 Perfil conductual. ....	13

## Capítulo VI: Marco teórico

6.1 Conceptos fundamentales relacionados con el producto o servicio: .....	14
6.2 Conceptos fundamentales relacionados con la comunicación y el diseño.....	16
6.2.1 Conceptos fundamentales relacionados con la comunicación. ....	16
6.2.2 Conceptos fundamentales relacionados con el diseño.....	19
6.3 Ciencias auxiliares, artes, teorías y tendencias .....	21
6.3.1 Ciencias.....	21
6.3.2. Artes .....	23
6.3.3 Teorías.....	24
6.3.4 Tendencias .....	25

## Capítulo VII: Proceso de diseño y propuesta preliminar

7.1 Aplicación de la información obtenida en el marco teórico: .....	26
--	----

7.2 Conceptualización.....	28
7.2.1 Método .....	28
7.2.1.2 aplicación del mapa mental.....	29
7.2.1.3 Frases .....	29
7.2.2 Definición del concepto .....	29
7.3 Bocetaje.....	30
7.3.2. Proceso de digitalización de los bocetos:.....	45
7.4 Propuesta preliminar .....	50
 Capítulo VIII: Validación técnica	
8.1 Población y Muestreo .....	54
8.2 Método e Instrumentos .....	55
8.3 Resultados e interpretación de resultados .....	56
8.3 Resultados e interpretación de resultados .....	57
8.3 Resultados e interpretación de resultados .....	58
8.3 Resultados e interpretación de resultados .....	59
8.3 Resultados e interpretación de resultados .....	60
8.3 Resultados e interpretación de resultados .....	61
8.3 Resultados e interpretación de resultados .....	62
8.3 Resultados e interpretación de resultados .....	63
8.3 Resultados e interpretación de resultados .....	64

8.3 Resultados e interpretación de resultados .....	65
8.3 Resultados e interpretación de resultados .....	66
8.3 Resultados e interpretación de resultados .....	67
8.3 Resultados e interpretación de resultados .....	68
8.3 Resultados e interpretación de resultados .....	69
8.3 Resultados e interpretación de resultados .....	70
8.4 Cambios con base a los resultados.....	71

## Capítulo IX

Propuesta gráfica final .....	75
-------------------------------	----

## Capítulo X: Producción, reproducción y distribución.

10.1 Plan de costos de elaboración .....	94
10.2 Plan de costos de producción .....	94
10.3 Plan de costos de reproducción.....	94
10.4 Plan de costos de distribución.....	94
10.5 Margen de utilidad .....	94
10.6 IVA .....	94
10.7 Cuadro con resumen general de costos.....	95

## Capítulo XI: Conclusiones y recomendaciones

11.1 Conclusiones.....	96
11.2 Recomendaciones .....	96

Capítulo XII: Conocimiento General .....	97
Capítulo XIII: Referencias	
13.1 Referencias de documentos físicos .....	98
13.2 Referencias de documentos electrónicos .....	98
Capítulo XIV: ANEXO	
14.1 Tabla de requisitos .....	101
14.2 Técnica de validación.....	102
14.4 Tablas de tabulación.....	105
14.4 Escáner de validación de expertos .....	113
14.5 Encuestados.....	117
14.6 A.....	118



# Capítulo I

# Capítulo I

## 1.1 Introducción

La Clínica Kinesis se dedica a brindar tratamientos de fisioterapia a niños, adolescentes, adultos y personas de la tercera edad, quienes son remitidos por médicos especialistas para que reciban alguna rehabilitación.

Está atendida por el Fisioterapeuta Bryan Pacheco, actualmente no cuenta con material editorial digital que promueva los servicios de rehabilitación deportiva, de columna y post-operatoria, así como los diferentes servicios y productos que se ofrece.

Por lo que se desarrolló el tema: **Diseño de guía digital para dar a conocer a traumatólogos, ortopedistas, cirujanos, geriatras, cardiólogos, neurólogos e internistas, los productos y servicios de medicina física y rehabilitación. Clínica Kinesis.**

Para la implementación y diseño de la guía digital se procede a investigar los conceptos relacionados a la elaboración de material digital. Esto permite desarrollar la técnica creativa para crear el concepto de diseño.

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

Se aplicarán encuestas dirigidas a clientes, expertos y grupo objetivo que lo conforman para dar a conocer los productos y servicios de medicina física y rehabilitación de la Clínica Kinesis.



# Capítulo II

## **Capítulo II**

### **Problemática**

En la actualidad las actividades físicas como el deporte, las labores diarias, la edad y el estrés hacen propensos a hombres y mujeres a sufrir lesiones que causan limitaciones en huesos y músculos. La clínica Kinesis identificó la necesidad de elaborar material editorial digital porque no cuenta con ningún producto de comunicación visual para promoverse en clientes reales y potenciales.

Por lo que se determinó hacer un diseño de guía digital para dar a conocer a traumatólogos, ortopedistas, cirujanos, geriatras, cardiólogos, neurólogos, e internistas, los productos y servicios de medicina física y rehabilitación.

### **2.1 Contexto**

La Clínica Kinesis brinda tratamientos de fisioterapia a niños, adolescentes, adultos y personas de la tercera edad, quienes son remitidos por médicos especialistas para que reciban alguna rehabilitación.

Se ofrecen servicios personalizados con programas especiales para recuperar alguna función o movilidad que por diferentes motivos se encuentra limitada, también productos necesarios para poder realizarlos.

Actualmente no se cuenta con materia editorial digital que promueva los servicios de rehabilitación deportiva, de columna y post-operatoria, así como los diferentes servicios y productos que se ofrece. El problema persiste desde un inicio, pues la única persona designada por el momento para asesorar acerca de la clínica es la secretaria, por eso se concertó una cita con el

gerente de Clínica Kinesis, el fisioterapeuta Bryan Pacheco, que requirió el diseño de una guía digital.

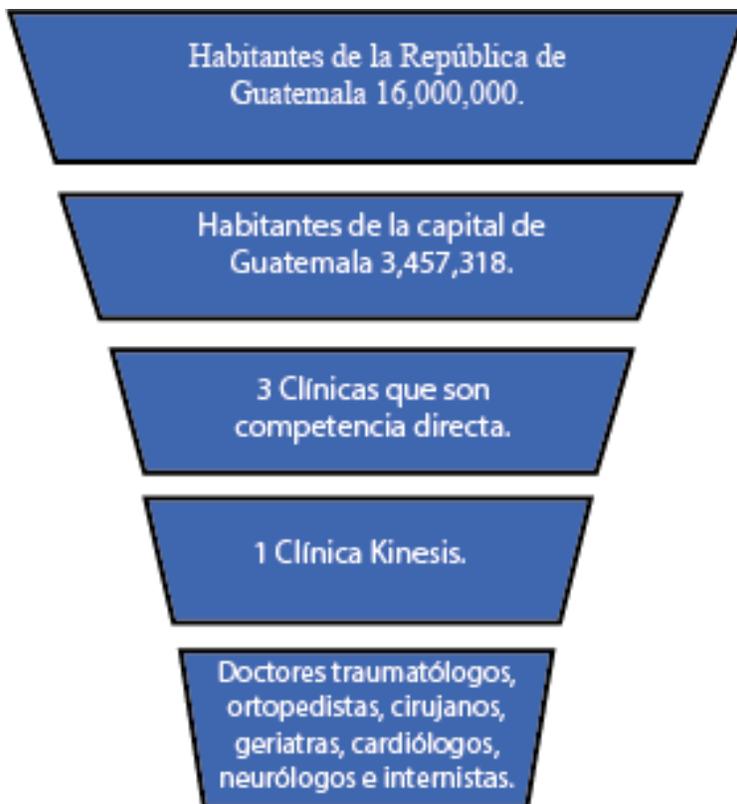
## 2.2 Requerimiento de comunicación y diseño

Clínica Kinesis carece de una guía digital para dar a conocer a traumatólogos, ortopedistas, cirujanos, geriatras, cardiólogos, neurólogos e internistas, los productos y servicios de medicina física y rehabilitación.

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

### 2.3.1 Magnitud



La población de Guatemala cuenta con 16,000,000 millones de habitantes. La capital de Guatemala cuenta con 3,457,318 habitantes según el Censo Nacional del Instituto Nacional de Estadística -INE- (2013).

La competencia son las clínicas: Área de Rehabilitación del Centro Médico Guatemala, Fisiokinesia, Physia.

El proyecto de Clínica Kinesia está dirigido a traumatólogos, ortopedistas, cirujanos, geriatras, cardiólogos, neurólogos, e internistas de hospitales privados.

### **2.3.2 Vulnerabilidad**

No contar con el diseño de una guía digital para dar a conocer los productos y servicios, limita a promover en médicos especialistas que remitirán pacientes a realizar una rehabilitación en la Clínica Kinesia para recuperar sus funciones y movilidad.

### **2.3.3 Trascendencia**

Al contar con un diseño de una guía digital de los productos y servicios que ofrece Clínica Kinesia, se podrán dar a conocer de forma efectiva a los especialistas que requieran información acerca de dichos productos y servicios como, por ejemplo: Rehabilitación deportiva, de columna y post-operatoria que podrá beneficiar a sus pacientes con los tratamientos que se realiza en programas personalizados.

### **2.3.4 Factibilidad**

El proyecto es factible, ya que se cuenta con personal especializado y experimentado para el buen manejo de la clínica. Así, dar a conocer a traumatólogos, ortopedistas, cirujanos, geriatras, cardiólogos, neurólogos e internistas, los servicios de medicina física y rehabilitación.

#### **2.3.4.1 Recursos humanos**

Clínica Kinesis cuenta con el personal capacitado y la experiencia necesaria en su rama, para manejar bien las funciones que desempeñan dentro de la clínica y desarrollar el proyecto.

#### **2.3.4.2 Recursos organizacionales**

El propietario de la Clínica Kinesis autoriza al personal para que esté en disposición de brindar toda la información necesaria para llevar a cabo este proyecto.

#### **2.3.4.3 Recursos económicos**

La organización cuenta actualmente con los recursos necesarios que posibilitan la realización de este proyecto.

#### **2.3.4.4 Recursos tecnológicos**

Se cuenta con el equipo tecnológico computadora HP i3, cámara fotográfica Nikon 3300, programas de Adobe para realizar la guía digital.



# • Capítulo III

## **Capítulo III**

### **3.1. Objetivo General**

3.1.1 Diseñar una guía digital para dar a conocer a traumatólogos, ortopedistas, cirujanos, geriatras, cardiólogos, neurólogos e internistas los productos y servicios de medicina física y rehabilitación.

### **3.2 Objetivos específicos**

3.2.1 Investigar acerca de diseño editorial digital para obtener ideas concretas que mejoren las propuestas del proyecto.

3.2.2 Recopilar información acerca de la comunicación y semiología de la imagen para analizar la forma adecuada de trasladar el mensaje con los símbolos e iconos que faciliten la percepción del grupo objetivo.

3.2.3 Fotografiar los servicios que ofrece la Clínica Kinesis, para incluir imágenes de pacientes rehabilitándose y así visualizar los programas personalizados en la guía digital.



# • Capítulo IV

## **Capítulo IV**

### **4.1 Datos del cliente**

4.1.2 Nombre del cliente: Clínica Kinesis

4.1.3 Dirección: 6ta. Avenida 9-18 zona 10 Sixtino 2, ala 2; clinica 604

4.1.4 Email: Brayanpacheco@gmail.com

4.1.5 Teléfono: 22781277

4.1.6 Contacto: Bryan Pacheco

4.1.7 Celular: 30979749

### **4.2 Antecedentes**

Desde el año 2015 la Clínica Kinesis abrió con el objetivo de brindar tratamientos de fisioterapia a niños, adolescentes, adultos y personas de la tercera edad que necesiten rehabilitación en cualquier patología, para la recuperación de sus discapacidades transitorias o permanentes, al prestar servicios con equipo de la más alta tecnología.

Se ofrece servicios personalizados con programas especiales para recuperar alguna función o movilidad que por diferentes motivos se encuentra limitada, también diversos productos necesarios para realizarlo y así recuperarse de las lesiones.

### **4.3 Oportunidad identificada**

Promover los productos y servicios de medicina física y rehabilitación que la Clínica Kinesis ofrece a traumatólogos, ortopedistas, cirujanos, geriatras, cardiólogos, neurólogos e internistas.

#### **4.3.1 Misión.**

Contribuir al mejoramiento de la calidad de vida de los pacientes mediante la rehabilitación integral de sus discapacidades transitorias o permanentes, prestando servicios acorde a la más alta tecnología, tratamientos personalizados, calificados e innovadores en el proceso de recuperación del paciente, al brindar la mejor atención en clínica, en el transcurso de evolución de la lesión.

#### **4.3.2 Visión.**

Ser en 5 años el mejor y más completo centro de rehabilitación de Centroamérica, con reconocimientos nacionales e internacionales que avalen los servicios como profesional de la salud con el respaldo de la actualización permanente, actitud pro-activa, lealtad, objetividad, veracidad, compromiso continuo y ética profesional.

**4.3.3 Delimitación geográfica:** La capital de Guatemala

#### **4.3.4 Grupo objetivo de la clínica.**

Personas, niños, jóvenes, adultos y de tercera edad, remitidos por: Traumatólogos, ortopedistas, cirujanos, geriatras, cardiólogos, neurólogos e internistas.

#### **4.3.5 Principal beneficio al grupo objetivo.**

Conocer la clínica a través de la guía digital y así tener mayor facilidad para recomendar los productos y servicios de la clínica y remitir a los pacientes que lo requieren.

#### **4.3.6 Competencia.**

Área de Rehabilitación del Centro Médico Guatemala, Fisio-Kinesis, Physia.

#### **4.3.7 Posicionamiento.**

Una clínica nueva que está en etapa de lanzamiento.

#### **4.3.8 Factores de diferenciación.**

Se diferencia por el servicio personalizado en los programas que se crean a cada paciente y tratamientos innovadores.

#### **4.3.9 Objetivo de mercadeo.**

Promover la clínica para darse a conocer entre todos los especialistas que remitirán a los pacientes e incrementarán los clientes.

#### **4.3.10 Objetivo de comunicación.**

Dar a conocer de forma más simple y rápida los productos y servicios que ofrece la Clínica Kinesis a traumatólogos, ortopedistas, cirujanos, geriatras, cardiólogos, neurólogos e internistas.

#### **4.3.11 Mensajes claves a comunicar.** Tu bienestar en buenas manos.

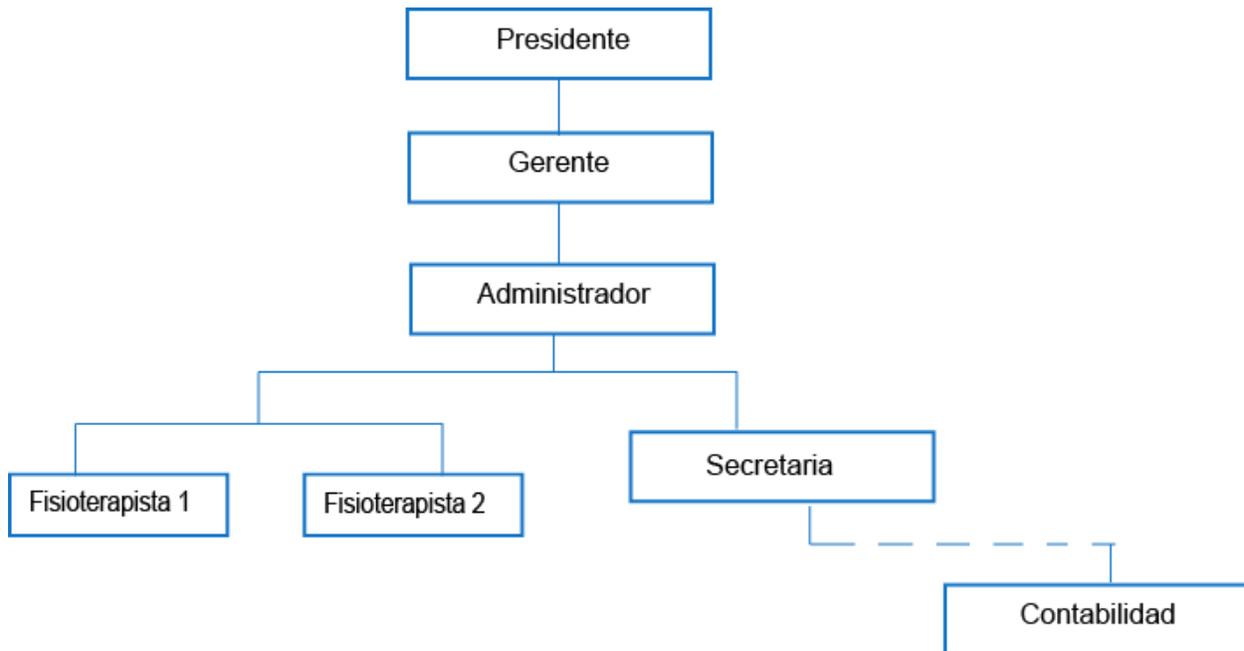
#### **4.3.12 Estrategia de comunicación.** Promoción a través de la guía digital.

#### **4.3.13 Reto del diseño y trascendencia.**

Dar a conocer la clínica a más traumatólogos, ortopedistas, cirujanos, geriatras, cardiólogos, neurólogos e internistas en medios digitales y así lograr tener más aceptación y clientela, por medio de un diseño audaz que transmita dinamismo e interés personal por cada paciente.

#### **4.3.14 Materiales a realizar.** Guía digital.

#### 4.3.15 Organigrama de Clínica Kinesis.

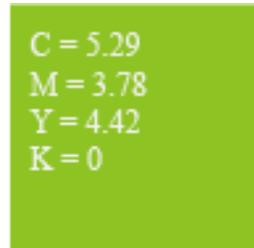
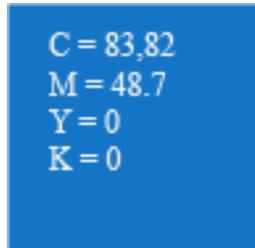


#### 4.3.16 Foda

<p><b>Fortalezas:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Localización adecuada.</li> <li>- Tecnología de última generación</li> <li>- Servicio personalizado</li> </ul>	<p><b>Oportunidades</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Otras clínicas de fisioterapia no tienen sitio web</li> <li>- No actualizan su información en las redes sociales</li> <li>- La organización dentro de la empresa es inestable</li> </ul>
<p><b>Debilidades</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Falta de conocimiento de la población hacia clínica</li> <li>- Falta de promoción de la clínica</li> <li>- Falta de capital para anuncios publicitarios</li> </ul>	<p><b>Amenazas</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- El nivel socioeconómico en el país no es el mejor</li> <li>- Insuficiente espacio para realizar ejercicios con comodidad</li> <li>- Alta entrada de competidores</li> </ul>

#### 4.4 Datos del logotipo

Paleta de colores:



Prueba tipográfica:

Arial

a b c d e f g h i j k l m n ñ o p q r s t u v w x y z

A B C D E F G H I J K L M N Ñ O P Q R S T U V W X Y Z

**Arial bold**

**a b c d e f g h i j k l m n ñ o p q r s t u v w x y z**

**A B C D E F G H I J K L M N Ñ O P Q R S T U V W X Y Z**

Forma: Un círculo con tipografía.

**Logotipo:**





# • Capítulo V

## **Capítulo V**

### **Definición del grupo objetivo.**

Hombres y mujeres que son médicos con especialidades en: Traumatología, ortopedia, cirugía, geriatría, cardiología, neurología e internistas entre las edades de 40 a 70 años de edad.

### **5.1 Perfil geográfico.**

El proyecto es realizado en la ciudad de Guatemala, en la 6 av. 9-18 zona 10 Sixtino 2, ala 2, 6to. Nivel. Guatemala cuenta con gran variedad climática, producto de su relieve montañoso, que va desde el nivel del mar hasta los 4220 metros sobre ese nivel.

La capital de Guatemala es la más moderna y cosmopolita ciudad de Centroamérica. De paso rápido y vibrante, se conoce localmente como Guate, es una mezcla de lo viejo y lo nuevo y posee un encanto latino distinto. Hoy en día posee dos millones y medio de habitantes, su ubicación geográfica y las instalaciones del aeropuerto internacional “la Aurora” la convierten en el punto de partida para visitas al resto del país.

Posee 25 zonas y la entidad encargada de la administración es la Municipalidad de Guatemala.

### **5.2 Perfil demográfico.**

Hombres y mujeres con nivel socioeconómico B y C+, cuentan con doctorados y licenciaturas, son empresarios, ejecutivos, comerciantes o vendedores. Poseen un ingreso de Q.20,000 a Q.45,000 mensuales. Tienen departamento de lujo o casa con 3 o 4 recámaras, 2 o 3 baños, 2 salas, pantry, alacena, 1 estudio, área de servicio, garage para 2 o 4 carros, poseen terrenos en condómino cerca de la costa.

Sus hijos estudian en colegios privados y los mayores en universidades privadas y postgrado al extranjero. Sus carros están asegurados contra todo riesgo, 4x4, Van, moto. Toda la familia goza de celular, Direct TV, internet equipo de audio, lavadora, computadora y todos los electrodomésticos.

Se divierten en clubes privados, en el cine, parques temáticos locales y vacacionan en el interior o exterior del país. Se beneficia con una o dos cuentas monetarias y de ahorro, también cuentas en dólares y seguros.

Ver tabla de nivel socioeconómico en el anexo A.

### **5.3 Perfil psicográfico.**

Entre sus actividades favoritas esta ir de viaje, al cine, teatro y escuchar música, viajes familiares, también viajes a diferentes partes del mundo. Les encanta leer y son muy estudiosas, en sus carreras nunca se deja de aprender. Su personalidad es alegres, positivos, cuidadosos, trabajadores, seguros, puntuales, detallistas, amorosos con su familia, y son muy exigentes en sus labores.

### **5.4 Perfil conductual.**

El grupo objetivo sabe que cuenta con aparatos especializados para tratamiento de fisioterapia de última generación y marca de renombre. Esta es una de las clínicas más actualizadas de la ciudad capital, por ello tienen confianza de enviar a sus pacientes a la Clínica Kinesis, ya que garantiza la atención adecuada y personalizada para cada necesidad.



# • Capítulo VI

## **Capítulo VI: Marco teórico**

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

#### ***6.1.1 Médico.***

Referirse a la persona que se encuentra legalmente autorizada para ejercer la medicina. Esta legalización de la actividad implica la formación del profesional en una institución acreditada. (EcuRed, 2017)

#### ***6.1.2 Especialista.***

Que tiene conocimientos profundos en una rama determinada de la ciencia, la técnica o el arte o en un campo determinado de una profesión o actividad. (Concepto de definición, 2017)

#### ***6.1.3 Paciente.***

Es alguien que sufre dolor o malestar (muchas enfermedades causan molestias diversas, y un gran número de pacientes también sufren dolor). En términos sociológicos y administrativos, paciente es el sujeto que recibe los servicios de un médico u otro profesional de la salud y se somete a un examen, a un tratamiento o a una intervención. (Wikipedia, 2017)

#### ***6.1.4 Medicina física.***

Según Weimann (1978), la medicina física es “una tendencia profesional orientada terapéuticamente” que usa diferentes formas de energía tanto naturales como elaboradas técnicamente, ejemplo: Energía mecánica como masajes y movimiento, calor, energía de ondas, distintos tipos de ondas electromagnéticas, ondas sonoras y diferentes formas de

electricidad. En donde se encuentra también la rehabilitación deportiva, de columna y post-operatoria. (sld, 2017)

### ***6.1.5 Fisioterapia.***

Es una parte integrante de una terapia física, toda actividad propia del enfermo, para fines curativos. Los objetivos profilácticos, terapéuticos y rehabilitadores son apoyos para el desarrollo, el mantenimiento y la recuperación de todas las funciones en el ámbito somático y psíquico o para el aprendizaje de funcionamientos alternativos para las disfunciones que no sean recuperables. (EcuRed , 2017)

Las técnicas en la fisioterapia se dividen en:

Técnicas fisioterapéuticas de exploración.

Técnicas fisioterapéuticas de tratamiento.

### ***6.1.6 Clínica.***

Es un establecimiento destinado a proporcionar asistencia o tratamiento médico a determinadas enfermedades. (Español Oxford Living Dictionaries, 2017)

### ***6.1.7 Rehabilitación.***

Es el conjunto de procedimientos dirigidos a ayudar a una persona a alcanzar el más completo potencial físico, psicológico, social, vocacional, avocacional y educacional compatible con su deficiencia fisiológica o anatómica. La meta de los programas de rehabilitación es obtener el máximo nivel de independencia de sus pacientes, al tomar en cuenta sus capacidades y aspiraciones de vida. (físicas, 2017)

### ***6.1.8 Lesión.***

Toda alteración del equilibrio biopsicosocial, según la Organización Mundial de la Salud. Es un cambio anormal en la morfología o estructura de una parte del cuerpo producida por un daño externo o interno. Las heridas en la piel pueden considerarse lesiones producidas por un daño superficial como los traumatismos. (EcuRed, 2017)

### ***6.1.9 Cliente.***

Es aquella persona que a cambio de un pago recibe servicios de alguien que se los presta por ese concepto. Un cliente desea que se le sea atendido a la medida de la exigencia por quien presta la colaboración. Hay varios tipos, todos de acuerdo a la compra o servicio que se requiere. (Concepto definicion, 2017)

## **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.***

El sentido general implica una relación con los demás, es la transmisión de información de un emisor a un receptor. La comunicación tiene por objeto la emisión por medio de una red o sistema de mensajes conscientes o inconscientes de orden cognoscitivo o afectivo. (Grawitz, 2017)

#### ***6.2.1.2 Proceso de comunicación***

El proceso de comunicación es bidireccional, es decir, hay dos partes que están involucradas, un emisor y un receptor. Se requieren ocho pasos, sin importar si las dos partes hablan, usan señales manuales o se sirven de otro medio de comunicación; tres de esos pasos corresponden al emisor y los restantes al receptor. (cca, 2017)

### **6.2.1.3 Emisor.**

Es un adjetivo que hace referencia a aquel o aquello que emite. La acción de emitir, por su parte, significa manifestar una opinión o noticia, producir y poner en circulación billetes, valores o títulos y lanzar ondas hercianas para hacer oír noticias, música o señales. En correo también hace referencia a la persona u organización que expide una carta y cuya dirección viene indicada en el sobre de la carta. (EcuRed, 2017)

### **6.2.1.4 Receptor.**

Es quien recibe el mensaje, y a su vez cierra el proceso de la comunicación mediante la recepción, decodificación y aceptación del mensaje que se transmitió, y retroalimenta al emisor. (cca, 2017)

### **6.2.1.5 Canal.**

Es el medio por el que se trasmite en mensaje. Este puede ser una conversación, un medio escrito, electrónico, entre otros. No todos los canales poseen la misma capacidad para trasladar información. (cca, 2017)

### **6.2.1.6 Código.**

Conjunto de signos que deben ser compartidos por el emisor y el receptor de un mensaje para que este sea comprendido. Por otra parte, es una combinación de caracteres que se emplea para crear y entender ideas secretas. (EcuRed, 2017)

### **6.2.1.7 Mensaje.**

Secuencia de señales o de signos que se transmiten desde un emisor hacia un receptor al utilizar un intermediario humano o técnico. En la teoría de la información designa todo conjunto de dichas señales que se obtienen de un alfabeto y que se combinan entre sí para formar un conjunto que se va a comunicar. (Grawitz, 2017)

#### ***6.2.1.8 Decodificar.***

La decodificación es la traducción de mensajes a una versión comprensible para el receptor. El emisor quiere que dicho receptor comprenda la idea en la forma en que fue transmitido, por lo que utiliza códigos comprensibles para ambos. Sin embargo, el entendimiento puede ocurrir únicamente en la mente quien lo recibe y él decide si lo capta o no.

#### ***6.2.1.9 Tipos de comunicación.***

Existen distintos tipos de comunicación, pues los emisores pueden ser diferentes y la información que se envía y el canal por el que circula esta. Entre estas se encuentra la comunicación verbal, no verbal, individual, colectiva, entre otras. (Psicología y Mente, 2017)

#### ***6.2.1.10 Comunicación Visual.***

Relación que existe entre la imagen y el significado. Debido a que dicha imagen es un factor directo de reacción, simbolización y percepción, debe de tener significado fácil de comprender. La comunicación visual suele ser directa, penetrable y universal. (EcuRed, 2017)

#### ***6.2.1.11 Comunicación corporativa.***

Se habla tanto de la realidad de la organización como de la identidad corporativa interna, por lo que puede ser definida como el repertorio de procesos, mensajes y medios involucrados en la transmisión de información por parte de la entidad.

Por tanto, no se refiere solo a los mensajes, sino a los actos, al comportamiento mediante el que todas las instituciones transmiten información acerca de su identidad, su misión, su

forma de hacer las cosas y hasta de las demás personas con las que se encuentran relacionados. (EcuRed, 2017)

#### ***6.2.1.12 Branding.***

Se refiere al proceso de construcción de una marca. Se trata de la estrategia a seguir para gestionar los activos vinculados, ya sea de manera directa o indirecta, a un nombre comercial y su correspondiente logotipo o símbolo. Estos factores influyen en el valor de la marca y en el comportamiento de los clientes. Una empresa cuya firma tiene un alto valor, una fuerte identidad corporativa y un buen posicionamiento en el mercado será una fuente de ingresos estable y segura en el largo plazo. (Definición.de, 2017)

#### ***6.2.2.4 Identidad corporativa.***

La identidad de una organización es la percepción que tiene respecto a ella misma, en base a su historial, creencias, filosofía, valores éticos y culturales, trabajadores, dirigentes y aspectos visuales. Representa la esencia de la empresa, lo que ella es y la hace diferente a las demás, con una personalidad, un concepto o un estilo definido y propio. Es el conjunto de aspectos visuales que le dan a una empresa una idiosincrasia única. (EcuRed, 2017)

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

#### ***6.2.2.1 Diseño.***

Proceso o labor destinada a proyectar, coordinar, seleccionar y organizar un conjunto de elementos para producir y crear objetos visuales dirigidos a comunicar mensajes específicos a grupos determinados. El conjunto de elementos que implican la creación de un diseño. (FotoNostra, 2017)

### ***6.2.2.2 Diseño editorial.***

Es la estructura y composición que forma a libros, revistas, periódicos, catálogos, caratulas, volantes, afiches y guías. Es la rama del diseño gráfico que se enfoca de manera especializada en la estética y diseño tanto del interior como el exterior de los textos. Se dice especializada porque cada tipo de publicación tiene necesidades de comunicación particulares. Ningún proyecto de línea editorial puede parecerse al de otro salvo en aspectos generales. Hay un modo único de realizarlo para cada material, requiere profesionales capaces de alcanzar un equilibrio simétrico entre las tipografías e imágenes. (staffcreativa, 2017)

### ***6.2.2.6 Diseño editorial digital.***

Retoma las bases de la comunicación visual. Se identifica como un elemento editorial más creativo, que no solo busca generar material de lectura, sino también incluir objetos visuales que ayudan a hacer más dinámica la consulta de la información a través de softwares. (UtelBlog, 2017)

### ***6.2.2.7 Color.***

Según Sir Isaac Newton, es una sensación que se produce en respuesta a una estimulación nerviosa del ojo. Esta estimulación es causada por los rayos de luz y por las longitudes de onda que lo componen. La interpretación del color es parte de nuestro sentido de la vista y como tal, único y particular. Al no existir ojos, ni cerebros iguales, cada ser humano los ve de modo diferente, aunque muy similar si no se sufre ninguna anomalía. (Psicología del color, 2017)

#### **6.2.2.8 Composición.**

El arte de distribuir los elementos de una obra. Por ejemplo, la composición fotográfica refiere a aquella manera en la que se ordenarán los objetos vistos dentro del encuadre. (EcuRed, 2017)

#### **6.2.2.9 Diagramación.**

Es el arte de distribuir la composición en una página. Es la organización de un conjunto de elementos jerarquizados, basado en un sistema estético de carácter funcional. Por ejemplo: El diseñador de un periódico tiene el desafío de distribuir las noticias de manera que el lector pueda determinar lo que le interese. (abc.color, 2017)

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

#### **6.3.1 Ciencias.**

##### **6.3.1.1 Semiología.**

Viene de las palabras griegas semeion (signo) y logos (estudio). La semiología es el estudio de los signos. Es considerada una ciencia joven que comienza a tener importancia dentro del análisis teórico de los medios de comunicación social propios del siglo XX. Interesa más el funcionamiento de dichos signos, su agrupación o no agrupación en diferentes sistemas, que el origen o formación de los mismos.

En opinión de Saussure, la semiología depende de la psicología general y su rama más importante es la lingüística. (EcuRed, 2017)

##### **6.3.1.2 Semiología de la imagen.**

El estudio del signo icónico y los procesos de sentido-significación a partir de la imagen. El estudio de dicha imagen y las comunicaciones visuales en realidad desborda lo estrictamente pictórico o visual, tal como pueden ser los análisis de colores, formas, iconos

y composición, para dar paso a los elementos históricos y socio-antropológicos que forman parte de la semiótica de la imagen (PortalComunicación, 2017)

#### **6.3.1.3 Ciencias de la comunicación.**

Agrupan disciplinas que estudian, analizan o discuten los fenómenos sociales relacionados con la comunicación, así como los medios que se emplean y el conjunto semiótico que construyen, al generar sus propios métodos de estudio y herramientas analíticas. El objeto de estudio de las ciencias de la comunicación –los procesos y fenómenos de comunicación. (wikipedia, 2017)

#### **6.3.1.4 Sociología.**

Término creado por A. Comte (1839) para remplazar el de física social. La sociología es la ciencia de los hechos sociales. Durkheim fue el primero en insistir en su existencia y en el método sociológico que permite estudiarlos científicamente. Weber agregó la interpretación de la situación por los mismos actores. (Grawitz, 2017)

#### **6.3.1.5 Deontología.**

Es una parte especializada de la ética aplicada que considera y traduce en normas el aspecto moral del hombre en el ejercicio de su profesión. (EcuRed , 2017)

#### **6.3.1.6 Psicología.**

La definición de la psicología como ciencia del alma. Esta palabra fue empleada por primera vez en 1590 en el título del libro de Rudolf Goclenius. Rohracher dijo “psicología es la ciencia que estudia los procesos y estados conscientes y sus causas efectos. (Dorsch, 1977)

### ***6.3.1.7 Psicología del color.***

La psicología del color es un campo de estudio que está dirigido a analizar su efecto en la percepción y la conducta humana. Desde el punto de vista estrictamente médico, todavía es una ciencia inmadura en la corriente principal de la psicología contemporánea, se tiene en cuenta que muchas técnicas adscritas a este campo pueden categorizarse dentro del ámbito de la medicina alternativa. (Psicología del color, 2017)

### ***6.3.1.8 Estadística.***

Ciencia formada por el conjunto de teorías y técnicas cuantitativas que tienen por objeto la organización, presentación, descripción, resumen y comparación de datos numéricos, obtenidos de poblaciones, o bien de muestras que representan dichas poblaciones estudiadas. (Diccionario de Estadística, 1991)

## **6.3.2. Artes**

### ***6.3.2.1 Fotografía.***

La palabra fotografía se deriva de los vocablos de origen griego: phos (luz) y grafis (escritura), lo que significa escribir o dibujar con luz. Es la técnica de captar imágenes permanentes con una cámara, por medio de la acción fotoquímica de la luz o de otras formas de energía radiante, para luego reproducirlas en un papel especial o de forma digital. (concepto definicion, 2017)

### ***6.3.2.2 Dibujo.***

El dibujo es el lenguaje universal, porque sin mediar palabras, podemos transmitir ideas que todos entiendan mediante trazos estructurados en un papel u otra superficie. (EcuRed , 2017)

### **6.3.2.3 Tipografía.**

Es el arte y técnica del manejo y selección de tipos, originalmente de plomo, para crear trabajos de impresión. El tipógrafo Stanley Morison lo definió como: “Arte de disponer correctamente el material de imprimir, de acuerdo con un propósito específico” El de colocar las letras, repartir el espacio y organizar las letras con vistas a prestar al lector la máxima ayuda para la comprensión del texto. (Stanley Morison, principios fundamentales de la tipografía (1929). (EcuRed, 2017)

## **6.3.3 Teorías**

### **6.3.3.1 Teoría Gestalt.**

La teoría de Gestalt se refiere como ser humano percibe las figuras, palabras o representaciones que dan a entender un mensaje, esto significa como se percibe en la mente los objetos conocidos en la vida diaria.

Apareció en la Alemania de principios de siglo XX como reacción a la psicología conductista, que rechazaba la consideración de los estados subjetivos de consciencia a la hora de investigar sobre el comportamiento de las personas y ponía énfasis en los efectos que el contexto familiar, y por extensión social y cultural, tiene sobre nosotros. (Psicología y Mente, 2017)

### **6.3.3.2 Tecnología.**

Conjunto de teorías y de técnicas que permiten el aprovechamiento práctico del conocimiento científico. (EcuRed, 2017)

### **6.3.3.3 Marketing.**

Es un proceso que tiene sus bases en la antigüedad, pero que actualmente juega un papel fundamental en el desarrollo económico, tanto de un país como de una empresa. Se basa principalmente en el intercambio de bienes, donde los involucrados, obtengan las ganancias deseadas. También se emplea el término "Mercadotecnia" para designarlo. (EcuRed, 2017)

### **6.3.3.4 Publicidad.**

Es una forma destinada a difundir o informar al público sobre un bien o servicio a través de los medios de comunicación con el objetivo de motivar al público hacia una acción de consumo. (EcuRed, 2017)

## **6.3.4 Tendencias**

### **6.3.4.1 Geométrica.**

El binomio blanco y negro, se podría definir como un clásico en este tipo de decoración, pero como se dice, encontrarán todo tipo de tonalidades para decorar una casa "geométricamente". Tradicionalmente este estilo se utilizaba en la cultura musulmana y étnica, por eso la inspiración árabe está muy presente. Líneas sencillas, minimalismo y belleza podrían ser las tres características que mejor definen a esta tendencia, que es ideal para acompañar a interiorismo nórdico. (EcuRed, 2017)



# • Capítulo VII

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

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

#### 7.1.1 Ciencias auxiliares, artes, teorías y tendencias

- **Semiología**

Se determinarán signos y símbolos a utilizar para obtener la atención del grupo objetivo y ya colocados en la guía digital los productos y servicios que se ofrecen serán los referentes visuales que el grupo objetivo tendrá presente.

- **Semiología de la imagen**

Las imágenes que se utilizan en la guía digital serán iconos importantes, al igual que los colores y formas para complementar la información que se les brinda al grupo objetivo.

- **Sociología**

Se aplica al investigar el grupo objetivo al que va dirigida la guía digital, para cumplir con su finalidad y satisfacer las necesidades del usuario.

- **Psicología**

Se analizará la conducta de los consumidores y por medio de la guía digital se trasladará lo que es importante para ellos, de forma sencilla y clara.

- **Psicología del color**

La aplicación de los colores adecuados en la guía digital podría trasladar un mensaje directo al grupo objetivo e identificar a Clínica Kinesis.

- Estadística

Resume, recuenta y clasifica los datos obtenidos en la validación para conocer los hallazgos e interpretaciones para realizar cambios acertados y mejorar la propuesta preliminar.

- Fotografía

Se utilizarán fotografías en el contenido de la guía digital, ya que ayuda a visualizar imágenes que capte situaciones importantes e informar al grupo objetivo

- Dibujo

Se utilizarán dibujos para facilitar la realización de la guía digital para bocetar y saber el orden de los objetos.

- Tipografía

A través de la tipografía se logra jerarquizar la importancia de títulos, subtítulos y contenido en la guía digital, y la comunicación en esta sería fácil de comprender por el grupo objetivo.

- Teoría Gestalt

Para el grupo objetivo toda forma puede evocar una idea más clara de lo que se le desea transmitir, esta teoría es base para percepción de mensajes subliminales.

- Tecnología

Se utilizaría por medio de todos los softwares, herramientas y técnicas que se utilicen para realizar el diseño de la guía digital. Asimismo, la tecnología de punta es vital, pues los programas de rehabilitación necesitan de equipo especial que mejore las lesiones para recuperar movimientos normales.

- Marketing

La guía digital es parte de una estrategia de marketing pues permitir promover a Clínica Kinesis en el internet.

- Geometrismo

La utilización de figuras geométricas en el proyecto, logran modernidad a la guía digital pues se plasmarán ideas innovadoras por medio de esta tendencia. Por ejemplo: El círculo, denota: Lugar de encuentro, dinamismo, proceso.

## **7.2 Conceptualización**

### **7.2.1 Método**

El método a utilizar para la conceptualización es el mapa mental.

#### **7.2.1.1 Mapa mental**

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. Es una técnica gráfica que permite acceder al potencial del cerebro, de usos múltiples. Su principal aplicación en el proceso creativo es la exploración del problema y la generación de ideas. En el planteamiento del problema es recomendable su uso para tener distintas perspectivas del mismo.

Para realizar dicho mapa mental se necesita una hoja, ya sea carta u oficio depende del tamaño que se desea realizar dicho problema, asunto o empresa se coloca en medio de la hoja, ya que los principales temas van ramificados con el tema central. De esas ramas siguen los subtemas en la que ayudarán a desarrollar un poco más de lo que se colocó.

### 7.2.1.2 aplicación del mapa mental



### 7.2.1.3 Frases

Una vida saludable.

Por una buena rehabilitación.

Por una rehabilitación de innovación.

Salud en alma y cuerpo.

Servicios para toda la familia.

### 7.2.2 Definición del concepto

“Salud en alma y cuerpo”

Con la frase se refleja que la Clínica Kinesis quiere brindar una atención a las personas que necesitan su ayuda, ofreciéndoles una guía digital para darles a conocer todos los productos y servicios que ofrece.

### **7.3 Bocetaje**

Derivado del término italiano bozzetto, el concepto de boceto refiere al esquema o el proyecto que sirve de bosquejo para cualquier obra. Se trata de una guía que permite volcar y exhibir sobre un papel una idea general antes de arribar al trabajo que arrojará un resultado final. Es una ilustración esquemática que carece de detalles y en la mayoría de los casos, no posee terminaciones. Su objetivo es simbolizar ideas, pensamientos o conceptos, sin preocuparse por la estética. (Definicion.de, 2017)

# Bocetaje A

## Portada



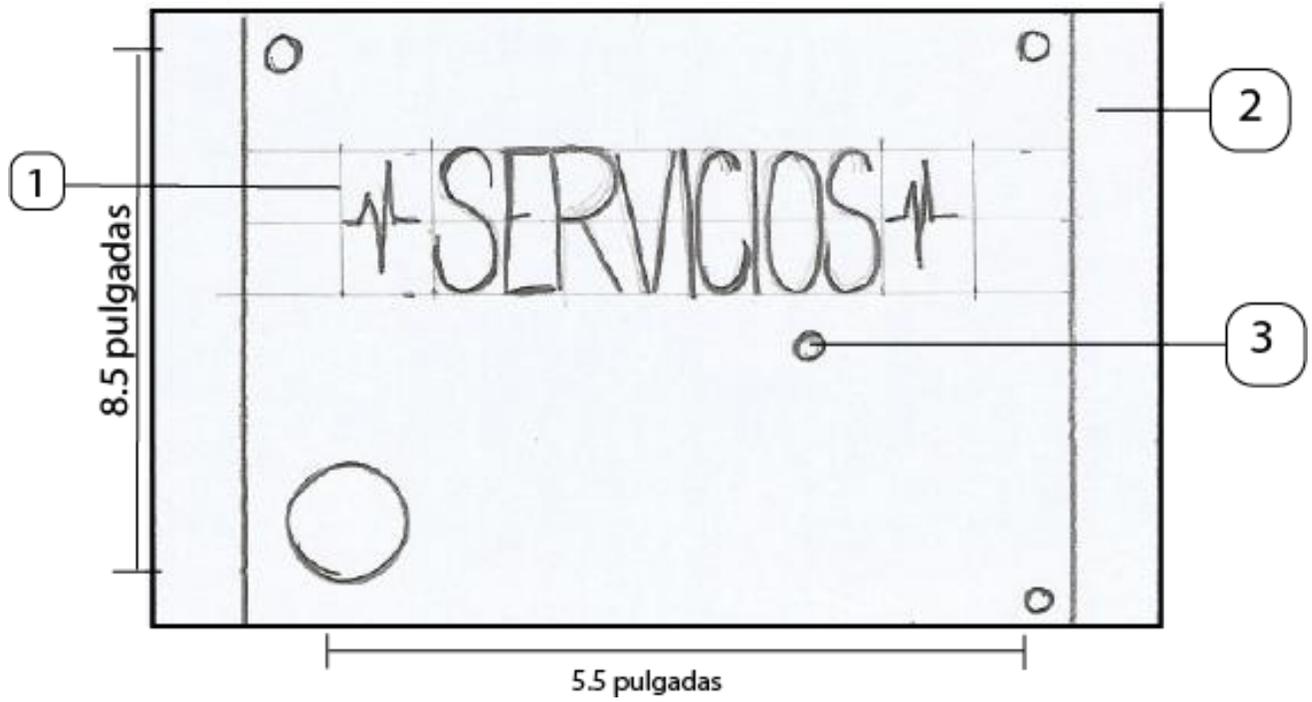
1. Logo kinesis
2. Paciente
3. Plecas color verde de cada lado
4. Fisioterapeuta
5. Mesa de doctor

## Misión



1. Iconos del ritmo del corazón en medio de la palabra misión
2. Plecas azules de cada lado
3. Círculos de colores de la línea gráfica de kinesis 3 azules y 4 verdes
4. Misión de kinesis

## Servicios



1. Iconos del ritmo del corazón en medio la palabra servicios
2. Placas azules de cada lado
3. Círculos de colores 3 azules y 2 verdes

## La mejor tecnología



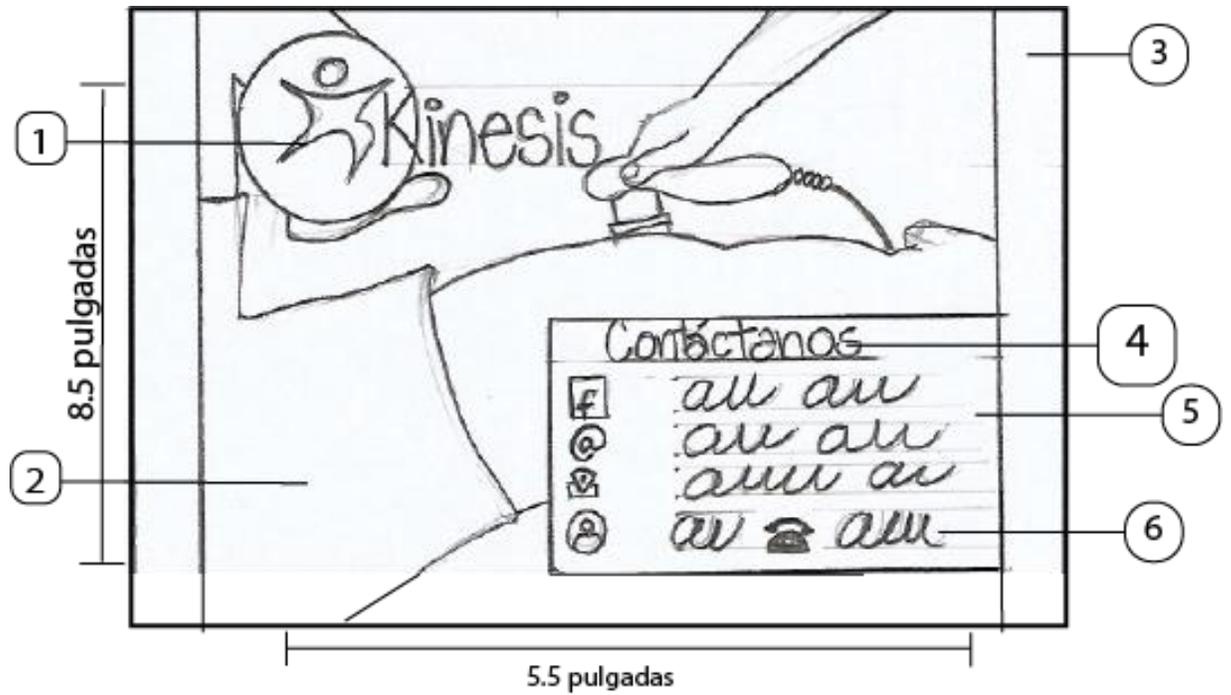
1. Título la mejor tecnología, tipo de letra Arial
2. Descripción del servicio
3. Imágenes ilustrativas de la mejor tecnología
4. Círculos de color verde

## Rehabilitación deportiva



1. Título de rehabilitación deportiva, tipo de letra Arial
2. Placa color azul
3. Sub-título el mejor cuidado
4. Descripción del servicio
5. Imágenes ilustrativas acerca de la rehabilitación deportiva
6. Círculos de color azul

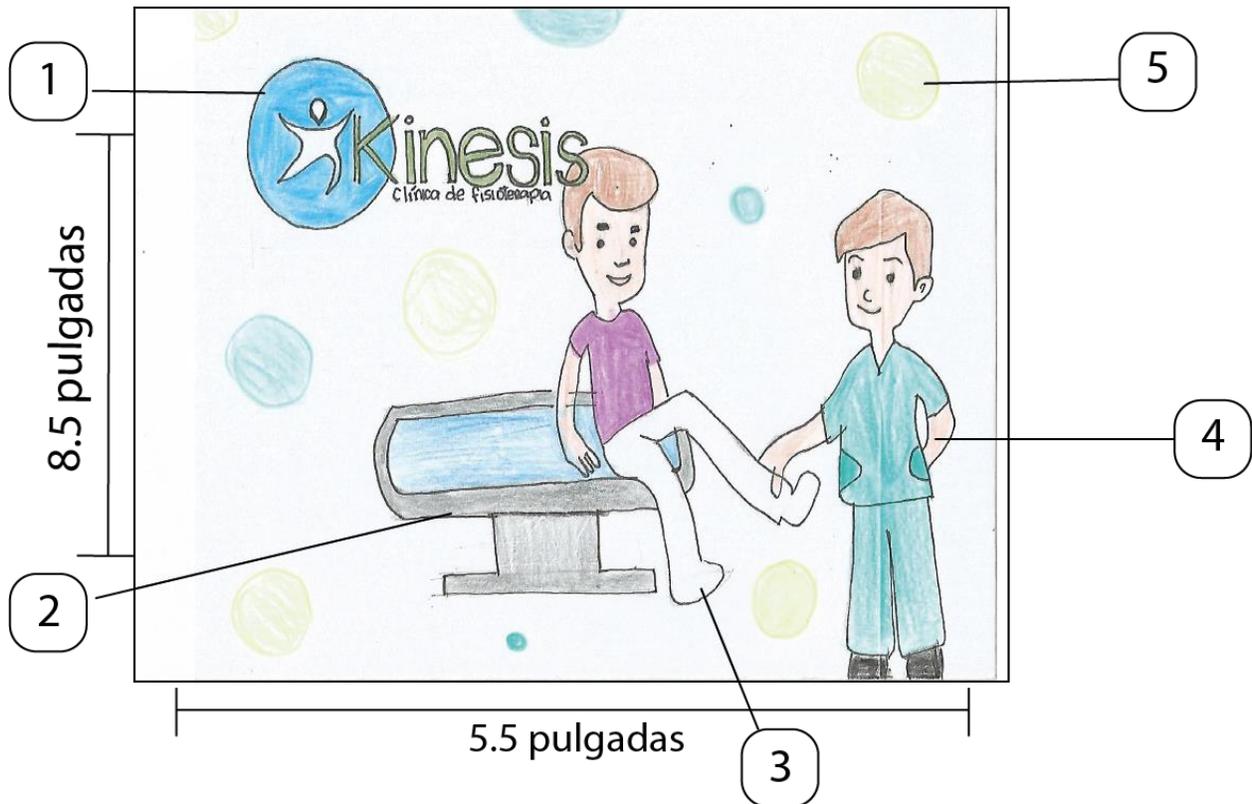
## Contraportada



1. Logo kinesis
2. Imagen ilustrativa de kinesis
3. Plecas verdes de cada lado
4. Título contáctanos, tipo de letra Arial
5. Información de kinesis con iconos
6. Pleca color blanca para resaltar la información de kinesis

### 7.3.1 Proceso de bocetaje formal

Portada A

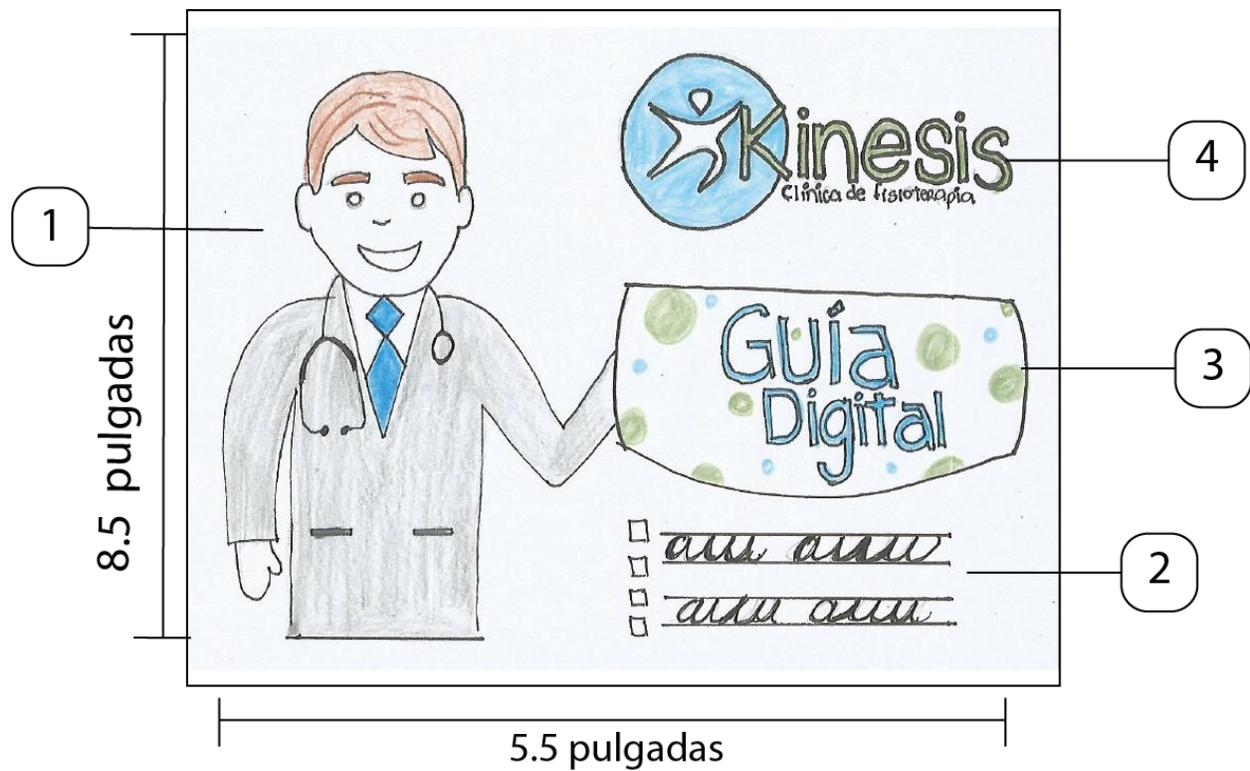


1. Logo Kinesis
2. Mesa de doctor
3. Paciente
4. Doctor
5. Círculos de los colores de la clínica

Descripción:

El objetivo de la portada es que los pacientes vean de qué se trata la guía digital y los productos y servicios que brinda.

## Portada B



1. Doctor sostiene un letrero que dice Guía Digital
2. Descripción de la guía
3. Texto de Guía digital
4. Logo Kinesis

### Descripción:

La portada enseñará visualmente qué es una guía digital, hace énfasis en el logo de la empresa y una pequeña descripción de lo que encontrarán en la guía.

## Índice



1. Círculo color celeste con el texto índice adentro.
2. Iconos de Facebook y de Instagram
3. Círculos en el fondo de colores del logo Kinesis.
4. Descripción de lo que encuentran en la guía digital
5. Iconos de ritmo de corazón

### Descripción:

Se utilizan los iconos de ritmo de corazón y colores que van de la mano con la línea gráfica de Kinesis.

## Misión

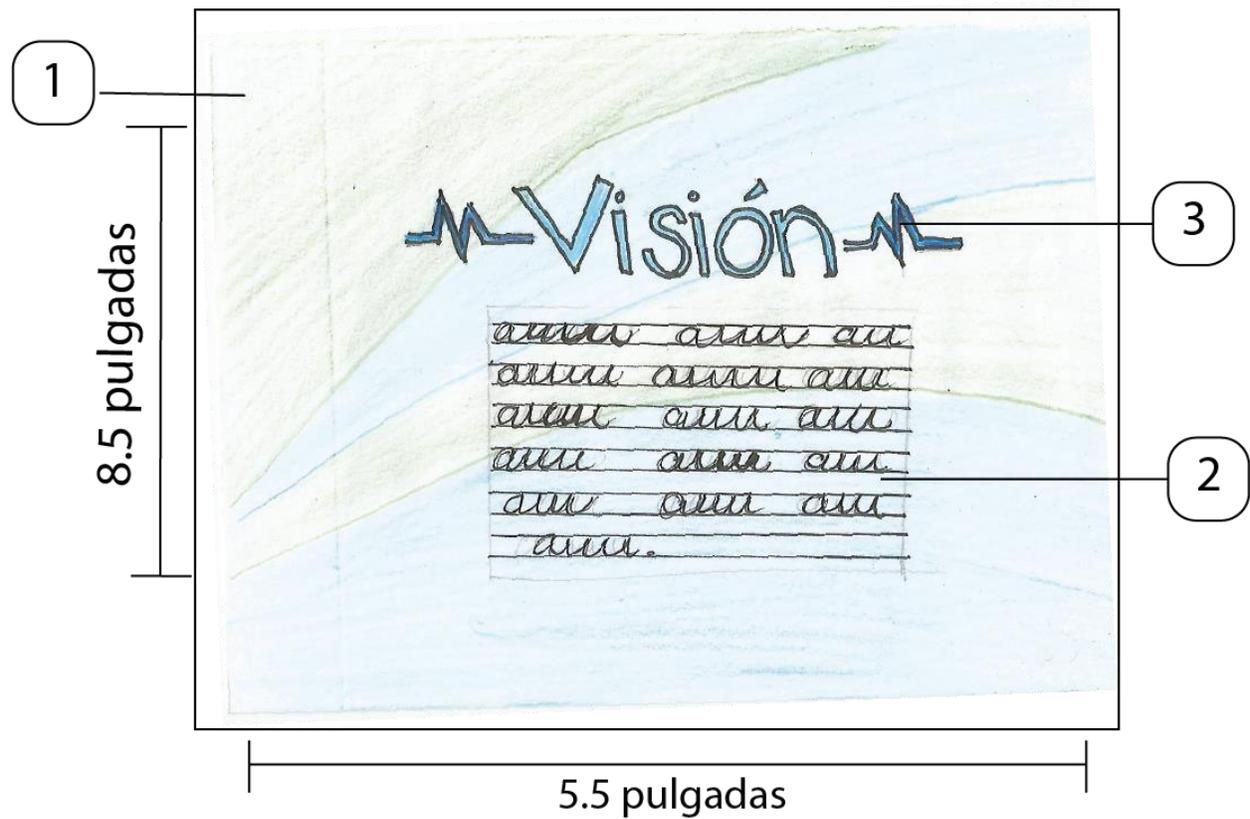


1. Círculos de colores de la línea gráfica Kinesis.
2. Misión de Kinesis
3. Iconos del ritmo del corazón en medio la palabra misión

### Descripción:

Por medio de los signos del ritmo del corazón se logra seguir con la línea gráfica y con los colores. Se implementan los círculos para llamar la atención del grupo objetivo.

Visión:

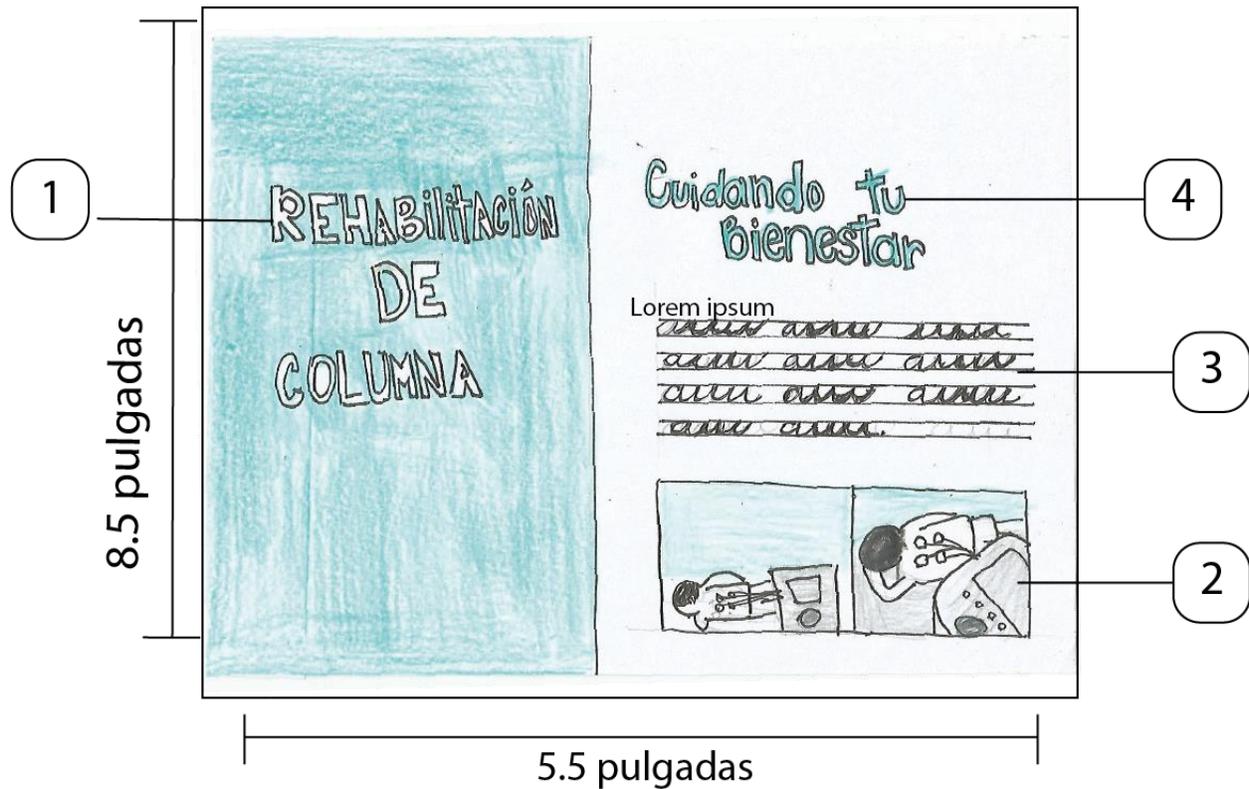


1. Fondo con líneas y colores de Kinesis
2. Texto de la visión
3. Iconos del ritmo del corazón con la palabra visión

Descripción:

Se utiliza Tipografía Arial para el título, ya que este es el que utilizan en el logo y los colores de fondo para llamar la atención y obtener más movimiento en la guía.

## Información de rehabilitación de columna

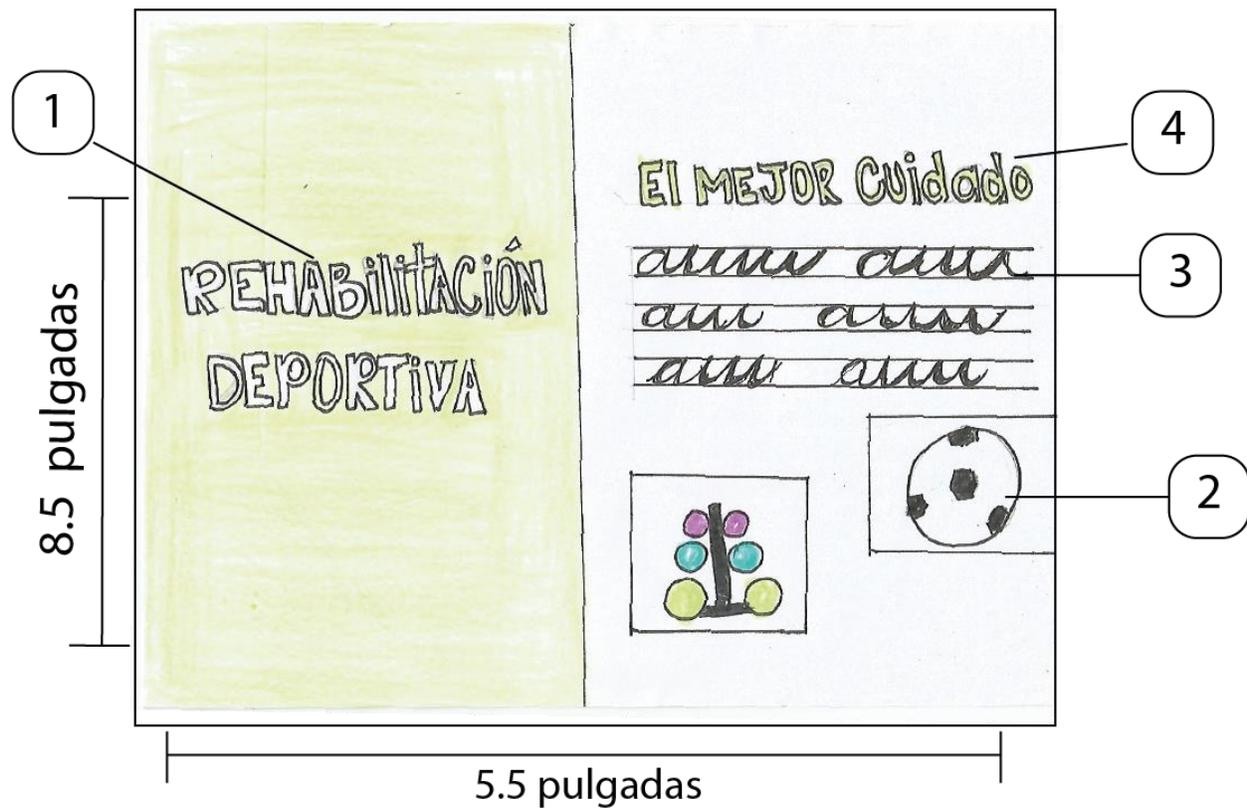


1. Título rehabilitación de columna, tipo de letra Arial
2. Imágenes ilustrativas acerca de la rehabilitación de columna
3. Descripción del servicio
4. Sub-título cuidado de tu bienestar, en color celeste

Descripción:

Un rectángulo en color celeste llama la atención, junto con el título de rehabilitación de columna y con las imágenes para demostrar cómo se logra la rehabilitación.

## Información de rehabilitación deportiva

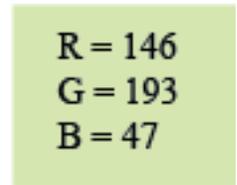
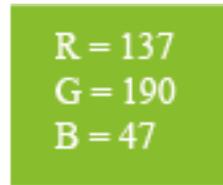
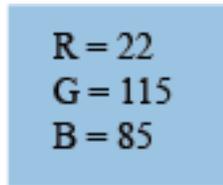
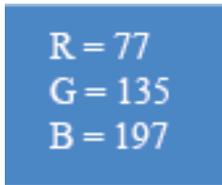


1. Rectángulo con texto dentro que dice rehabilitación deportiva
2. Imágenes deportivas, pesas y pelota.
3. Descripción de la rehabilitación deportiva.
4. Sub-título el mejor cuidado en color verde claro.

Descripción:

Con las imágenes y con los colores se logra entender la descripción del producto y lo que ofrecen.

Paleta de color



Prueba tipográfica

**Arial**

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ

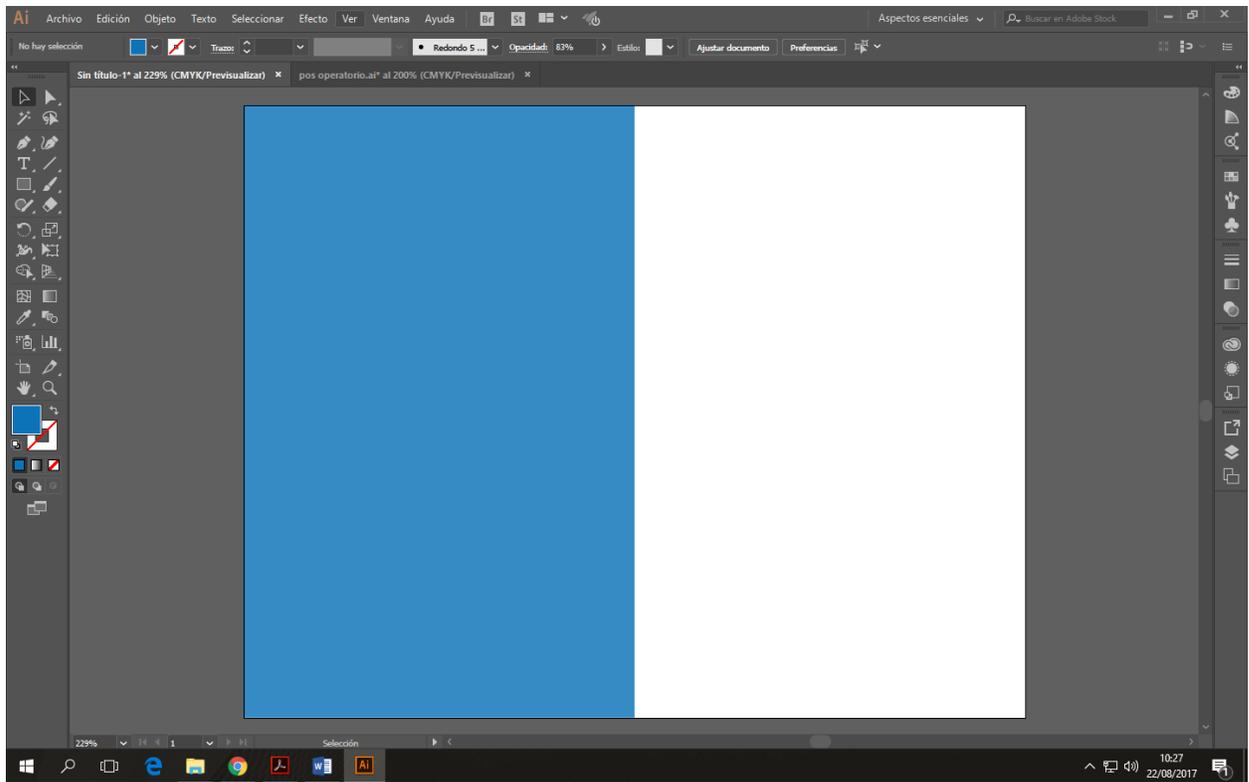
**Minion Pro**

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

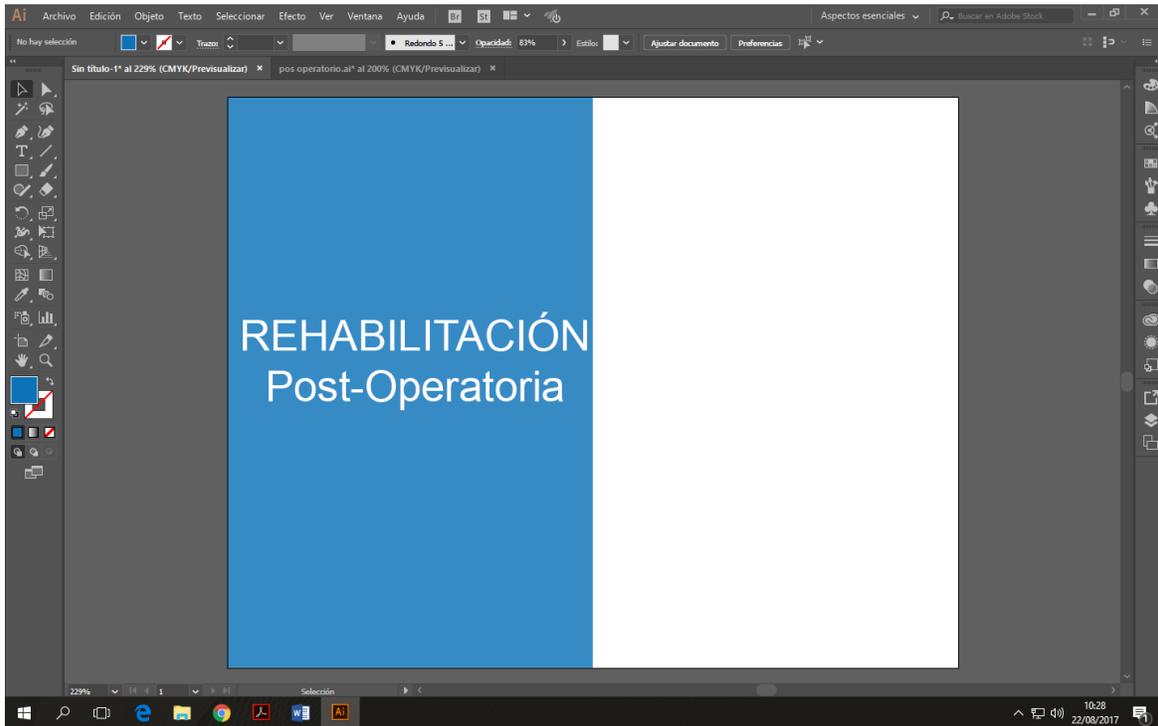
ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ

## 7.3.2. Proceso de digitalización de los bocetos:

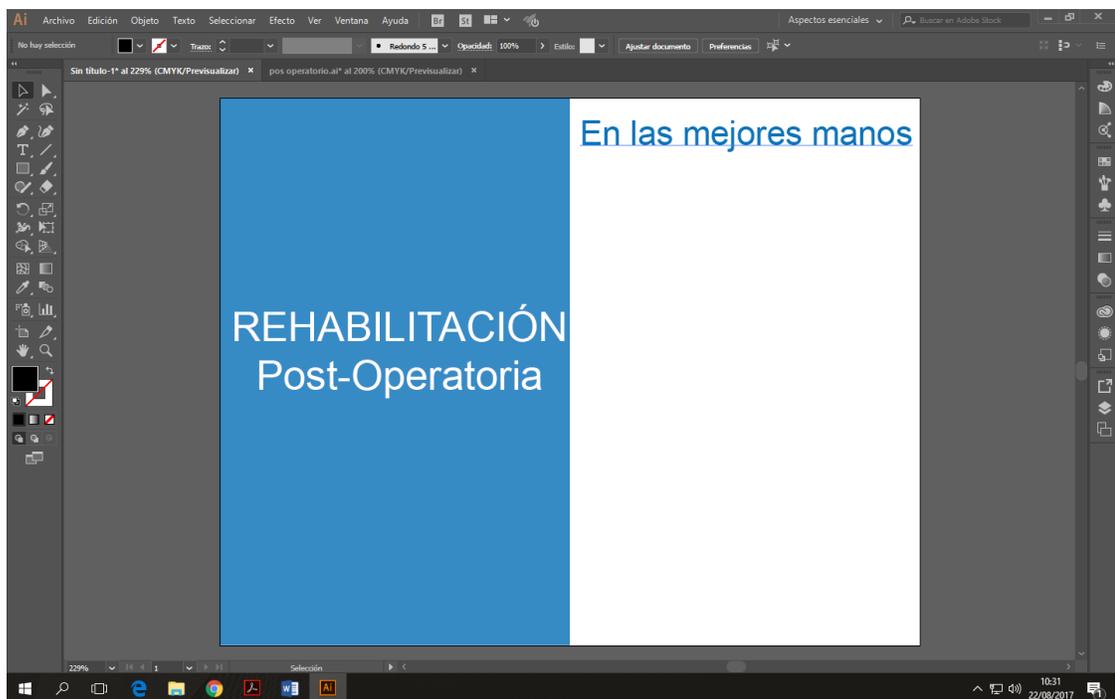
### 1. página 11



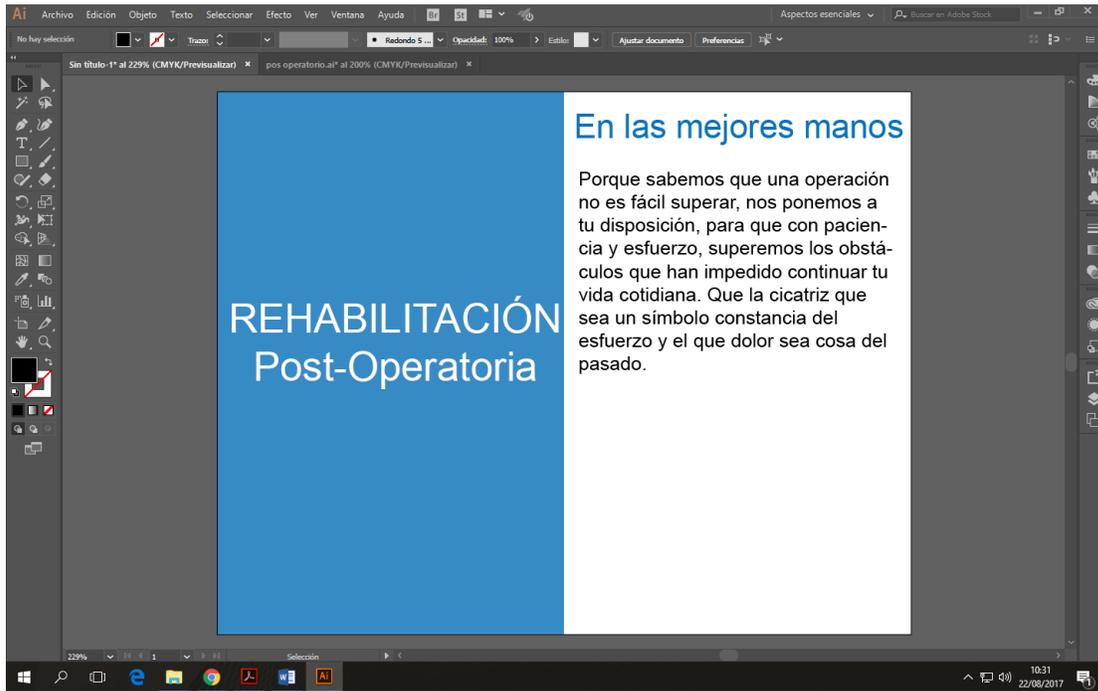
## 2. página 11



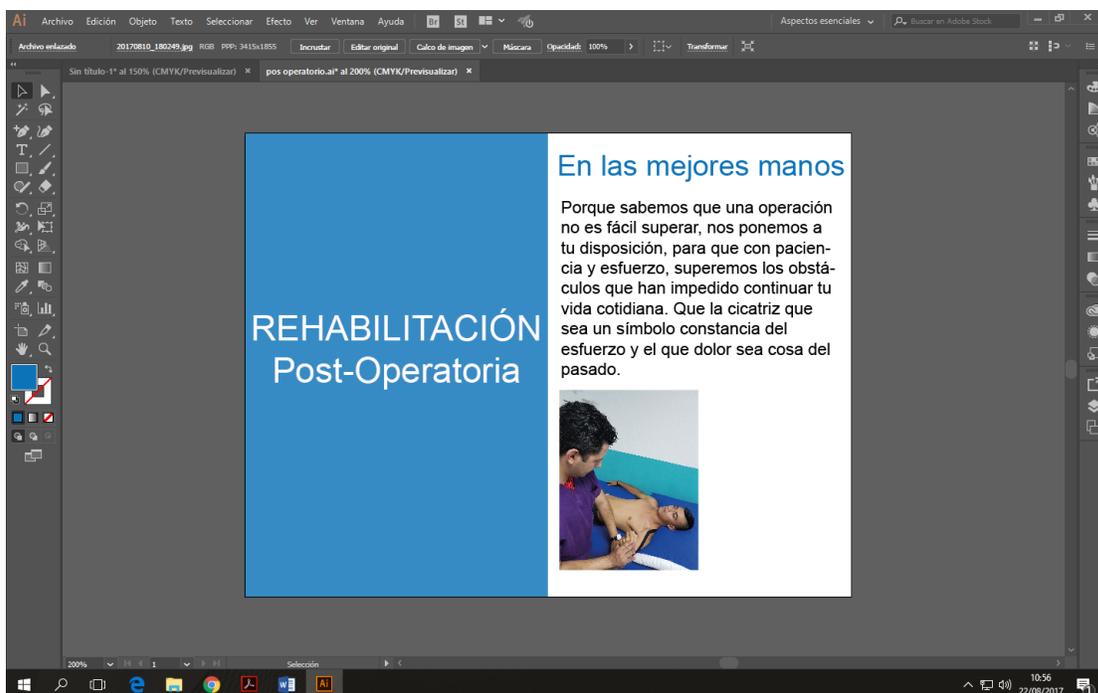
## 3.



#### 4. página 11



#### 5.



## 6. página 11



## 7.



## Identificación de pasos

- 1) Etapa inicial de digitalización, se coloca un cuadro de color celeste.
- 2) Texto en Arial.
- 3) Sub-título En las mejores manos.
- 4) Definición del servicio.
- 5) Agrega una imagen.
- 6) Se agrega otra imagen para identificar el servicio.
- 7) Se justifica el texto por medio de indesign

## 7.4 Propuesta preliminar

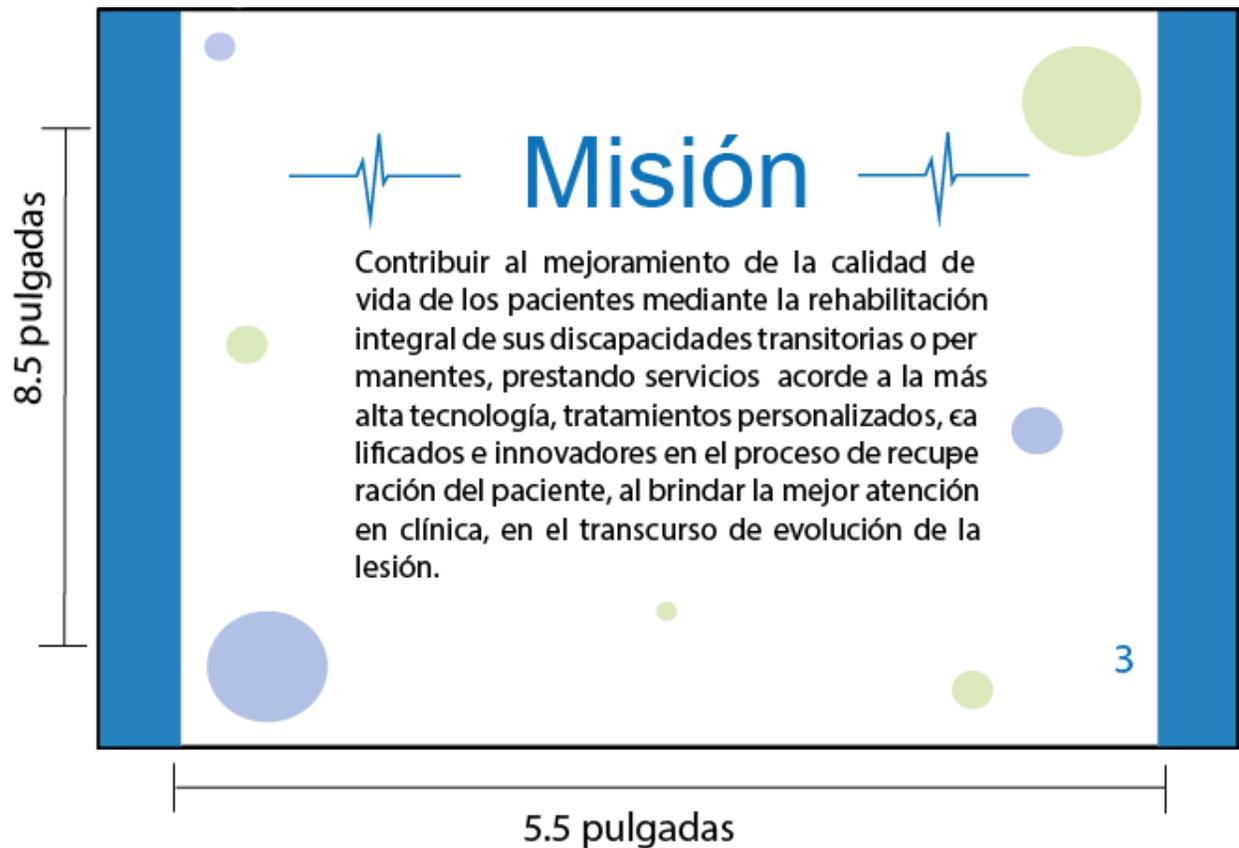
Portada



Descripción:

En la portada se coloca una imagen del psicoterapeuta cuando brinda una terapia, con el objetivo de demostrar los servicios que ofrece la Clínica Kinesis.

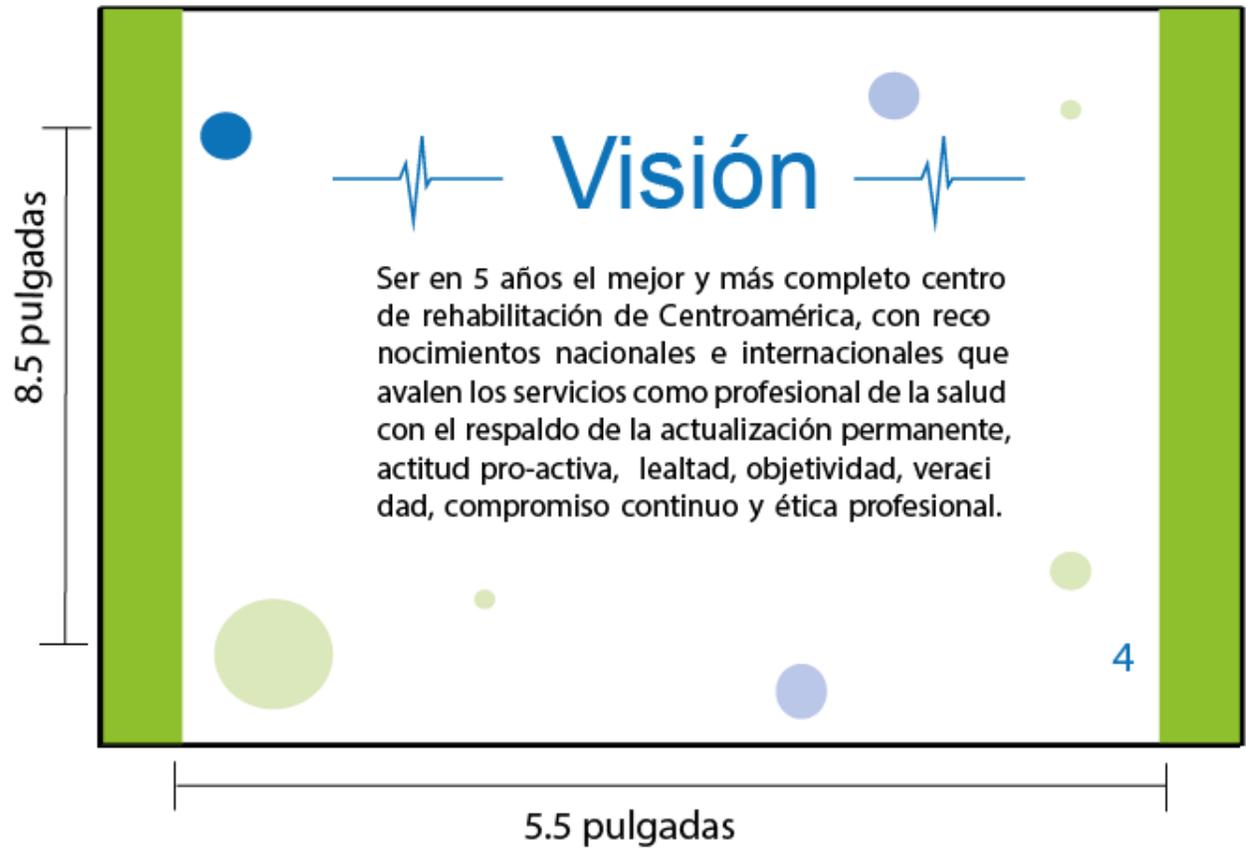
Misión:



Descripción:

Se agrega la visión de Kinesis para dar a conocerlos, se utilizó Tipografía Arial para el título.

Visión:



Descripción

Se describe la visión de Clínica Kinesis, ya que es importante para el cliente.

## Rehabilitación post-operatoria

8.5 pulgadas

REHABILITACIÓN  
POST-OPERATORIA

En las mejores manos

Porque sabemos que una operación no es fácil superar, nos ponemos a tu disposición, para que con paciencia y esfuerzo, superemos los obstáculos que han impedido continuar tu vida cotidiana. Que la cicatriz sea un símbolo constante del esfuerzo y el que dolor sea cosa del pasado



12

5.5 pulgadas

### Descripción

Se coloca el título de rehabilitación post-operatoria con tipografía Arial y una breve descripción de lo que se trata y fotografías ilustrativas.

La mejor tecnología:

8.5 pulgadas

LA MEJOR  
TECNOLOGÍA

Se cuenta con el equipo de más alta tecnología BTL de última generación como:

- Ultrasonido
- Electro Estimulo
- Laser
- Onda De Choque
- Magnetoterapia

6

5.5 pulgadas

Descripción:

Se describe el equipo y ejercicios que realizan en la clínica Kinesis con el título “La mejor tecnología”

## Rehabilitación de columna

8.5 pulgadas

# REHABILITACIÓN DE COLUMNA

### Cuidamos tu bienestar

EL papel en el tratamiento del dolor de espalda es el de reducir el dolor y mejorar tu capacidad funcional al permitir que este pueda incorporarse al trabajo y desarrollar una vida normal. La fisioterapia tiene además una labor preventiva con un objetivo de mejora de la capacidad del paciente para manejar el problema de espalda y evitar que este aparezca de nuevo.



10

5.5 pulgadas

### Descripción:

Se da a conocer con una breve descripción del tratamiento de rehabilitación de columna para guiar al cliente acerca del problema, se colocan 2 fotografías.

## Rehabilitación deportiva

8.5 pulgadas

# REHABILITACIÓN DEPORTIVA

### El mejor cuidado

Es importante destacar que una lesión deportiva puede llegar a frenar tu pasión o incluso tu carrera deportiva, por eso es importante chequearte con el mejor equipo para un tratamiento RÁPIDO y EFICAZ que te permita reanudar tu ejercicio lo mas pronto posible, sin perder el tiempo con dolores innecesarios.



11

5.5 pulgadas

Descripción:

Se describe la rehabilitación deportiva y se adjuntan 3 fotografías para describir el servicio.

Productos:



Descripción:

Se coloca el título “productos”, colocado en el centro de la página en donde se visualizan los diferentes productos que ofrece.

## Servicios



### Descripción:

Se indica en esta página el titular de “servicios”, que indica los diferentes artículos que brinda la clínica.

## Sub- Servicios



### Descripción:

Se coloca el título de sub-servicios en medio de la página con círculos alrededor, que indica lo que Clínica Kinesis ofrece.



# • Capítulo VIII

## **Capítulo VIII: Validación técnica**

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

La herramienta a utilizar es una encuesta de respuestas dicotómicas que se aplicará al cliente, 20 hombres y mujeres del grupo objetivo y a 4 expertos en el área de comunicación y diseño.

### **8.1 Población y Muestreo**

- Población: Es un conjunto de seres vivos de una especie que habita en un determinado lugar. Se utiliza también para referirse al conjunto de viviendas, de forma similar al término “localidad”. Procede del latín *populatio*, -ōnis

- Muestra: Es una porción de la totalidad de un fenómeno, producto o actividad que se considera representativa del total también llamada una muestra representativa.

Para evaluar la propuesta es necesario validar el proyecto, por ello se toma en cuenta 3 grupos: El cliente, grupo objetivo y expertos en comunicación y diseño. El número de encuestados es de 25 personas.

- Cliente: Bryan Pacheco.

- Grupo objetivo: 20 hombres y mujeres que son médicos con especialidades en: Traumatología, ortopedia, cirugía, geriatría, cardiología, neurología e internistas entre las edades de 40 a 70 años de edad

- Expertos:

Licenciado Rolando Barahona.

Licenciado David Castillo.

Licenciada Karla López.

Licenciado Marlon Borrayo

## **8.2 Método e Instrumentos**

El método a utilizar es una entrevista donde se aplicará una encuesta con 15 preguntas con respuestas dicotómicas de: Sí o no. Esta encuesta se divide en 3: Parte objetiva, parte semiológica y parte operativa.

En la parte objetiva se evalúan aspectos acerca de los objetivos del proyecto, en esta se encuentran 4 preguntas con respuestas dicotómicas de Sí-No.

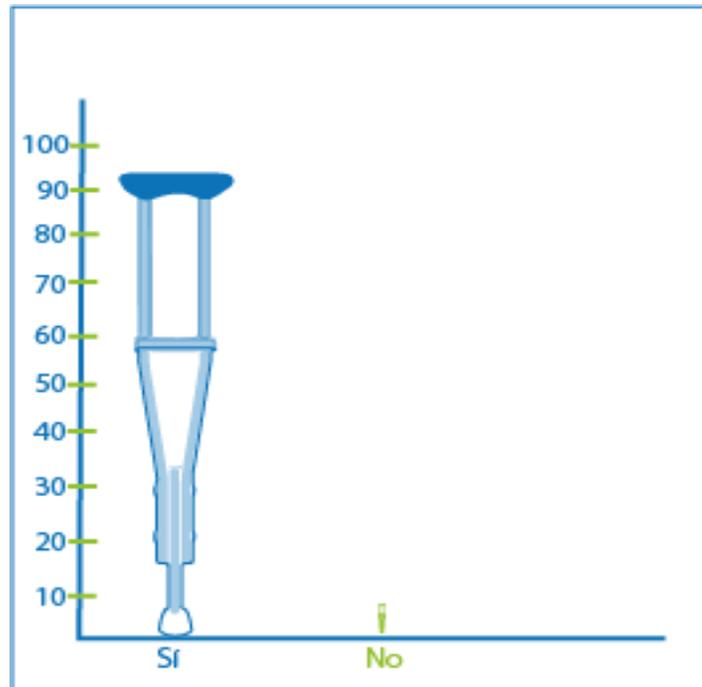
En la parte semiológica se evaluarán los elementos gráficos como colores, tipografías, diagramación y fotografías, en esta se encuentran 5 preguntas con respuestas dicotómicas de Sí-No.

En la parte operativa se evaluará la funcionalidad de la guía digital. En esta se encuentran 6 preguntas con respuestas dicotómicas de Sí-No.

### 8.3 Resultados e interpretación de resultados

#### Parte objetiva

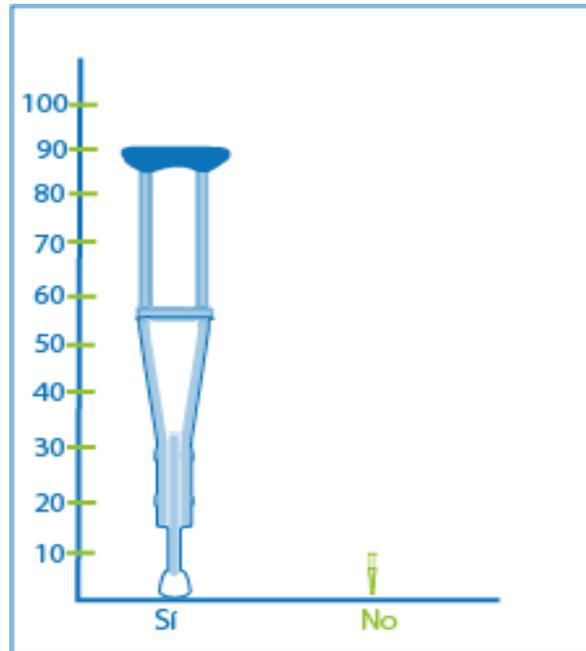
1. ¿Considera necesario diseñar una guía digital para dar a conocer a traumatólogos, ortopedistas, cirujanos, geriatras, cardiólogos, neurólogos e internistas los productos y servicios de medicina física y rehabilitación?



Interpretación: El 96% de los encuestados considera necesario diseñar una guía digital para dar a conocer a traumatólogos, ortopedistas, cirujanos, geriatras, cardiólogos, neurólogos e internistas los productos y servicios de medicina física y rehabilitación. El 4%, no, por lo que se cumple el objetivo general.

### 8.3 Resultados e interpretación de resultados

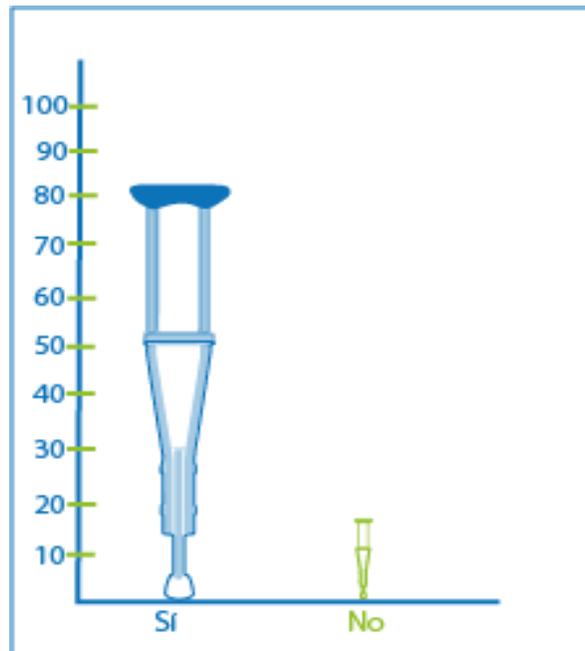
2. ¿Es esencial investigar acerca de diseño editorial digital para obtener ideas concretas que mejoren las propuestas del proyecto?



Interpretación: El 92% considera esencial investigar acerca de diseño editorial digital para obtener ideas concretas que mejoren las propuestas del proyecto. El 8%, no, por lo que se cumple el primer objetivo específico.

### 8.3 Resultados e interpretación de resultados

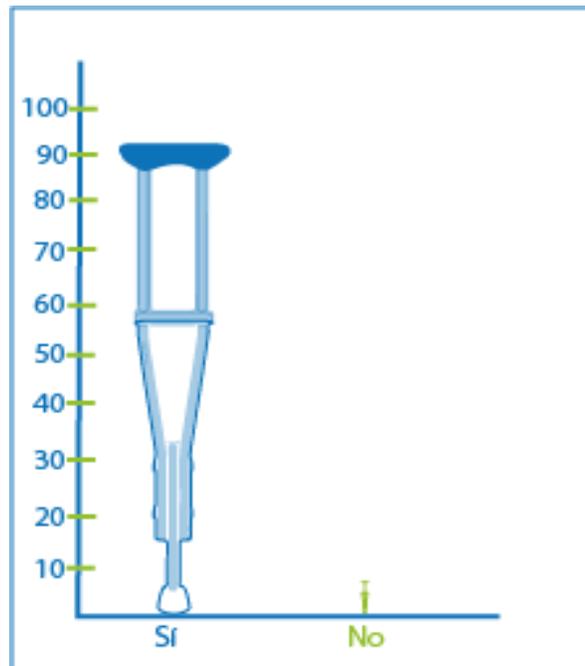
3. ¿Considera usted que sea importante recopilar información acerca de la comunicación y semiología de la imagen para analizar la forma adecuada de trasladar el mensaje con los símbolos e iconos que faciliten la percepción del grupo objetivo?



Interpretación: El 84% considera importante recopilar información acerca de la comunicación y semiología de la imagen para analizar la forma adecuada de trasladar el mensaje con los símbolos e iconos que faciliten la percepción del grupo objetivo. El 16%, no, por lo que se cumple el segundo objetivo específico.

### 8.3 Resultados e interpretación de resultados

4. ¿Considera usted que es necesario fotografiar los servicios que ofrece la Clínica Kinesis, para incluir imágenes de pacientes rehabilitándose y así poder visualizar los programas personalizados en la guía digital?

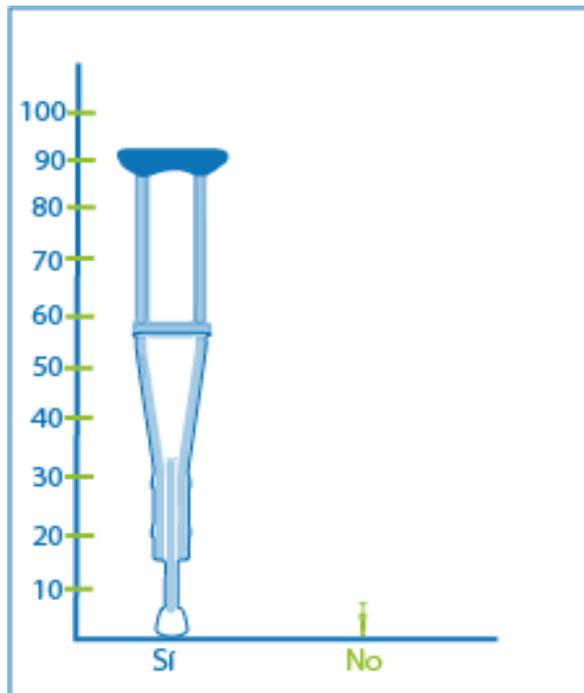


Interpretación: El 92% considera necesario fotografiar los servicios que ofrece la Clínica Kinesis, para incluir imágenes de pacientes rehabilitándose y así visualizar los programas personalizados en la guía digital. El 8%, no, por lo que se cumple el tercer objetivo específico.

### 8.3 Resultados e interpretación de resultados

#### Parte semiológica

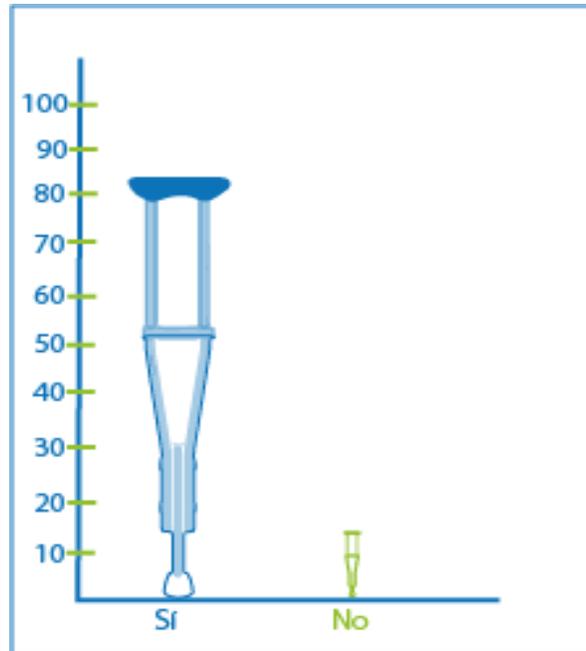
5. ¿Considera adecuadas las tipografías utilizadas en la guía digital?



Interpretación: El 92% de personas encuestadas considera adecuadas las tipografías utilizadas en la guía digital. El 8%, no las considera adecuadas.

### 8.3 Resultados e interpretación de resultados

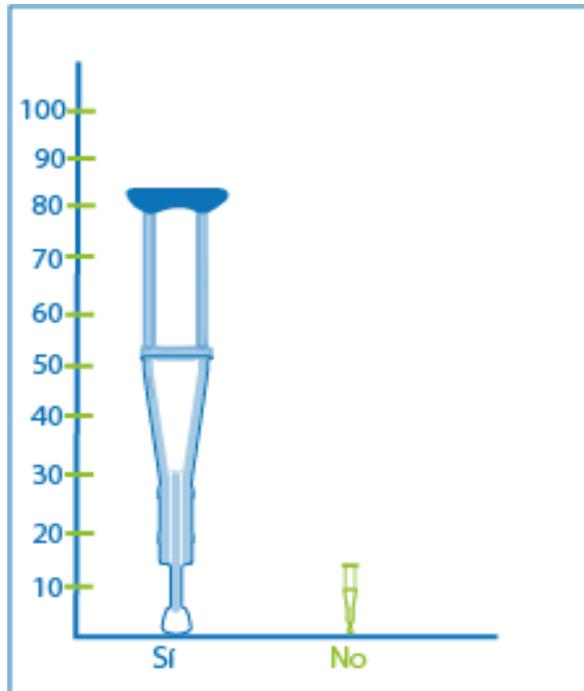
6. ¿Según su criterio las fotografías utilizadas en la guía digital han sido colocadas correctamente?



Interpretación: El 88% considera que las fotografías utilizadas en la guía digital han sido colocadas correctamente. El 12% no está de acuerdo.

### 8.3 Resultados e interpretación de resultados

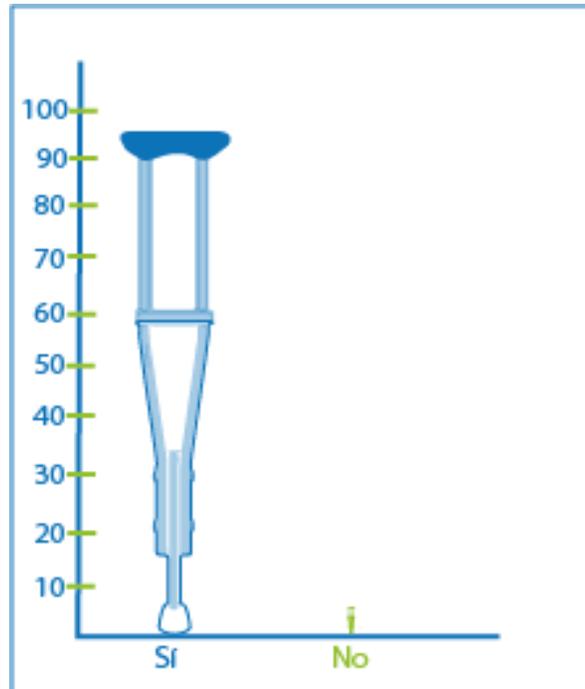
7. ¿Considera que la diagramación de la guía digital es la adecuada?



Interpretación: El 88% considera la diagramación de la guía digital es la adecuada. El 12% no considera adecuada la diagramación de la guía digital.

### 8.3 Resultados e interpretación de resultados

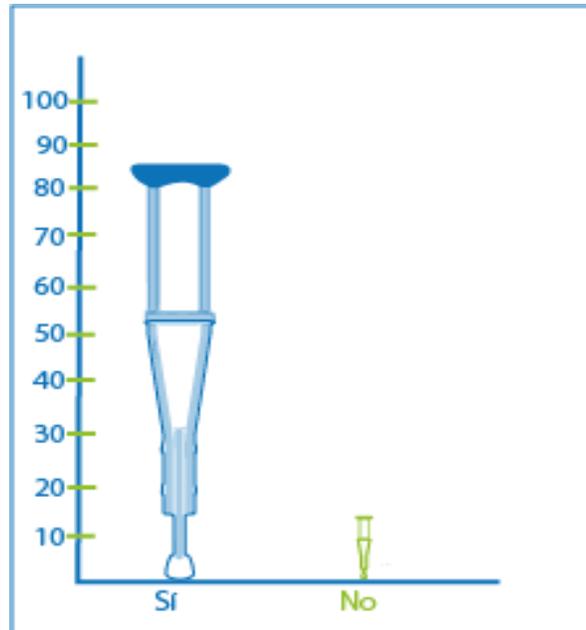
8. ¿Considera que la tipografía utilizada en la guía digital es legible al lector?



Interpretación: El 96% considera que la tipografía utilizada en la guía digital es legible al lector. El 4% no cree que es legible al lector.

### 8.3 Resultados e interpretación de resultados

9. ¿A su criterio los colores utilizados en la guía digital son atractivos y acordes al producto?

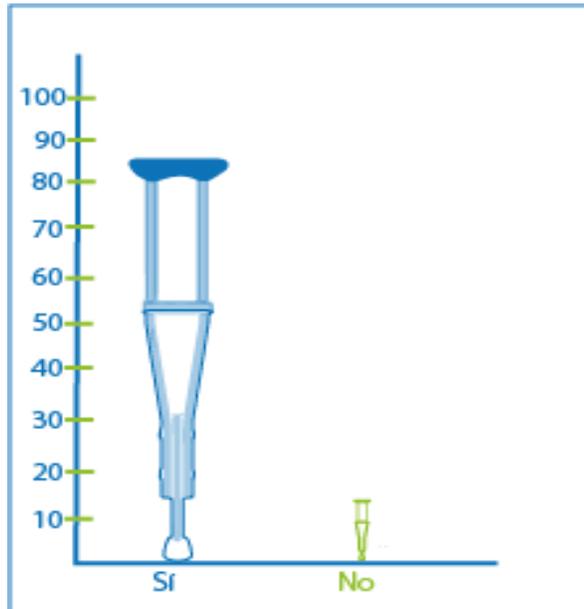


Interpretación: El 88% de personas encuestadas considera los colores utilizados en la guía digital son atractivos y acordes al producto. El 12% no considera acordes los colores de la guía digital.

### 8.3 Resultados e interpretación de resultados

Parte operativa

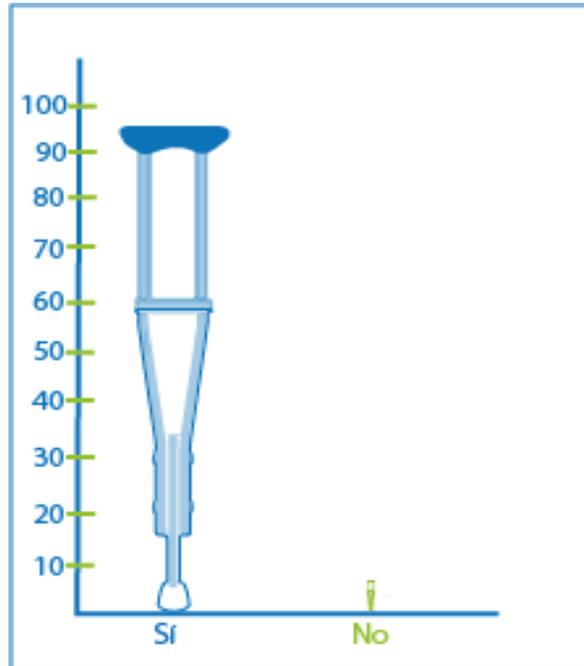
10. ¿Considera apropiada las medidas 8.5 x 5.5 pulgadas de la guía digital?



Interpretación: El 88% considera apropiada la medida 8.5 x 5.5 pulgadas de la guía digital. El 12% no considera apropiadas esas medidas.

### 8.3 Resultados e interpretación de resultados

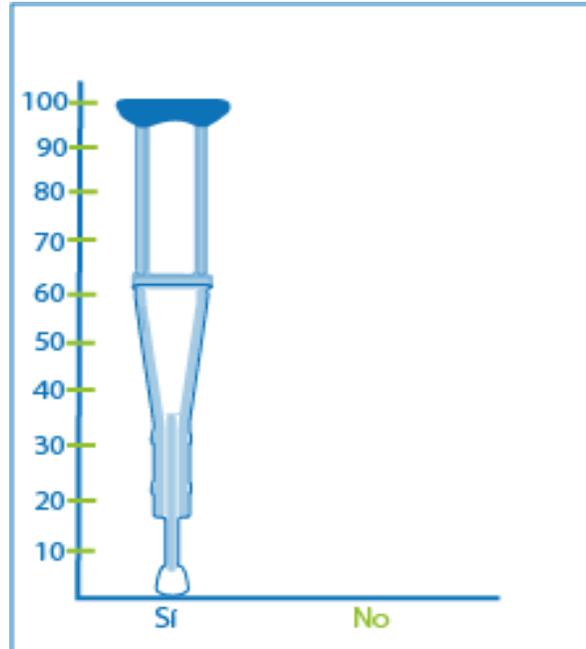
11. ¿Considera que la portada de la guía digital es adecuada?



Interpretación: El 96% de las personas encuestadas considera que la portada de la guía digital es la adecuada. El 4% no cree que la portada sea la adecuada.

### 8.3 Resultados e interpretación de resultados

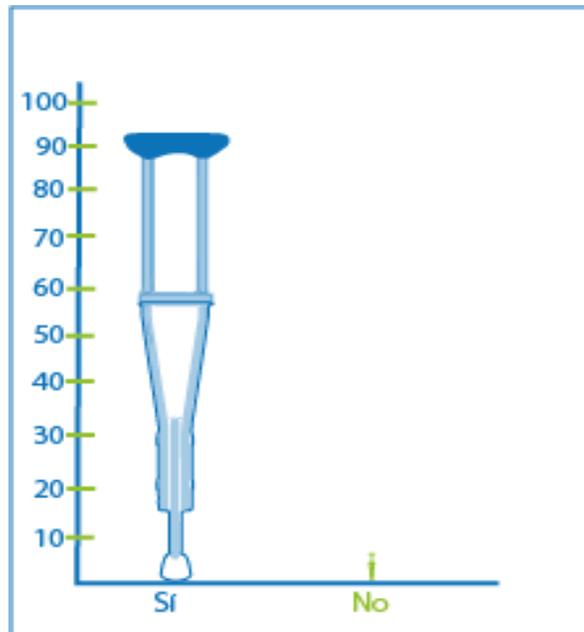
12. ¿Considera adecuado el funcionamiento de la guía digital?



Interpretación: El 100% de las personas considera adecuado el funcionamiento de la guía digital.

### 8.3 Resultados e interpretación de resultados

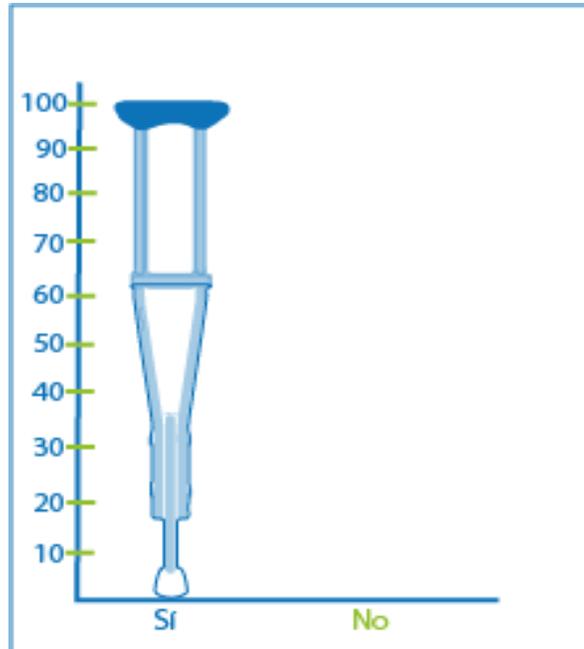
13. ¿Considera adecuada la tipografía en los títulos?



Interpretación: El 92% considera adecuada la tipografía en los títulos. El 8% no la considera adecuada.

### 8.3 Resultados e interpretación de resultados

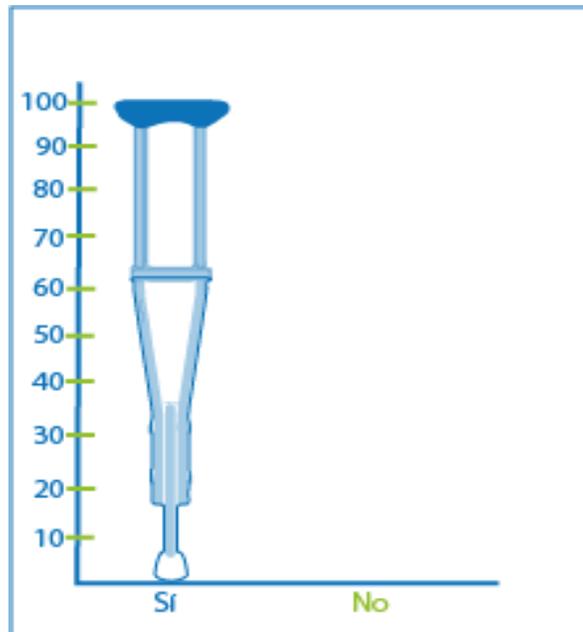
14. ¿Las fotografías ayudan a comprender los textos?



Interpretación: El 100% de las personas encuestadas consideran que las fotografías ayudan a comprender los textos.

### 8.3 Resultados e interpretación de resultados

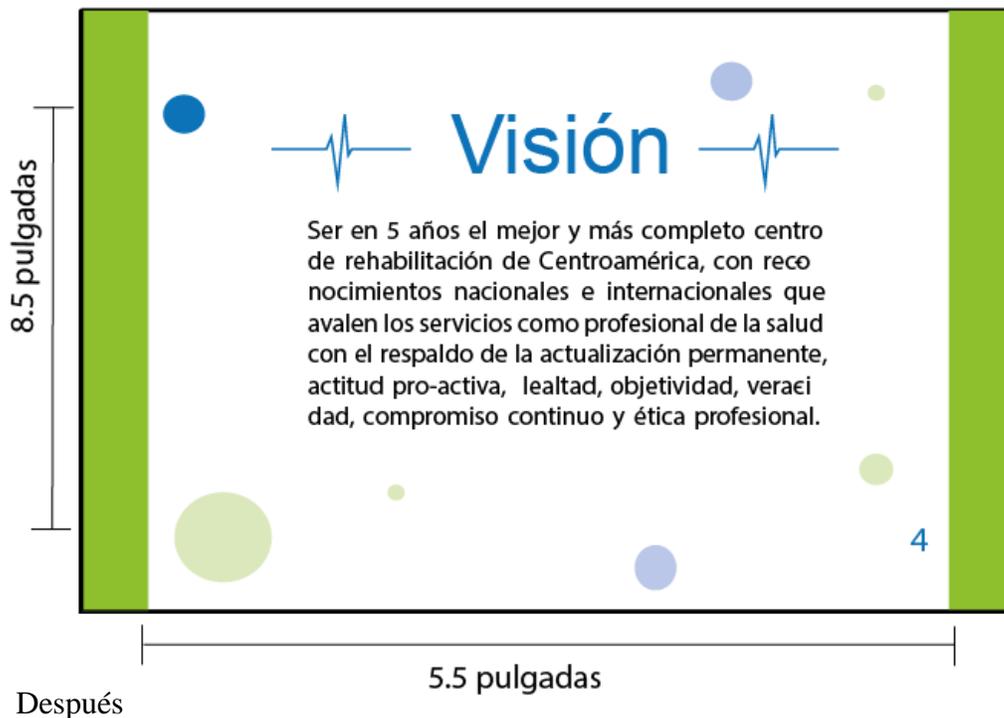
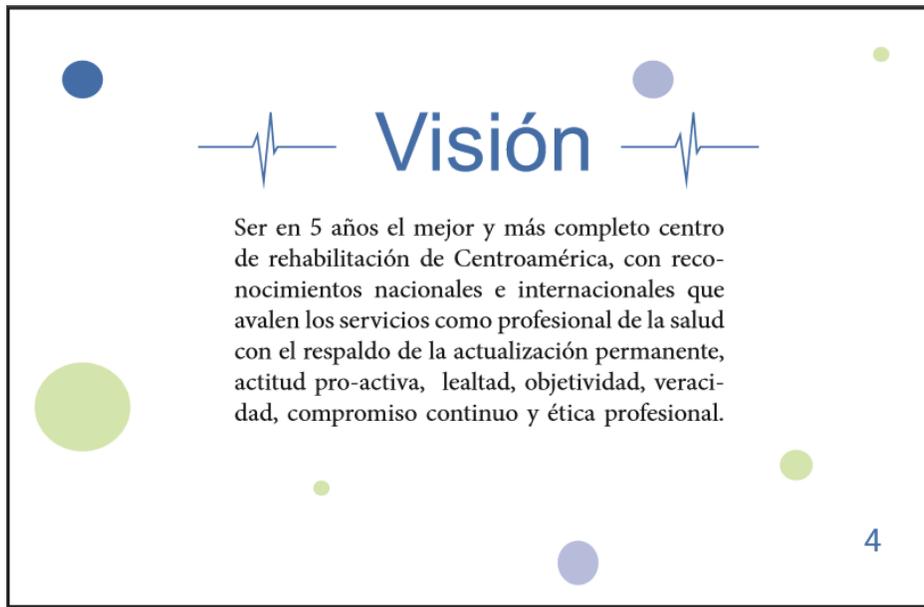
15. ¿Considera que la información de la guía digital es clara?



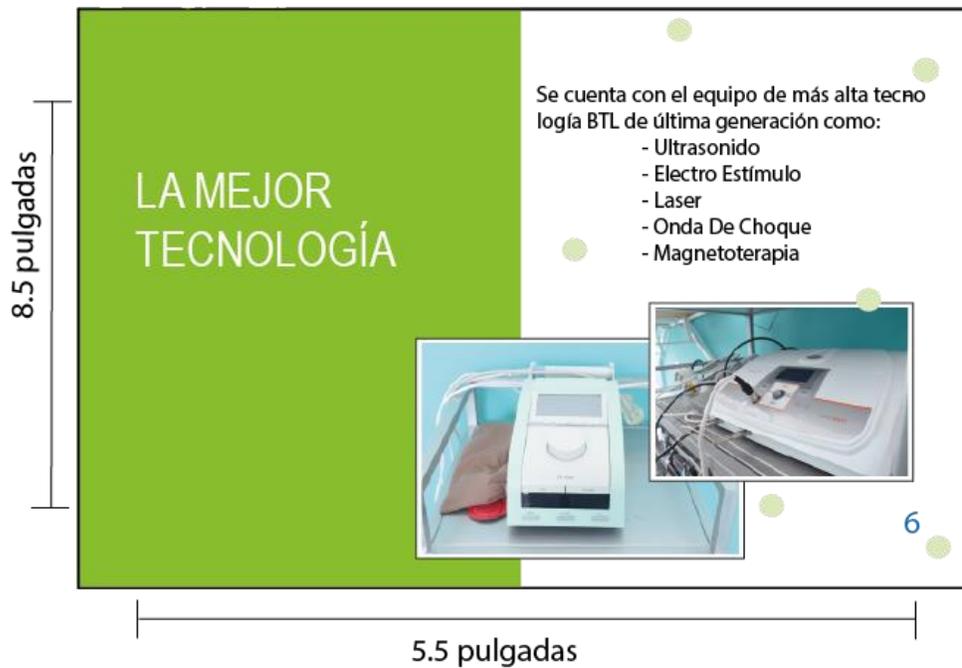
Interpretación: El 100% de las personas encuestadas considera que la información de la guía digital es clara.

## 8.4 Cambios con base a los resultados

Antes: Visión



1. Se aumenta el tamaño de la numeración de las páginas.
2. Se cambia la tipografía de visión a Arial.



Después

1. Las imágenes se colocan en recuadros para que las fotografías no se vean desordenadas.
2. Se agregan guiones para que el grupo objetivo lea las diferentes opciones de la clínica.

Antes: Página 9



Después



1. Se cambia la tipografía Arial mayúsculas para establecer uniformidad en los títulos.
2. Se cambian las mayúsculas.

### 3. Contraportada: Antes



Después



Justificación:

1. En la contraportada se aumenta el tamaño del logo de la Clínica Kinesis.
2. Se agregan íconos con la información de la clínica.



# Capítulo IX

## Capítulo IX

### Propuesta gráfica final

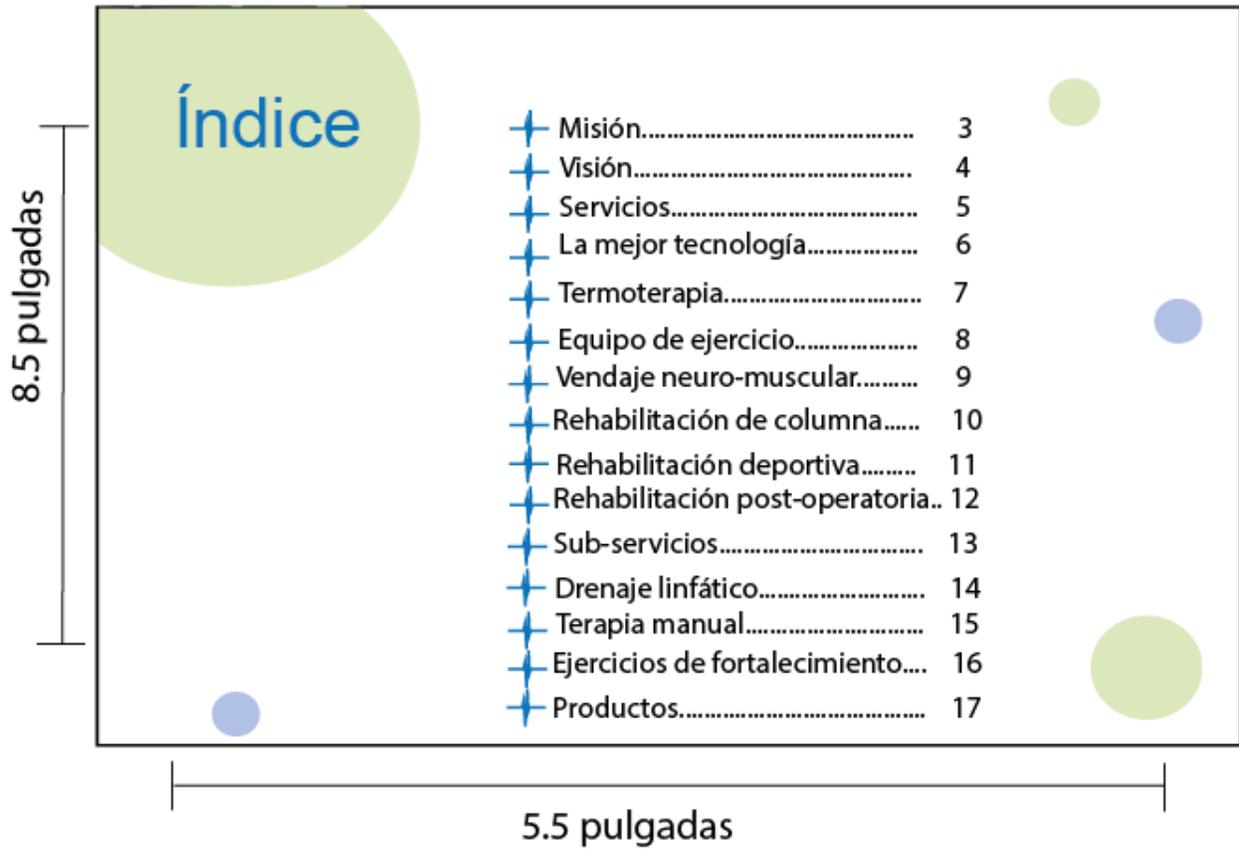
Portada



Justificación:

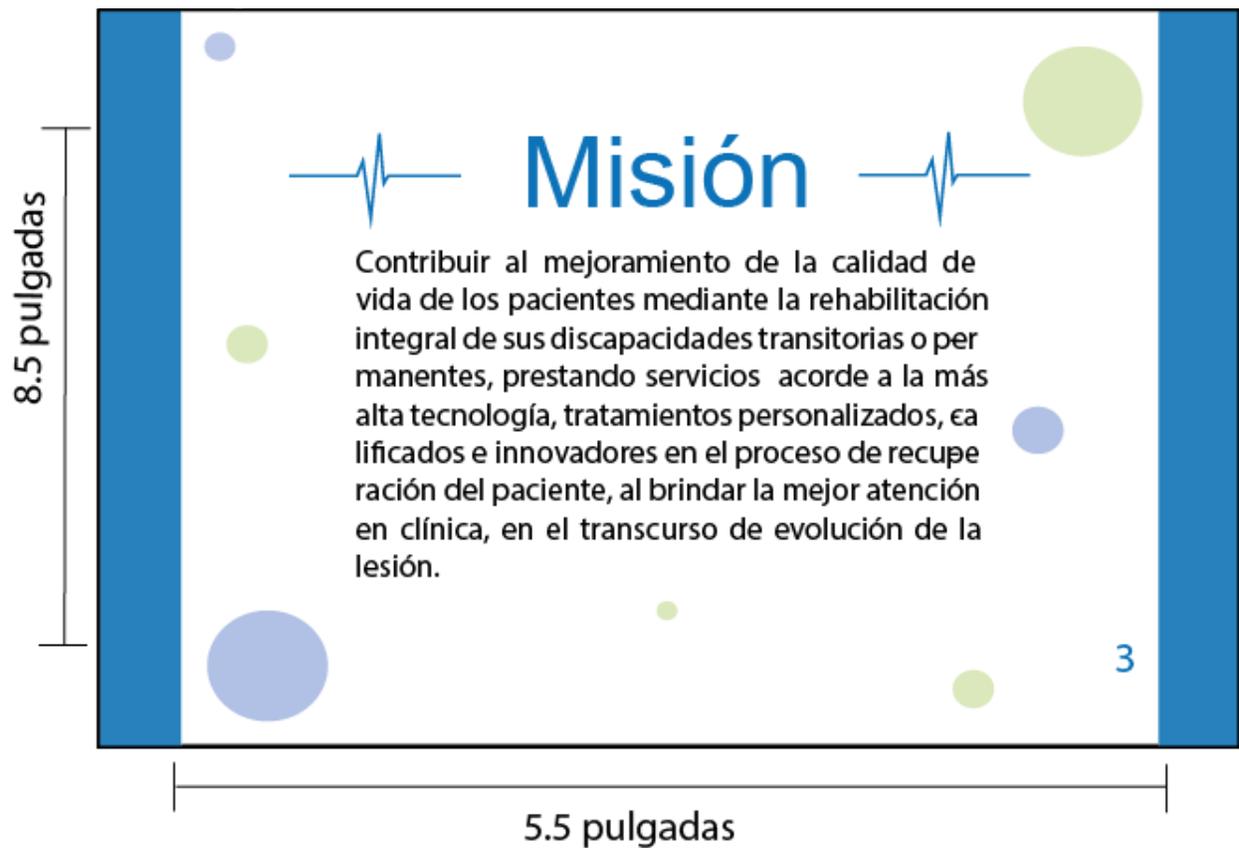
- Se coloca el logotipo de la empresa y una imagen que resalta la idea del contenido de la guía digital y los colores de la clínica.

Índice



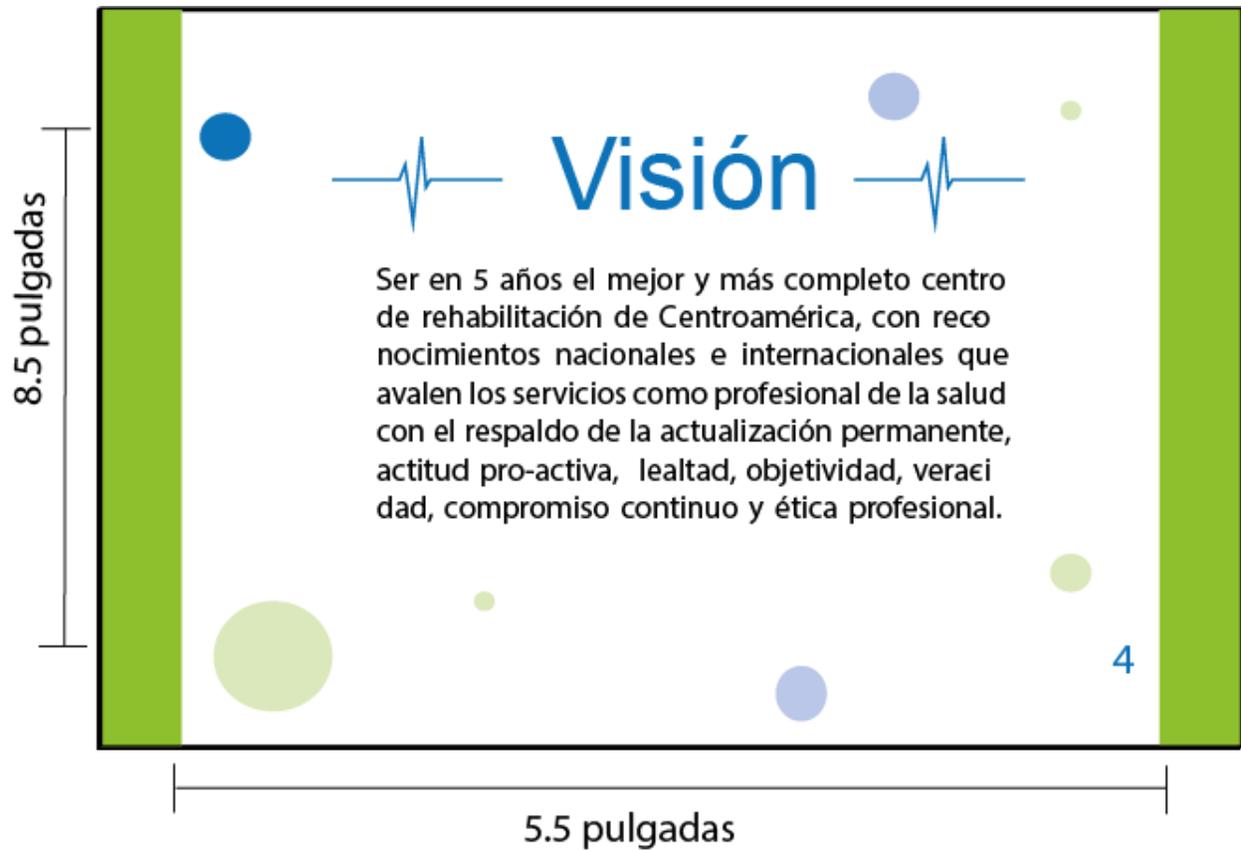
Justificación:

- Se incorporan todos los servicios y producto que la Clínica Kinesis ofrece.



Justificación:

- Se describe la misión de la Clínica Kinesis.



Justificación:

- Se describe la visión de la Clínica Kinesis.



Justificación:

- Se agrega una página con el título servicios para tener comodidad sobre la lectura de la guía digital.

8.5 pulgadas

LA MEJOR  
TECNOLOGÍA

Se cuenta con el equipo de más alta tecnología BTL de última generación como:

- Ultrasonido
- Electro Estímulo
- Laser
- Onda De Choque
- Magnetoterapia

6

5.5 pulgadas

Justificación:

- Se describe la tecnología con la que cuenta la Clínica y se integran imágenes para mejor entendimiento.

8.5 pulgadas

TERMOTERAPIA

- Termoterapia (CALOR)
- Crioterapia (FRÍO)

7

5.5 pulgadas

Justificación:

- Se define termoterapia y crioterapia, para que sea entendible este servicio.



Justificación:

- Se ejemplifica con fotografías el equipo de ejercicios que ofrece la Clínica Kinesis.



Justificación:

- Se integra una imagen de kinesio-tape para que sea entendible al grupo objetivo.

8.5 pulgadas

# REHABILITACIÓN DE COLUMNA

## Cuidamos tu bienestar

EL papel en el tratamiento del dolor de espalda es el de reducir el dolor y mejorar tu capacidad funcional al permitir que este pueda incorporarse al trabajo y desarrollar una vida normal. La fisioterapia tiene además una labor preventiva con un objetivo de mejora de la capacidad del paciente para manejar el problema de espalda y evitar que este aparezca de nuevo.

10

5.5 pulgadas

Justificación:

- Se da a conocer el servicio sobre la rehabilitación de columna, utilizando fotografías para que sea entendible para el cliente.

8.5 pulgadas

# REHABILITACIÓN DEPORTIVA

## El mejor cuidado

Es importante destacar que una lesión deportiva puede llegar a frenar tu pasión o incluso tu carrera deportiva, por eso es importante chequearte con el mejor equipo para un tratamiento RÁPIDO y EFICAZ que te permita reanudar tu ejercicio lo mas pronto posible, sin perder el tiempo con dolores innecesarios.



11

5.5 pulgadas

Justificación:

- Se describe el servicio de rehabilitación deportiva que la Clínica Kinesis ofrece.

8.5 pulgadas

# REHABILITACIÓN POST-OPERATORIA

## En las mejores manos

Porque sabemos que una operación no es fácil superar, nos ponemos a tu disposición, para que con paciencia y esfuerzo, superemos los obstáculos que han impedido continuar tu vida cotidiana. Que la cicatriz sea un símbolo constante del esfuerzo y el que dolor sea cosa del pasado



12

5.5 pulgadas

Justificación:

- Se describe el servicio de rehabilitación post-operatoria y se integran fotografías para ejemplificar el servicio.



Justificación:

- Se agrega una página con el título servicios para tener comodidad sobre la lectura de la guía digital.

8.5 pulgadas

# DRENAJE LINFÁTICO

Es un tipo de masaje que consiste en la activación del funcionamiento del sistema linfático superficial para mejorar la eliminación de líquido intersticial, toxinas y de las moléculas de gran tamaño que no aportan beneficio al cuerpo y facilitar su evacuación para una rápida recuperación Post-Training.



14

5.5 pulgadas

Justificación:

- Se describe el servicio drenaje linfático y se ejemplifica con fotografías.

8.5 pulgadas

# TERAPIA MANUAL

Son técnicas específicas para el tratamiento del dolor y otros síntomas de disfunción neuro-músculo-esquelética de la columna vertebral y de las extremidades, que se caracterizan por ser aplicadas manualmente.

15

5.5 pulgadas

Justificación:

- Descripción de la terapia manual ejemplificada con fotografías para mejor entendimiento del servicio.

8.5 pulgadas

# EJERCICIOS DE FORTALECIMIENTO

Son ejercicios que ayudan a fortalecer el sistema músculo-tendinoso para una mejor preparación física de acuerdo a tus necesidades.



16

5.5 pulgadas

Justificación:

- Se describe los ejercicios de fortalecimiento y se integran fotografías para mejor entendimiento del grupo objetivo.



Justificación:

- Se agrega una página con el título de productos para tener comodidad sobre la lectura de la guía digital.

8.5 pulgadas

BIOFREEZE



BioFreeze es analgésico tópico más utilizado para prevenir o aliviar el dolor a través de la terapia en frío, recomendado por los profesionales de la salud. Está disponible en gel o roll-on. Ayuda a tratar los dolores asociados con los síntomas de la neuropatía diabética, tendinitis, bursitis, fascitis plantar y otros.

18

5.5 pulgadas

Justificación:

- Se describe el producto y se integra una fotografía de este para que el lector tenga mejor ejemplo.

Contraportada



Justificación:

- En esta se incluye el logotipo de la Clínica Kinesis, también la información de las redes sociales, dirección y número de teléfono de la clínica.



# Capítulo X

## **Capítulo X: Producción, reproducción y distribución.**

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

Para el proceso creativo y la elaboración de la propuesta preliminar se utilizaron 10 horas semanales por el período de 1 mes -40- horas a un costo de Q.25.00 por hora. Total: Q,1000.00

### **10.2 Plan de costos de producción**

Para la propuesta gráfica final a partir de la validación se trabajó 5 horas semanales por el período de un mes -20- a un costo de Q.25.00 por hora. Total: Q 500.00

### **10.3 Plan de costos de reproducción**

La guía digital no será impresa por lo tanto no genera ningún costo.

### **10.4 Plan de costos de distribución**

No se requiere distribución de la guía digital ya que esta será enviada por correo electrónico.

### **10.5 Margen de utilidad**

Planes de costos de elaboración + producción: Q. 1,500.00 x 20 % del margen de utilidad: Q. 300.00.

### **10.6 IVA**

Planes de costos de elaboración + producción: Q. 1,500.00 x 12 % del Impuesto del Valor Agregado: Q. 180.00

### 10.7 Cuadro con resumen general de costos

Plan de costos	Subtotales
Plan de Elaboración	Q.1,000.00
Plan de Producción	Q. 500.00
Plan de Reproducción	Q. 00.00
Plan de Distribución	Q. 00.00
Total	Q. 1,500.00
Margen de utilidad 20%	Q. 300.00
IVA	Q. 180.00
<b>Total</b>	<b>Q.1980.00</b>



# • Capítulo XI

## **Capítulo XI: Conclusiones y recomendaciones**

### **11.1 Conclusiones**

- Se logró diseñar una guía digital para dar a conocer a traumatólogos, ortopedistas, cirujanos, geriatras, cardiólogos, neurólogos e internistas los productos y servicios de medicina física y rehabilitación.
- Se investigó acerca de diseño editorial digital para obtener ideas concretas que mejoren las propuestas del proyecto.
- Se recopiló información acerca de la comunicación y semiología de la imagen para analizar la forma adecuada de trasladar el mensaje con los símbolos e iconos que faciliten la percepción del grupo objetivo.
- Se fotografiaron los servicios que ofrece la Clínica Kinesis, para incluir imágenes de pacientes rehabilitándose y así visualizar los programas personalizados en la guía digital.

### **11.2 Recomendaciones**

- Se motiva a la Clínica Kinesis a que realice una guía impresa para visitar a clientes reales y potenciales.
- Se aconseja realizar una presentación del material en un coctel para promocionar así la Clínica Kinesis.
- Implementar otro material informativo que amplíe de forma más específica los datos de cada servicio, para que los pacientes puedan consultarlos conforme a sus necesidades.
- Agregar otros productos a la guía digital y así lograr ampliar la gama de estos y tener más variedad de medicamentos para la necesidad de cada cliente.



# • Capítulo XII

## Capítulo XII: Conocimiento General



### COMUNICACIÓN

Se mejora el proceso de comunicación entre los clientes reales y potenciales de la Clínica Kinesis a través de la propuesta final de la guía digital, en donde se brinda toda la información necesaria acerca de los productos y servicios que ofrece.

### FOTOGRAFÍA



Se visualiza de forma clara los textos e imágenes de la guía digital, esto ayuda a que se promueva de una mejor manera cada uno de los servicios que presta la clínica.

### DISEÑO GRÁFICO

Logra proyectar los mensajes de forma visual y textual de forma clara al grupo objetivo.



### PRE-PRENSA



Se diagrama en forma de "Z", así se dirige la lectura para ayudar a las personas a entender mejor el texto.



### VISUALIZACIÓN GRÁFICA

Esta se aplica en la alineación de texto, en la selección de la tipografía y las fotografías.



### SEMIOLOGÍA

Con esta se determina los símbolos y los signos a utilizar, lo que ayuda a que la guía digital sea clara.



# • Capítulo XIII

## Capítulo XIII: Referencias

### 13.1 Referencias de documentos físicos

#### D

Diccionario de Estadística. (1991). Madrid: Paranifo S.A.

Dorsch, F. (1977). Diccionario de psicología. Barcelona: Herder.

#### F

físicas, G. N. (2017). Los ejercicios físicos con fines terapéuticos II. La habana: Unidad impresora José A. Huelga INDER.

#### G

Grawitz, M. (2017). Diccionario de ciencias sociales. Guatemala: Temis.

### 13.2 Referencias de documentos electrónicos

#### A

abc.color. (10 de 6 de 2017). Obtenido de <http://www.abc.com.py/articulos/el-diseno-grafico-y-la-diagramacion-700639.html>

#### C

cca. (3 de Junio de 2017). Obtenido de

[http://www.cca.org.mx/lideres/cursos/redaccion/comunicacion/cont\\_elementos.htm](http://www.cca.org.mx/lideres/cursos/redaccion/comunicacion/cont_elementos.htm)

co9ncepto definicion. (10 de 6 de 2017). Obtenido de <http://conceptodefinicion.de/fotografia/>

Conceptodefinicion. (3 de Junio de 2017). Obtenido de <http://conceptodefinicion.de/cliente/>

## D

Definición.de. (10 de 6 de 2017). Obtenido de <http://definicion.de/branding/>

## E

EcuRed . (tres de Junio de 2017). Obtenido de <https://www.ecured.cu/Fisioterapia>

EcuRed. (10 de 6 de 2017). Obtenido de <https://www.ecured.cu/Semiolog%C3%ADa>

EcuRed. (10 de 6 de 2017). Obtenido de [https://www.ecured.cu/Comunicaci%C3%B3n\\_visual](https://www.ecured.cu/Comunicaci%C3%B3n_visual)

EcuRed. (10 de 6 de 2017). Obtenido de [https://www.ecured.cu/Identidad\\_Corporativa](https://www.ecured.cu/Identidad_Corporativa)

EcuRed. (10 de 6 de 2017). Obtenido de

[https://www.ecured.cu/Comunicaci%C3%B3n\\_Directivo\\_-\\_Subordinado](https://www.ecured.cu/Comunicaci%C3%B3n_Directivo_-_Subordinado)

Español Oxford Living Dictionaries. (3 de Junio de 2017). Obtenido de

<https://es.oxforddictionaries.com/definicion/clinica>

EcuRed. (3 de Junio de 2017). Obtenido de <https://www.ecured.cu/Emisor>

EcuRed. (3 de Junio de 2017). Obtenido de <https://www.ecured.cu/Lesi%C3%B3n>

## F

FotoNostra. (10 de 6 de 2017). Obtenido de

<http://www.fotonostra.com/grafico/definiciondiseno.htm>

## P

PortalComunicación. (10 de 6 de 2017). Obtenido de

[http://www.portalcomunicacion.com/lecciones\\_det.asp?id=23](http://www.portalcomunicacion.com/lecciones_det.asp?id=23)

Psicología del color. (10 de 6 de 2017). Obtenido de <http://www.psicologiadelcolor.es/>

Psicología y Mente. (3 de Junio de 2017). Obtenido de <https://psicologiaymente.net/social/tipos-comunicacion-caracteristicas#!>

Psicología y Mente. (10 de 6 de 2017). Obtenido de <https://psicologiaymente.net/psicologia/teoria-gestalt>

S

sld. (3 de Junio de 2017). Obtenido de [http://www.sld.cu/galerias/pdf/sitios/rehabilitacion-doc/fundamentos\\_de\\_la\\_fisioterapia.pdf](http://www.sld.cu/galerias/pdf/sitios/rehabilitacion-doc/fundamentos_de_la_fisioterapia.pdf)

staffcreativa. (10 de 6 de 2017). Obtenido de <http://www.staffcreativa.pe/blog/disenio-editorial-definicion/>

U

UtelBlog. (10 de 6 de 2017). Obtenido de <http://www.utel.edu.mx/blog/10-consejos-para-caracteristicas-del-disenio-editorial-impreso-y-en-linea/>

W

wikipedia. (10 de 6 de 2017). Obtenido de [https://es.wikipedia.org/wiki/Ciencias\\_de\\_la\\_comunicaci%C3%B3n](https://es.wikipedia.org/wiki/Ciencias_de_la_comunicaci%C3%B3n)

Wikipedia. (10 de 6 de 2017). Obtenido de <https://es.wikipedia.org/wiki/Paciente>



# • Capítulo XIV

## Capítulo XIV: ANEXO

### 14.1 Tabla de requisitos

Elemento Gráfico	Propósito	Técnica	Emoción
Diagramación	Distribuir los elementos gráficos para la creación de un orden jerárquico.	Adobe InDesing Adobe Photoshop	Orden
Figuras geométricas	Enfatizar las fotografías y el diseño de la guía digital.	Adobe InDesing Adobe Photoshop	Integración
Fotografía	Visualizar imágenes que se quieren transmitir en la guía digital	Adobe Photoshop	Entendimiento
Tipografía	Lograr mejor entendimiento y orden	Adobe Photoshop Adobe InDesing Adobe Illustrator	Claridad
Color	Expresar de mejor forma lo que se quiere transmitir	Adobe Photoshop Adobe InDesing Adobe Illustrator	Comodidad

## 14.2 Técnica de validación



Facultad de Ciencias de la Comunicación  
(FACOM)

Licenciatura en Comunicación y Diseño

Proyecto de Tesis

Nombre \_\_\_\_\_

Edad 40  50  60  70

Genero F  M

Profesión \_\_\_\_\_

Puesto \_\_\_\_\_ Años de experiencia \_\_\_\_\_ Experto \_\_\_\_\_

Cliente \_\_\_\_\_ Grupo objetivo \_\_\_\_\_

Técnica de Validación:

Diseño de guía digital para dar a conocer a traumatólogos, ortopedistas, cirujanos, geriatras, cardiólogos, neurólogos e internistas los productos y servicios de medicina física y rehabilitación, Clínica Kinesis.

Guatemala, Guatemala, 2018.

Antecedentes:

Desde el año 2015 la Clínica Kinesis abrió con el objetivo de brindar tratamientos de fisioterapia a niños, adolescentes, adultos y personas de la tercera edad que necesiten rehabilitación en cualquier patología, para la recuperación de sus discapacidades transitorias o permanentes, al prestar servicios con equipo de la más alta tecnología.

Se ofrece servicios personalizados con programas especiales para recuperar alguna función o movilidad que por diferentes motivos se encuentra limitada, también diversos productos necesarios para poder realizarlo y así recuperarse de las lesiones.

Objetivo de investigación:

La presente encuesta tiene como objetivo evaluar de manera cualitativa y cuantitativa la efectividad, funcionalidad y estética de la propuesta preliminar del proyecto.

Instrucciones: En base a la información anterior, observe la guía digital y según su criterio conteste las siguientes preguntas.

Parte objetiva: Se evalúan aspectos relacionados a los objetivos del proyecto, con respuestas dicotómicas: Si o no.

### 14.3 Técnica de validación

1. ¿Considera necesario diseñar una guía digital para dar a conocer a traumatólogos, ortopedistas, cirujanos, geriatras, cardiólogos, neurólogos e internistas los productos y servicios de medicina física y rehabilitación?  
Sí  No
2. ¿Es esencial investigar acerca de diseño editorial digital para obtener ideas concretas que mejoren las propuestas del proyecto?  
Sí  No
3. ¿Considera usted que sea importante recopilar información acerca de la comunicación y semiología de la imagen para analizar la forma adecuada de trasladar el mensaje con los símbolos e iconos que faciliten la percepción del grupo objetivo? Sí  No
4. ¿Considera usted que es ~~necesario~~ necesario fotografiar los servicios que ofrece la Clínica Kinesis, para incluir imágenes de pacientes rehabilitándose y así poder visualizar los programas personalizados en la guía digital?  
Sí  No

#### Parte semiológica:

5. ¿Considera adecuadas las tipografías utilizadas en la guía digital?  
Sí  No
6. ¿Según su criterio las fotografías utilizadas en la guía digital han sido colocadas correctamente?  
Sí  No
7. ¿Considera que la diagramación de la guía digital es la adecuada?  
Sí  No
8. ¿Considera que la tipografía utilizada en la guía digital es legible al lector?  
Sí  No
9. ¿A su criterio los colores utilizados en la guía digital son atractivos y acordes al producto?  
Sí  No

#### Parte Operativa

10. ¿Considera apropiada las medidas 8.5 x 5.5 pulgadas de la guía digital?  
Sí  No

## 14.2 Técnica de validación

11. ¿Considera que la portada de la guía digital es adecuada?

Sí  No

12. ¿Considera adecuado el funcionamiento de la guía digital?

Sí  No

13. ¿Considera adecuada la tipografía en los títulos?

Sí  No

14. ¿Las fotografías ayudan a comprender los textos?

Sí  No

15. ¿Considera que la información de la guía digital es clara?

Sí  No

Observaciones: \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

Muchas gracias por su tiempo.

#### 14.4 Tablas de tabulación

##### Pregunta 1

	Alternativa		Porcentaje	
	SI	NO	SI	NO
Cliente	1		4%	
Grupo Objetivo	20		80%	
Expertos	3	1	12%	4%
	24	1	96%	4%
Total:	25		100%	

##### Pregunta 2

	Alternativa		Porcentaje	
	SI	NO	SI	NO
Cliente	1		4%	
Grupo Objetivo	18	2	72%	8%
Expertos	4		16%	
	23	2	92%	8%
Total:	25		100%	

### 14.3 Tablas de tabulación

#### Pregunta 3

	Alternativa		Porcentaje	
	SI	NO	SI	NO
Cliente	1		4%	
Grupo Objetivo	16	4	64%	16%
Expertos	4		16%	
Total:	21	4	84%	16%
	25		100%	

#### Pregunta 4

	Alternativa		Porcentaje	
	SI	NO	SI	NO
Cliente	1		4%	
Grupo Objetivo	18	2	72%	8%
Expertos	4		16%	
Total:	23	2	92%	8%
	25		100%	

### 14.3 Tablas de tabulación

#### Pregunta 5

	Alternativa		Porcentaje	
	SI	NO	SI	NO
Cliente	1		4%	
Grupo Objetivo	20		80%	
Expertos	2	2	8%	8%
	23	2	92%	8%
Total:	25		100%	

#### Pregunta 6

	Alternativa		Porcentaje	
	SI	NO	SI	NO
Cliente	1		4%	
Grupo Objetivo	19	1	76%	4%
Expertos	2	2	8%	8%
	22	3	88%	12%
Total:	25		100%	

### 14.3 Tablas de tabulación

#### Pregunta 7

	Alternativa		Porcentaje	
	SI	NO	SI	NO
Cliente	1		4%	
Grupo Objetivo	17	3	68%	12%
Expertos	4		16%	
Total:	22	3	88%	12%
	25		100%	

#### Pregunta 8

	Alternativa		Porcentaje	
	SI	NO	SI	NO
Cliente	1		4%	
Grupo Objetivo	19	1	76%	4%
Expertos	4		16%	
Total:	24	1	96%	4%
	25		100%	

### 14.3 Tablas de tabulación

#### Pregunta 9

	Alternativa		Porcentaje	
	SI	NO	SI	NO
Cliente	1		4%	
Grupo Objetivo	18	2	72%	8%
Expertos	3	1	12%	4%
	22	3	88%	12%
Total:	25		100%	

#### Pregunta 10

	Alternativa		Porcentaje	
	SI	NO	SI	NO
Cliente	1		4%	
Grupo Objetivo	18	2	72%	8%
Expertos	3	1	12%	4%
	22	3	88%	12%
Total:	25		100%	

### 14.3 Tablas de tabulación

#### Pregunta 11

	Alternativa		Porcentaje	
	SI	NO	SI	NO
Cliente	1		4%	
Grupo Objetivo	19	1	76%	4%
Expertos	4		16%	
Total:	24	1	96%	4%
	25		100%	

#### Pregunta 12

	Alternativa		Porcentaje	
	SI	NO	SI	NO
Cliente	1		4%	
Grupo Objetivo	20		80%	
Expertos	4		16%	
Total:	25		100%	
	25		100%	

### 14.3 Tablas de tabulación

Pregunta 13

	Alternativa		Porcentaje	
	SI	NO	SI	NO
Cliente	1		4%	
Grupo Objetivo	20		80%	
Expertos	2	2	8%	8%
	23	2	92%	8%
Total:	25		100%	

Pregunta 14

	Alternativa		Porcentaje	
	SI	NO	SI	NO
Cliente	1		4%	
Grupo Objetivo	20		80%	
Expertos	4		16%	
	25		100%	
Total:	25		100%	

### 14.3 Tablas de tabulación

Pregunta 15

	Alternativa		Porcentaje	
	SI	NO	SI	NO
Cliente	1		4%	
Grupo Objetivo	20		80%	
Expertos	4		16%	
Total:	25		100%	

## 14.4 Escáner de validación de expertos


 Facultad de Ciencias de la Comunicación (FACOM)  
 Licenciatura en Comunicación y Diseño  
 Proyecto de Tesis

Nombre Rolando Barahona  
 Edad  40  50  60  70  Género F  M   
 Profesión Disfrancol Gráfico  
 Puesto Experto Años de experiencia 24 Experto   
 Cliente \_\_\_\_\_ Grupo objetivo \_\_\_\_\_

**Técnica de Validación:**  
 Diseño de guía digital para dar a conocer a traumatólogos, ortopedistas, cirujanos, geriatras, cardiólogos, neurólogos e internistas los productos y servicios de medicina física y rehabilitación, Clínica Kinesis.  
 Guatemala, Guatemala, 2018.

**Antecedentes:**  
 Desde el año 2015 la Clínica Kinesis abrió con el objetivo de brindar tratamientos de fisioterapia a niños, adolescentes, adultos y personas de la tercera edad que necesiten rehabilitación en cualquier patología, para la recuperación de sus discapacidades transitorias o permanentes, al prestar servicios con equipo de la más alta tecnología.  
 Se ofrece servicios personalizados con programas especiales para recuperar alguna función o movilidad que por diferentes motivos se encuentra limitada, también diversos productos necesarios para poder realizarlo y así recuperarse de las lesiones.  
**Objetivo de investigación:**  
 La presente encuesta tiene como objetivo evaluar de manera cualitativa y cuantitativa la efectividad, funcionalidad y estética de la propuesta preliminar del proyecto.  
**Instrucciones:** En base a la información anterior, observe la guía digital y según su criterio conteste las siguientes preguntas.  
**Parte objetiva:** Se evalúan aspectos relacionados a los objetivos del proyecto, con respuestas dicotómicas: Sí o no.

- ¿Considera necesario diseñar una guía digital para dar a conocer a traumatólogos, ortopedistas, cirujanos, geriatras, cardiólogos, neurólogos e internistas los productos y servicios de medicina física y rehabilitación?  
SI  No
- ¿Es esencial investigar acerca de diseño editorial digital para obtener ideas concretas que mejoren las propuestas del proyecto?  
SI  No
- ¿Considera usted que sea importante recopilar información acerca de la comunicación y semiología de la imagen para analizar la forma adecuada de trasladar el mensaje con los símbolos e iconos que faciliten la percepción del grupo objetivo?  
SI  No
- ¿Considera usted que es necesario fotografiar los servicios que ofrece la Clínica Kinesis, para incluir imágenes de pacientes rehabilitándose y así poder visualizar los programas personalizados en la guía digital?  
SI  No

**Parte semiológica:**

- ¿Considera adecuadas las tipografías utilizadas en la guía digital?  
SI  No
- ¿Según su criterio las fotografías utilizadas en la guía digital han sido colocadas correctamente?  
SI  No
- ¿Considera que la diagramación de la guía digital es la adecuada?  
SI  No
- ¿Considera que la tipografía utilizada en la guía digital es legible al lector?  
SI  No
- ¿A su criterio los colores utilizados en la guía digital son atractivos y acordes al producto?  
SI  No

**Parte Operativa**

- ¿Considera apropiada la medida 8.5 x 5.5 pulgadas de la guía digital?  
SI  No   
*(8x 5.5)*  
*Debe ser en 8x*

- ¿Considera que la portada de la guía digital es adecuada?  
SI  No
- ¿Considera adecuado el funcionamiento de la guía digital?  
SI  No
- ¿Considera adecuada la tipografía en los títulos?  
SI  No
- ¿Las fotografías ayudan a comprender los textos?  
SI  No
- ¿Considera que la información de la guía digital es clara?  
SI  No

**Observaciones:** Alineación en Índice, Numeración  
de los títulos y numeración y composición de los  
títulos de acuerdo con Tipografía  
Modernista

  
 Muchas gracias por su tiempo. 

## 14.4 Escáner de validación de expertos

 Facultad de Ciencias de la Comunicación (FACOM)  
Licenciatura en Comunicación y Diseño  
Proyecto de Tesis

Nombre David Cortés  
Edad 40  50  60  70  Genero F  M   
Profesión Productor  
Puesto Director Años de experiencia 14 Experto   
Cliente \_\_\_\_\_ Grupo objetivo \_\_\_\_\_

Técnica de Validación:  
Diseño de guía digital para dar a conocer a traumatólogos, ortopedistas, cirujanos, geriatras, cardiólogos, neurólogos e internistas los productos y servicios de medicina física y rehabilitación, Clínica Kinesis.  
Guatemala, Guatemala, 2018.

Antecedentes:  
Desde el año 2015 la Clínica Kinesis abrió con el objetivo de brindar tratamientos de fisioterapia a niños, adolescentes, adultos y personas de la tercera edad que necesiten rehabilitación en cualquier patología, para la recuperación de sus discapacidades transitorias o permanentes, al prestar servicios con equipo de la más alta tecnología.  
Se ofrece servicios personalizados con programas especiales para recuperar alguna función o movilidad que por diferentes motivos se encuentra limitada, también diversos productos necesarios para poder realizarlo y así recuperarse de las lesiones.  
Objetivo de investigación:  
La presente encuesta tiene como objetivo evaluar de manera cualitativa y cuantitativa la efectividad, funcionalidad y estética de la propuesta preliminar del proyecto.  
Instrucciones: En base a la información anterior, observe la guía digital y según su criterio conteste las siguientes preguntas.  
Parte objetiva: Se evalúan aspectos relacionados a los objetivos del proyecto, con respuestas dicotómicas: Sí o no.

1. ¿Considera necesario diseñar una guía digital para dar a conocer a traumatólogos, ortopedistas, cirujanos, geriatras, cardiólogos, neurólogos e internistas los productos y servicios de medicina física y rehabilitación?  
Sí  No
2. ¿Es esencial investigar acerca de diseño editorial digital para obtener ideas concretas que mejoren las propuestas del proyecto?  
Sí  No
3. ¿Considera usted que sea importante recopilar información acerca de la comunicación y semiología de la imagen para analizar la forma adecuada de trasladar el mensaje con los símbolos e iconos que faciliten la percepción del grupo objetivo?  
Sí  No
4. ¿Considera usted que es necesario fotografiar los servicios que ofrece la Clínica Kinesis, para incluir imágenes de pacientes rehabilitándose y así poder visualizar los programas personalizados en la guía digital?  
Sí  No

Parte semiológica:

5. ¿Considera adecuadas las tipografías utilizadas en la guía digital?  
Sí  No
6. ¿Según su criterio las fotografías utilizadas en la guía digital han sido colocadas correctamente?  
Sí  No
7. ¿Considera que la diagramación de la guía digital es la adecuada?  
Sí  No
8. ¿Considera que la tipografía utilizada en la guía digital es legible al lector?  
Sí  No
9. ¿A su criterio los colores utilizados en la guía digital son atractivos y acordes al producto?  
Sí  No

Parte Operativa

10. ¿Considera apropiada la medida 8.5 x 5.5 pulgadas de la guía digital?  
Sí  No

11. ¿Considera que la portada de la guía digital es adecuada?  
Sí  No
12. ¿Considera adecuado el funcionamiento de la guía digital?  
Sí  No
13. ¿Considera adecuada la tipografía en los títulos?  
Sí  No
14. ¿Las fotografías ayudan a comprender los textos?  
Sí  No
15. ¿Considera que la información de la guía digital es clara?  
Sí  No

Observaciones: Felicidades

  
Muchas gracias por su tiempo.  


## 14.4 Escáner de validación de expertos


 Facultad de Ciencias de la Comunicación (FACOM)  
 Licenciatura en Comunicación y Diseño  
 Proyecto de Tesis

Nombre Karla López de Ayala  
 Edad  40  50  60  70  Género  F  M

Profesión Diseñadora gráfica  
 Puesto Docente Años de experiencia 8 Experto

Cliente \_\_\_\_\_ Grupo objetivo \_\_\_\_\_

**Técnica de Validación:**  
 Diseño de guía digital para dar a conocer a traumatólogos, ortopedistas, cirujanos, geriatras, cardiólogos, neurólogos e internistas los productos y servicios de medicina física y rehabilitación, Clínica Kinesis.  
 Guatemala, Guatemala, 2018.

**Antecedentes:**  
 Desde el año 2015 la Clínica Kinesis abrió con el objetivo de brindar tratamientos de fisioterapia a niños, adolescentes, adultos y personas de la tercera edad que necesiten rehabilitación en cualquier patología, para la recuperación de sus discapacidades transitorias o permanentes, al prestar servicios con equipo de la más alta tecnología.  
 Se ofrece servicios personalizados con programas especiales para recuperar alguna función o movilidad que por diferentes motivos se encuentra limitada, también diversos productos necesarios para poder realizarlo y así recuperarse de las lesiones.

**Objetivo de investigación:**  
 La presente encuesta tiene como objetivo evaluar de manera cualitativa y cuantitativa la efectividad, funcionalidad y estética de la propuesta preliminar del proyecto.

**Instrucciones:** En base a la información anterior, observe la guía digital y según su criterio conteste las siguientes preguntas.

**Parte objetiva:** Se evalúan aspectos relacionados a los objetivos del proyecto, con respuestas dicotómicas: Sí o no.

- ¿Considera necesario diseñar una guía digital para dar a conocer a traumatólogos, ortopedistas, cirujanos, geriatras, cardiólogos, neurólogos e internistas los productos y servicios de medicina física y rehabilitación?  
Sí  No
- ¿Es esencial investigar acerca de diseño editorial digital para obtener ideas concretas que mejoren las propuestas del proyecto?  
Sí  No
- ¿Considera usted que sea importante recopilar información acerca de la comunicación y semiología de la imagen para analizar la forma adecuada de trasladar el mensaje con los símbolos e icons que faciliten la percepción del grupo objetivo?  
Sí  No
- ¿Considera usted que es necesario fotografiar los servicios que ofrece la Clínica Kinesis, para incluir imágenes de pacientes rehabilitándose y así poder visualizar los programas personalizados en la guía digital?  
Sí  No

**Parte semiológica:**

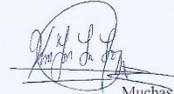
- ¿Considera adecuadas las tipografías utilizadas en la guía digital?  
Sí  No
- ¿Según su criterio las fotografías utilizadas en la guía digital han sido colocadas correctamente?  
Sí  No
- ¿Considera que la diagramación de la guía digital es la adecuada?  
Sí  No
- ¿Considera que la tipografía utilizada en la guía digital es legible al lector?  
Sí  No
- ¿A su criterio los colores utilizados en la guía digital son atractivos y acordes al producto?  
Sí  No

**Parte Operativa**

- ¿Considera apropiada la medida 8.5 x 5.5 pulgadas de la guía digital?  
Sí  No

- ¿Considera que la portada de la guía digital es adecuada?  
Sí  No
- ¿Considera adecuado el funcionamiento de la guía digital?  
Sí  No
- ¿Considera adecuada la tipografía en los títulos?  
Sí  No
- ¿Las fotografías ayudan a comprender los textos?  
Sí  No
- ¿Considera que la información de la guía digital es clara?  
Sí  No

Observaciones: 1. Agregar logo de Portada  
2. Considerar otra diagramación en las fotos  
3. Revisar ortografía  
4. Colocar icons en telefono, direccion

  
 Muchas gracias por su tiempo.  
 Karla López



## 14.4 Escáner de validación de expertos


 Facultad de Ciencias de la Comunicación (FACOM)  
 Licenciatura en Comunicación y Diseño  
 Proyecto de Tesis

Nombre: Maelon Barayo  
 Edad: 40  50  60  70  Género: F  M   
 Profesión: Relegrafista  
 Puesto: Cautivo Años de experiencia: 26 Experto:   
 Cliente: \_\_\_\_\_ Grupo objetivo: \_\_\_\_\_

**Técnica de Validación:**  
 Diseño de guía digital para dar a conocer a traumatólogos, ortopedistas, cirujanos, geriatras, cardiólogos, neurólogos e internistas los productos y servicios de medicina física y rehabilitación, Clínica Kinesis.  
 Guatemala, Guatemala, 2018.

**Antecedentes:**  
 Desde el año 2015 la Clínica Kinesis abrió con el objetivo de brindar tratamientos de fisioterapia a niños, adolescentes, adultos y personas de la tercera edad que necesitan rehabilitación en cualquier patología, para la recuperación de sus discapacidades transitorias o permanentes, al prestar servicios con equipo de la más alta tecnología.  
 Se ofrece servicios personalizados con programas especiales para recuperar alguna función o movilidad que por diferentes motivos se encuentra limitada, también diversos productos necesarios para poder realizarlo y así recuperarse de las lesiones.

**Objetivo de investigación:**  
 La presente encuesta tiene como objetivo evaluar de manera cualitativa y cuantitativa la efectividad, funcionalidad y estética de la propuesta preliminar del proyecto.

**Instrucciones:** En base a la información anterior, observe la guía digital y según su criterio conteste las siguientes preguntas.

**Parte objetiva:** Se evalúan aspectos relacionados a los objetivos del proyecto, con respuestas dicotómicas: Sí o no.

- ¿Considera necesario diseñar una guía digital para dar a conocer a traumatólogos, ortopedistas, cirujanos, geriatras, cardiólogos, neurólogos e internistas los productos y servicios de medicina física y rehabilitación?  
Sí  No
- ¿Es esencial investigar acerca de diseño editorial digital para obtener ideas concretas que mejoren las propuestas del proyecto?  
Sí  No
- ¿Considera usted que sea importante recopilar información acerca de la comunicación y semiología de la imagen para analizar la forma adecuada de trasladar el mensaje con los símbolos e iconos que faciliten la percepción del grupo objetivo?  
Sí  No
- ¿Considera usted que es necesario fotografiar los servicios que ofrece la Clínica Kinesis, para incluir imágenes de pacientes rehabilitándose y así poder visualizar los programas personalizados en la guía digital?  
Sí  No

**Parte semiológica:**

- ¿Considera adecuadas las tipografías utilizadas en la guía digital?  
Sí  No
- ¿Según su criterio las fotografías utilizadas en la guía digital han sido colocadas correctamente?  
Sí  No
- ¿Considera que la diagramación de la guía digital es la adecuada?  
Sí  No
- ¿Considera que la tipografía utilizada en la guía digital es legible al lector?  
Sí  No
- ¿A su criterio los colores utilizados en la guía digital son atractivos y acordes al producto?  
Sí  No

**Parte Operativa**

- ¿Considera apropiada la medida 8.5 x 5.5 pulgadas de la guía digital?  
Sí  No

- ¿Considera que la portada de la guía digital es adecuada?  
Sí  No
- ¿Considera adecuado el funcionamiento de la guía digital?  
Sí  No
- ¿Considera adecuado la tipografía en los títulos?  
Sí  No
- ¿Las fotografías ayudan a comprender los textos?  
Sí  No
- ¿Considera que la información de la guía digital es clara?  
Sí  No

**Observaciones:**  
 \_\_\_\_\_  
 \_\_\_\_\_  
 \_\_\_\_\_

Muchas gracias por su tiempo.


## 14.5 Encuestados

### Cliente



Bryan Pacheco

### Expertos



Lic. Marlon Borraro



Licda. Karla López



Lic. David Castillo



Lic. Rolando Barahona

### Grupo Objetivo



Dr. Henry Guzmán



Dr. Rolando Higueros



Dr. Gerson Rendeus



Dr. Esdras Borraro



Dr. Leonel García



Dra. Mayra Flores



Dr. Alfredo Marroquín



Dr. Josué Lemus



Dra. Mara Flores



Dra. Consuelo Berganza



Dr. Anderson Solares



Dr. Angel Montoya



Dr. Byron Lara



Dr. Juan Pablo Molina



Dr. David Linares



Dr. Rudy Belteton



Dr. René Melendez



Dr. Rafael Santos



Dr. Carlos Marroquín



Dra. Julissa Menéndez

## 14.6 A

CARACTERÍSTICAS	NIVEL A	NIVEL B	NIVEL C+	NIVEL C	NIVEL C-	NIVEL D	NIVEL E
<b>EDUCACIÓN</b>	Superior, Licenciatura, Maestría, Doctorado	Superior, Licenciatura, Maestría, Doctorado	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 MENSUAL</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 vehiculos	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 vehiculos	Casa/departamento, rentada o financiado, 2-3 recámaras, 2-3 baños, 1 sala, estudio area de servicio, garage para 2 vehiculos	Casa/departamento, rentada o financiado, 1-2 recámaras, 1-2 baños, sala, garage para 2 vehiculos	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 comodidades	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-avioneta	Autos de 2-3 años, asegurados contra todo riesgo, 4x4, Van, moto	Autos compactos de 3-5 años, asegurados por Financiera	Auto compacto de 4-5 años, sin seguro	Auto compacto de 8-10 años, sin seguro	moto, por trabajo	
<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	1 tel, minimo, 1-2 cel, cable, internet dedicada, equipo de audio, 2 TV, maquina de lavar ropa, computadora/familia electrodomesticos básicos	1 tel, minimo, 1-2 cel, cable, radio, 2 TV, electrodomesticos básicos	1 tel, 1 cel, 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 salud	1 cta Q monetarios y ahorro, 1 TC local	1 cta Q ahorro, TC local	cta Q ahorro	