

MEMORIA DE INVESTIGACIÓN — PRODUCCIÓN

Facultad de Artes y Diseño UNAM

División de educación continua y extensión académica

Desarrollo y Gestión de Eventos aplicado al diseño, la comunicación y el entretenimiento.

DIPLOMADO

QUÉ PRESENTA: **Guadalupe Hernández Santamaria.**

PROYECTO: **PROFHILO STRUCTURA; restauración del tejido adiposo.**
La nueva frontera anti-envejecimiento.

RESPONSABLE ACADÉMICO: **Johanna Itzhel Blanco Blanco Ruiz,**
Regina Fabiola Valdelamar Vázquez

ASESOR METODOLÓGICO: **Jacqueline Gómez Estrada**

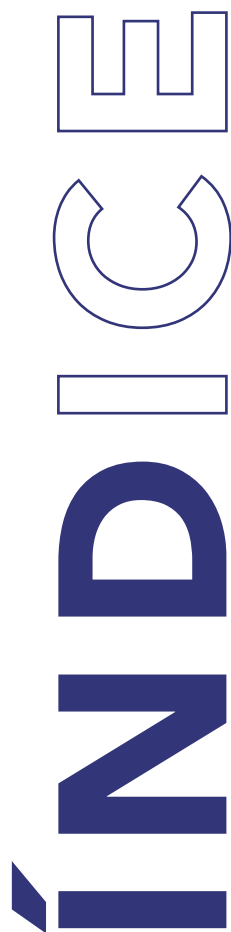
CONCLUSIÓN DE MEMORIA/FIRMA
DE AUTORIZACIÓN DEL RESPONSABLE

PROFHILO[®]
STRUCTURA

RESTAURACIÓN DEL TEJIDO ADIPOSO

La Nueva Frontera Anti-Envejecimiento





Introducción	4	Logística & operación	64
Justificación	5	Ficha técnica	65
Marco teórico	6	Perfil de trabajo	66
Antecedentes	11	Organigrama	69
Porcentaje de cultura y entretenimiento	13	Crew list	71
Concepto general	14	Cronograma	73
Información general	15	Ruta crítica	76
Ubicación del evento	16	Minute by minute	78
Localización del evento	17	Registro de participantes	80
Sede física	18	Acreditaciones	85
Lugares dentro de la sede	19	Scouting	86
Directorio del lugar	21	Juntas con el recinto	87
Diseño de evento	22	Planos	91
Brand persona	23	Rutas de acceso	92
Target	24	Montaje	93
Buyer persona	25	Seguridad & protección civil	96
Identidad & línea de estilo	26	Administración	112
Paleta de color y elementos gráficos	28	Presupuestos	113
Tipografías	29	Costos	114
Aplicaciones del diseño	30	Ingresos y egresos	118
Viaje del usuario	34	Testimoniales	121
Planos & renders	35	Fotomemoria	122
Aplicaciones digitales	45	Publicaciones del evento	131
Temas / secciones	48	Post-seguimiento	134
Áreas de trabajo	49	Video	135
Producción de áreas	52	Conclusiones	136
Redes sociales	57	Referencias	138
FODA	63		

INTRO DUCCIÓN

El evento por desarrollar es un lanzamiento de producto, debido a ello podemos clasificarlo dentro de los eventos corporativos.

Si bien será un evento en el que el principal foco estará en presentar a Profhilo® Structura en el mercado de la medicina estética y generar una experiencia para los médicos, también será importante tener cubierta la parte académica donde se mostrará su innovación y tecnología exclusiva para la restauración del volumen facial a través de la bioremodelación del tejido adiposo.

Para lograr este evento de deberá tener un espacio donde se pueda realizar una sesión académica y que los asistentes al evento puedan conocer la parte científica y médica del producto, para lo cual se deberá realizar un montaje tipo masterclass. En cuanto a la parte de lanzamiento de marca el espacio deberá estar brandeado y generar un evento con un concepto.



JUSTIFICACIÓN

La medicina estética es una industria millonaria que ha ido tomando mayor importancia alrededor del mundo. Países como México y Brasil han tenido un crecimiento constante principalmente en tratamientos estéticos quirúrgicos y no quirúrgicos, los últimos mencionados han ido en crecimiento debido a que la mayoría de ellos no necesitan tiempo de recuperación y son cada vez menos invasivos.

Debido a este crecimiento la exigencia de los médicos por eventos académicos y sociales ha sido cada vez más grande, ya que, tanto dermatólogos, médicos estéticos y cirujanos plásticos, son especialistas que comparten en sus redes sociales no solo temas médicos dirigidos a colegas y pacientes, muchos de ellos son considerados influencers de lifestyle y debido a ello las diferentes marcas buscan ofrecerles eventos llamativos que el médico esté interesado en compartir en sus redes sociales para lograr también un alcance de manera indirecta a los pacientes potenciales.



The background of the entire slide is a dense field of water droplets of various sizes, creating a textured, bubbly effect. The droplets are clear and reflective, with some showing internal refraction and highlights from an unseen light source.

MARCO

TEÓRICO

LANZAMIENTO DE PRODUCTO

EVENTO EMPRESARIAL

LANZAMIENTOS COMO PARTE DEL POSICIONAMIENTO

Los eventos de lanzamiento de producto cada vez han tomado más popularidad debido a que es una forma de hacerse notar y forman parte de la estrategia de posicionamiento, pero no siempre ha sido así, al menos no con el tamaño de eventos y alcance que tienen los mismos.

Actualmente, las marcas en general buscan maneras de acercarse más a sus consumidores finales y con diferentes estrategias on y off line, convirtiendo los lanzamientos en eventos que pueden realizarse de manera presencial o virtual. Además de tener la posibilidad de hacerlos de manera simultáneas en diferentes ciudades y de manera híbrida, teniendo un mayor alcance. Sumando a ello los esfuerzos realizados en redes sociales propias de la marca, empresa productora y en algunos casos las de medios informativos e influencers.

Una de las industrias que comenzó a utilizar este tipo de eventos para dar a conocer sus avances y nuevos productos fue el ámbito tecnológico. Uno de ellos y recordado por muchas personas fue el **lanzamiento del primer iPhone en 2007 por Steve Jobs, quien combinaba la presentación del producto junto con un espectáculo alrededor del mismo.** En dicho evento se creó una expectativa de unos productos, pero la revelación el lanzamiento de uno solo que incluía las funciones de los tres:

"...en la presentación, Steve Jobs habló de 3 productos diferentes: iPod con pantalla amplia y controles táctiles, teléfono y comunicador de Internet. Al final desveló que todo venía en un único dispositivo." (Telemadrid, 2024)

Con ello se creó un *storytelling*, en donde se les se creó la expectativa de unos productos a los asistentes, para terminar con la sorpresa del producto real, cautivando la atención de cada una de las personas presentes.



Imagen 1. Steve Jobs en el lanzamiento del primer iPhone.

Imagen 2. Vial Botox - Allergan



Imagen 3. Caja y jeringas de HArmonyCa - Allergan

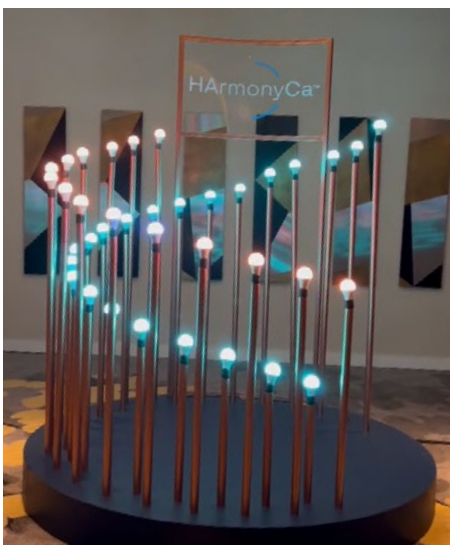


Imagen 4. Photopportunity en evento de lanzamiento HArmonyCa - Allergan

LANZAMIENTOS EN LA INDUSTRIA DE LA MEDICINA ESTÉTICA Y ANTIEDAD

Uno de los puntos clave de este tipo de evento, es la expectativa que se genera antes y durante del evento, principalmente cuando el producto es pionero en su giro o uso. Ejemplo de ello fue **Botox**, nombre comercial de Toxina Botulínica tipo A, producida por el laboratorio estadounidense Allergan Inc. Este producto **fue lanzado en el año 2002** y a más de 20 años en el mercado sigue a la cabeza en el mercado de la toxina, debido a ser el producto que se lanzó como punta de lanza al mercado estético y los procedimientos no quirúrgicos y mínimamente invasivos.

Prueba clara de ello, es que a todas las toxinas el público en general las llaman *Botox*, y es de esta manera como los pacientes solicitan la aplicación del tratamiento. Las investigaciones y usos que fueron presentados desde su lanzamiento favorecieron la aceptación de este, ayudando a su posicionamiento y crecimiento, además de que es una de las moléculas que continua en constante investigación, generando aún mayor confianza principalmente a los profesionales de la medicina estética y antienvjeciminetto.

"Solo en 2016, el producto de Allergan generó 2,8 mil millones de dólares en ingresos para

el laboratorio propietario de la marca Botox a nivel mundial". (Infobae, 2017)

Con la cita anterior, señalo cuán importante es transmitir si el producto es una innovación porque será visto como el parteaguas de la industria y se generará más expectativa tanto del evento como del producto.

Otro ejemplo de este tipo de productos que se vuelven punta de lanza en su tipo y que además fue **lanzado en México en marzo de 2024**, es **HArmonyCa**, un dispositivo médico clase III, que consiste en un bioestimulador híbrido de ácido hialurónico e hidroxiapatita de calcio, producido también por Allergan Inc. Su evento de lanzamiento tuvo como invitados a médicos líderes de la industria, así como speakers reconocidos a nivel internacional.

Algo que tuvieron muy presente, fue que muchos de los médicos son influencers y que comparten todo en sus redes sociales, así que dentro del evento consideraron spots para fotos y que fuera muy atractivo para que los médicos compartieran su participación en sus cuentas propias, favoreciendo a la parte de difusión del evento, convirtiéndolo en el evento del momento y del cuál toda la industria estuvo hablando, además de que mostraron gran interés debido a que el médico ponente era extranjero.

LANZAMIENTOS PROFHILO STRUCTURA FUERA DE MÉXICO

Dentro de la industria dermocosmética, los congresos también se han convertido en una excelente plataforma para dar a conocer avances científicos, tecnológicos y nuevos productos, resultado de años de investigación de los grandes institutos y laboratorios. Debido a que este tipo de congresos reúnen a médicos líderes en la industria de los cinco continentes.

Por eso mismo, IBSA Farmaceutici, con su área de IBSA Derma, aprovecharon la plataforma del congreso IMCAS, con sede en París para realizar el lanzamiento mundial de Profhilo Structura el 2 de febrero de 2024.

Dicho lanzamiento se llevó a cabo a través de un simposio titulado Profhilo Structura and lipolifting: the new frontier of adipose tissue restoration in response to aging. Este simposio estuvo a cargo de speakers internacionales del laboratorio como lo son: Dra. Beatriz Molina, Dr. Antonello Tateo, Dr. Fabio Massimo Ingallina, Dr. Riccardo Forte, Dr. Giovanni Salti y la Profa. Chiara Schiraldi.

Además del evento académico dentro del propio congreso, realizaron un evento externo a cargo del laboratorio donde



Imagen 5. evento IMCAS París 2024



Imagen 6. Dr. Antonello Tateo en evento IMCAS 2024



Imagen 7. Presentador evento IMCAS París 2024



Imagen 8. Pantalla 360°, Coctel IBSA, París 2024



Imagen 9. Presentación en Coctel IBSA, París 2024



Imagen 10. Coctel IBSA, París 2024

el objetivo era más la parte social y de presencia de marca. Se invitó a un grupo selecto de médicos, los cuáles recibieron su invitación a través del distribuidor IBSA del país donde radica. En él se hizo una presentación de marca y un coctel. A diferencia del evento académico dentro del congreso, éste tuvo pantallas para apoyo de branding, montaje tipo banquete con mantelería y mobiliario de acuerdo con los colores de la marca.

Ambos eventos realizados en París han favorecido enormemente para generar expectativa para los lanzamientos regionales. En Latinoamérica, el lanzamiento de este producto se ha ido realizando de manera escalonada y ha estado a cargo del distribuidor de cada país, aunque cabe señalar que el laboratorio decidió realizar un pre-lanzamiento para la región LATAM, en el congreso IMCAS Américas, el 27 de abril de 2024 en Sao Paulo, Brasil, encabezado este simposio por el Dr. Daniel Coimbra y el Dr. Eyal Kramer, donde tuvo gran aceptación.

El primer país en realizar su lanzamiento en la región LATAM, fue Chile, seguido de Argentina; se comenzó con los lanzamientos del sur al norte, por lo que el último país que se tiene contemplado con lanzamiento hasta el momento es México.



Imagen 11. Dr. Eyal Kramer, ponente en la presentación de Profhilo Structura, IMCAS Américas 2024



Imagen 12. Dr. Daniel Coimbra y Dr. Eyal Kramer, en la presentación de Profhilo Structura, IMCAS Américas 2024

MERCADO CRECIENTE DE MEDICINA ESTÉTICA

Actualmente los tratamientos dermocosméticos y toda la industria wellness han tenido un gran auge sobre todo después de la pandemia, debido a que este acontecimiento nos hizo entender la importancia de procurarnos y darnos un cuidado integral y preventivo. **Este tipo de cuidados ha ido desde la parte física, mental y emocional, y ha sido retomado por spa, centros de belleza y centros holísticos. Los cuáles se extienden por toda la república mexicana convirtiéndose en un excelente negocio.**

“Una investigación realizada por el Global Wellness Institute revela el auge de esta tendencia después de la pandemia, con ascensos anuales entre 12% y 14%, y prevé que el mercado crezca 52% para 2027.” (Ramírez, 2024)

Favoreciendo completamente a los médicos estéticos, cirujanos plásticos y dermatólogos estéticos, ya que la mayoría de las técnicas actuales en inyectables y aparatología promueven resultados naturales que favorezcan un envejecimiento paulatino y viéndose de la mejor manera sin intentar detener el paso del tiempo. Lo cuál se integra perfectamente a toda la parte wellness, donde no se pelea con envejecer.

Esta exigencia de los pacientes se está viendo reflejada en el tipo de tratamientos que cada vez son menos invasivos y en su mayoría sin tiempo de recuperación, lo que exige a su vez a los laboratorios y médicos a estar a la vanguardia, a seguir actualizándose y mejorando su oferta en los tratamientos de consultorio principalmente. Razón por la cuál los médicos están en constante capacitación y buscan eventos que le aporten académicamente y también les de visibilidad en redes sociales, ya que son una buena fuente de leads.

“...se espera que el mercado de la medicina estética alcance un valor de 26.680 millones de dólares para el año 2029”. (Data Bridge Market Research, 2025)

Es un mercado en crecimiento constante y que promete mucho.



La industria dermocosmética y de medicina estética está marcando una clara tendencia por eventos donde el enfoque sea híbrido, es decir, que se conserven las charlas científicas y académicas con ponentes expertos y reconocidos en el tema, donde sea B2B y puedan enriquecer su praxis y su negocio escuchando a colegas. Pero también tengan esta parte B2C, apoyándose en redes sociales de la marca y en influencers para un mayor alcance, evaluando claro está, que el perfil del influencer sea acorde con el de la marca y con el tipo de comunicación que se pretende transmitir.

Actualmente, ya no se busca solo lanzar un producto, lo importante es crear una experiencia satisfactoria que se quede en la mente de los invitados, ya que eso generará mayor interés por el producto tanto en colegas como en público general. En los lanzamientos como lo mencionaba el trabajar con un influencer o famoso ha favorecido a las marcas para el posicionamiento en el público en general, como es el caso de la última campaña de Radiesse, que si bien tuvo varias celebridades la región de Asia fue la más nombrada en México, debido a que su imagen es la actriz coreana Moon Ga-young, popular por varias series que estaba en tendencia en México al momento de su lanzamiento.



Imagen 13. Moon Ga-young como imagen de Radiesse

PORCENTAJE DE CULTURA Y ENTRETENIMIENTO

60%
CULTURA

En este evento el aspecto de cultura está considerado en la formación profesional y conocimientos a partir de la evidencia científica. Es una cultura médica en la que los profesionales valoran los datos objetivos, la justificación científica y el análisis de casos clínicos reales.



40%
ENTRETENIMIENTO

El aspecto de entretenimiento se ve reflejado en la experiencia creada. En la que se contempló el tipo de música, iluminación y en cada detalle, hasta en el venue, para que no fuera solo una clase magistral. Otros detalles, son los materiales realizados para que los médicos compartieran y tuvieran el sentimiento de reconocimiento y exclusividad.

CONCEPTO GENERAL

Considerando que es un producto de alta gama dentro de los dispositivos médicos y que los tratamientos estéticos se siguen considerados como un lujo y hasta cierto punto algo banal, se aprovechará esta percepción y se retomará el concepto de las fiestas Black & White, donde son fiestas formales, llenas de glamur y lujo.

Profhilo® Structura es el resultado de una larga investigación de IBSA farmacéutica. De esta investigación se originaron tres productos que categorizaron con los siguientes colores:

- Profhilo | bronce
- Profhilo Body | Plata - gris
- Profhilo Structura | Oro - ocre

Mencionado todo lo anterior, se decidió modificar un poco el concepto convirtiéndolo en un evento Gold & White. Aprovechando el color propio de la marca generar la sensación de lujo y exclusividad. Es importante resaltar en todo momento la exclusividad evento y el producto, tanto en características reológicas como en mecanismo de acción.



The background of the entire slide is a light gray surface covered with numerous water droplets of various sizes. Some droplets are in sharp focus, showing internal reflections and refractions, while others are blurred in the background, creating a sense of depth. The droplets are scattered across the entire frame, with a higher concentration in the upper and lower portions.

INFORMACIÓN GENERAL

UBICACIÓN DEL EVENTO



Dr. Claudio Bernard 111,
esquina con Niños Héroes,
Cuauhtémoc, C.P. 6720, CDMX.

ESTACIONAMIENTO

Se contrató servicio de valet parking para mayor comodidad de los asistentes. El venue tiene convenio con varios estacionamientos lo cual facilita considerablemente la llegada y recibimiento de los automóviles.

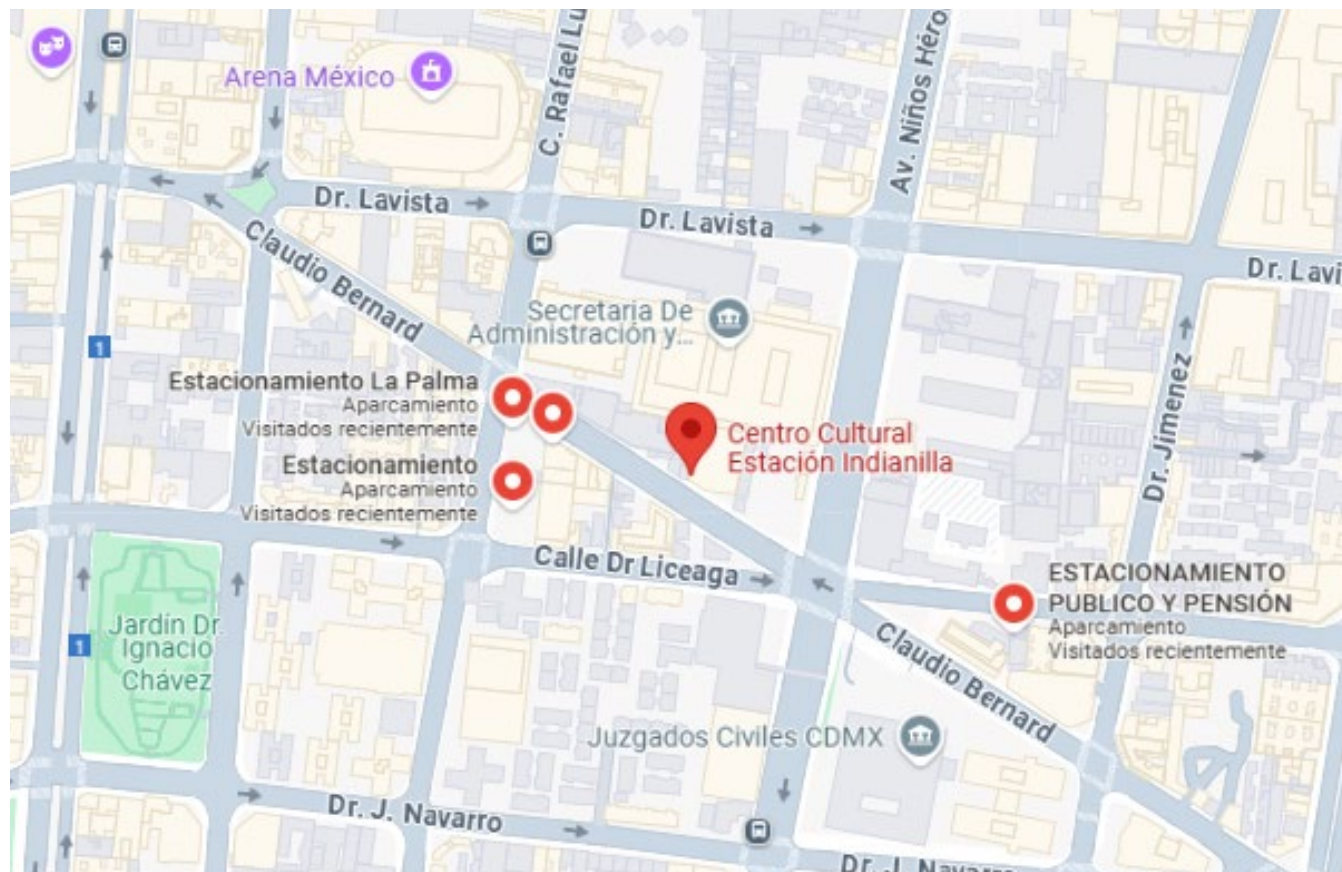


Imagen 15. Captura de pantalla de Google Maps

LOCALIZACIÓN DEL EVENTO

PÚBLICO OBJETIVO

Médicos Dermatólogos, Cirujanos Plásticos y Médicos Estéticos usuarios de Profhilo® y Profhilo® Body.

Médicos reconocidos y líderes de opinión a nivel nacional, que radican en las principales ciudades.

Debido a que Dermavan México cuenta con dos distribuidores autorizados, uno en la zona de Bajío con sede en Querétaro y otro en la zona Noreste con sede en Monterrey, se aprovechó esta alianza comercial para tener un mejor impacto en los médicos obetivos.



Imagen 16. Mapa con los estados contemplados de los invitados



SEDE FÍSICA

PLANO DEL VENUE

PISO DESTINADO
PARA EL EVENTO

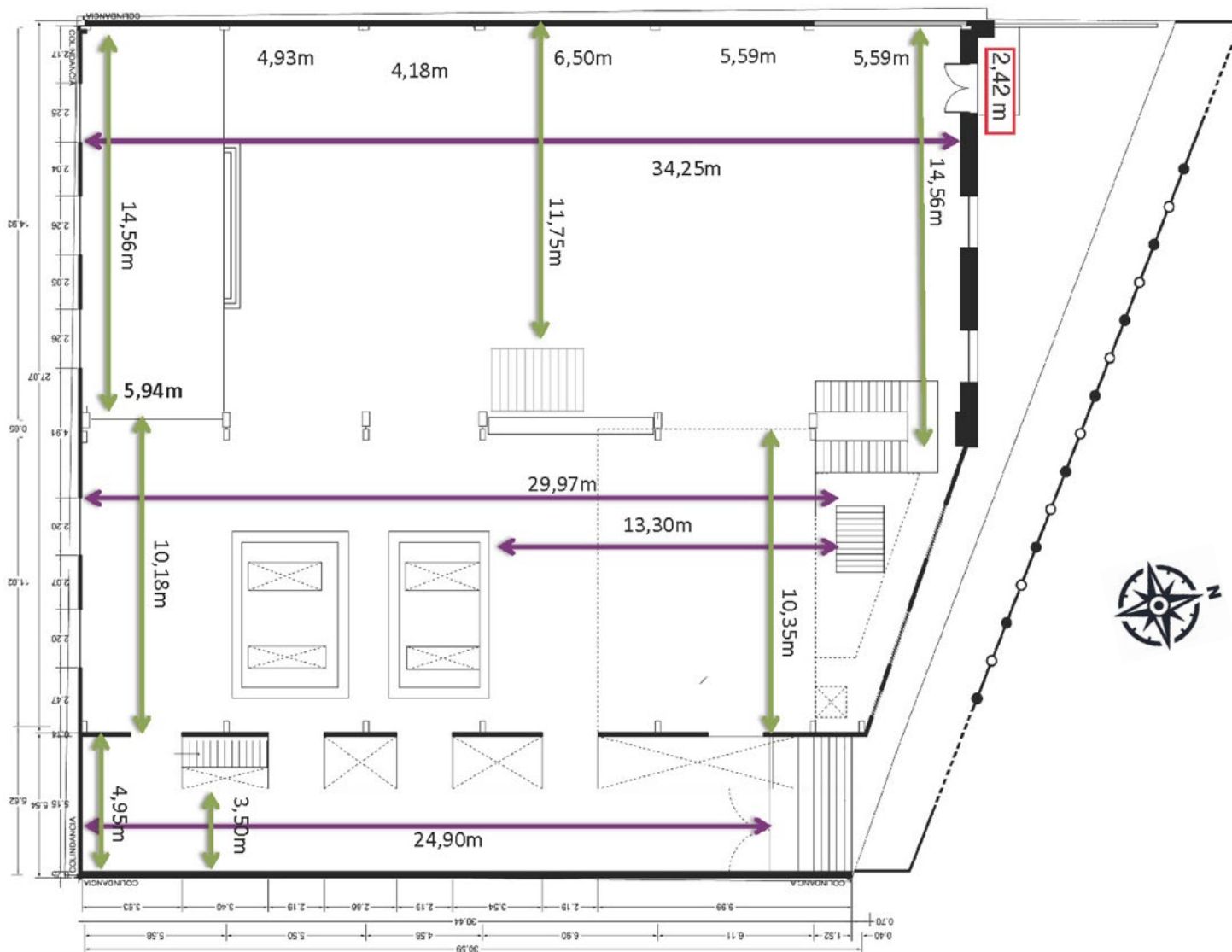


Imagen 17. Mapa proporcionado por el venue

PROFHILO STRUCTURA; restauración del tejido adiposo.
La nueva frontera anti-envejecimiento

Estación Indianilla | 10/04/2025 | Aforo máx. 140



LUGARES DENTRO DE LA SEDE



Imagen 18. Fachada de Estación Indianilla.



Imagen 19. Arcos en el pasillo.

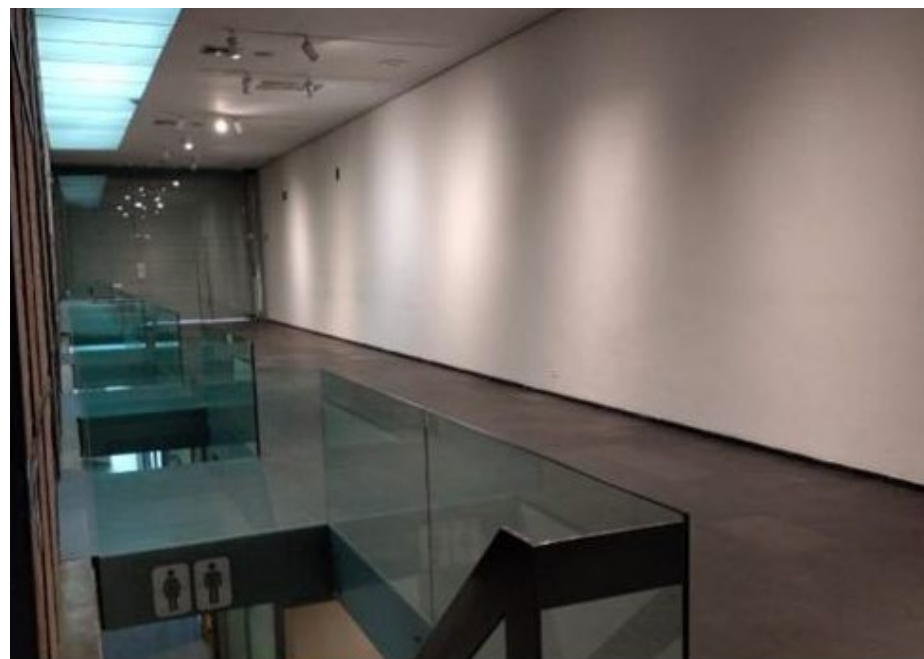


Imagen 20. Pasillo de entrada.

LUGARES DENTRO DE LA SEDE



Imagen 21. Zona de turbinas.



Imagen 24. Salón para plenaria.

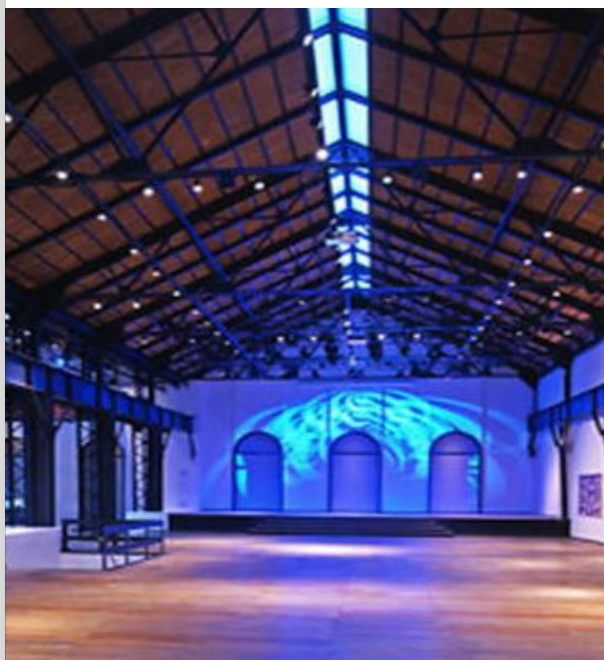


Imagen 22. Salón para plenaria con iluminación.

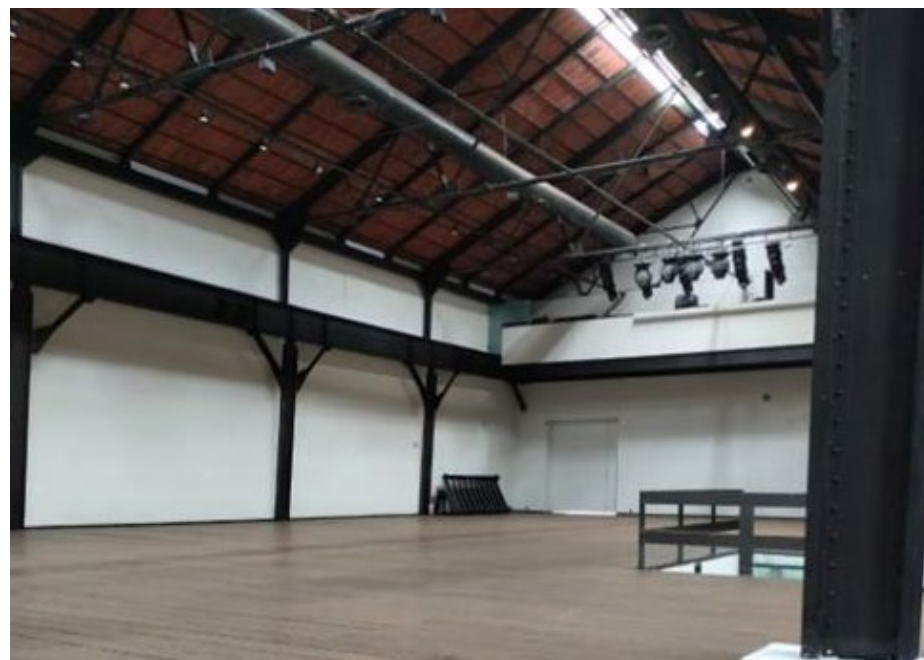


Imagen 23. Parte posterior del salón para plenaria.

DIRECTORIO

DEL LUGAR

Allan Masri
Director
estacionindianillacc@gmail.com
56 1408 4583

Patricia Anaid
Asistente de dirección
55 6696 4172

Imagen 25. Estación indianilla, foto nocturna




EstaciónIndianilla
 centro cultural

The background of the entire image is a light gray surface covered with numerous water droplets of various sizes. Some droplets are large and clear, showing internal reflections, while others are smaller and more numerous. The overall effect is a fresh, clean, and dynamic texture.

DISEÑO

DE EVENTO

BRAND PERSONA

PERSONALIDAD

- **Innovadora:** Siempre busca la vanguardia en tecnología, no se conforma busca una constante evolución.
- **Experta:** Su innovación parte del conocimiento y estudios, siempre se guía por la evidencia científica.
- **Empática:** No aprovecha las inseguridades de las personas, les hace ver su propia belleza y como resaltarla.
- **Inspiradora:** Fomenta el autocuidado procurandose así misma. Para que no sea visto solo como algo vanal sino una muestra de amor propio.

ARQUETIPOS: EL SABIO Y EL MAGO

VALORES

- Empoderamiento
- Seguridad
- Responsable
- Profesional
- Empatía

TONO DE VOZ

- Convincente
- Cercano
- Profesional

APARIENCIA VISUAL

Es moderna, minimalista pero con detalles que demuestran exclusividad. Una imagen muy limpia, con color blanco como uno de sus principales y acentos dorados.



TARGET

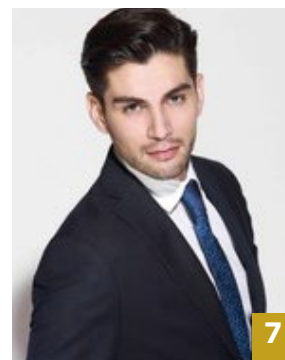
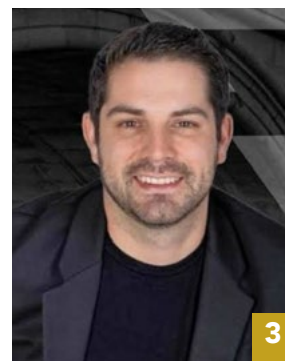
Médicos **Dermatólogos, Cirujanos Plásticos y Médicos Estéticos** usuarios de Prophilo® y Prophilo® Body.

Médicos reconocidos y líderes de opinión que tienen su propia clínica y se ubican en las principales ciudades del país, de las zonas centro, bajo, occidente y noreste.

Rondan entre los 30 a 50 años, son médicos con al menos 5 años de experiencia dentro del medio. **Interesados en su capacitación constante, en el uso de productos de calidad.**

Son personas que más allá de su profesión, cuidan mucho su aspecto personal y siempre se mantienen en tendencia con productos de skincare y belleza, ya que, para ellos es una inversión su imagen. Algunos de ellos son también influencers de life style.

Imagen 26. Fotografías de algunos médicos líderes de opinión en México: 1. Dra. Ingrid López Gehrke (Dermatóloga). 2. Dr. Polo de Velasco (Dermatólogo). 3. Dr. Rafael Vizcaino (Médico Estético). 4. Dra. Daniela Marín (Dermatóloga). 5. Dra. Fátima Fernández (Médico Estético). 6. Dr. Fernando Guerrero Burgos (Cirujano Plástico). 7. Dr. Uriel Hedding (Médico Estético). 8. Dra. Isela Méndez (Dermatóloga).



BUYER PERSONA

DR. ALEJANDRO RIVAS LECONA



PERFIL PERSONAL

Tiene 38 años y es originario de Guadalajara, Jalisco. Actualmente está casado y tiene un hijo pequeño. Su estilo de vida es equilibrado entre profesionalismo intenso y el bienestar personal. Le gusta viajar en familia y conocer nuevos restaurantes *fine dining*, apasionado del *glam camping*.

PERFIL PROFESIONAL

Médico cirujano egresado del Tec de Monterrey, con diplomados en medicina estética en España e Italia. Tiene 10 años en práctica estética en consulta privada. Cuenta con cursos en el extranjero (IMCAS, AMWC), miembro de sociedades médicas estéticas.

Trabaja en su clínica apropiada de medicina estética con alto volumen de pacientes. Entre los servicios que ofrece están: Toxina botulínica, fillers, bioestimuladores y aparatología.

MOTIVACIONES PROFESIONALES

Diferenciar su clínica con tecnología exclusiva y de alta gama, ofreciendo tratamientos innovadores y seguros con respaldo científico. Capacitarse continuamente y mantenerse como referente en su ciudad.

OBJETIVOS

- Ampliar su portafolio con tecnologías que actúen a nivel estructural para ofrecer nuevas opciones a sus pacientes que buscan resultados naturales.
- Posicionar su práctica como pionera en protocolos de biorremodelación avanzada.
- Maximizar la rentabilidad con tratamientos de alta demanda, mínimamente invasivos y con poco tiempo de recuperación.

COMPORTAMIENTO DE COMPRA

- Consulta estudios clínicos antes de integrar un producto nuevo y valora la reputación de la marca y exclusividad.
- Asiste a lanzamientos presenciales privados.
- Toma decisiones de compra tras ver resultados de colegas.
- Tiene presupuesto para inversión inicial si el producto justifica su ROI.

IDENTIDAD & LÍNEA DE ESTILO

Para este evento la identidad y línea de estilo estuvo apegada a lo establecido por el laboratorio al que le pertenece la marca: IBSA Farmaceutici. Ellos proporcionaron el manual de identidad a seguir ya que es una marca ya establecida y no se podía salir de sus parámetros.

La línea de estilo de IBSA, es muy limpia, evita saturar de elementos o colores y es muy estricto con sus lineamientos. Se caracteriza por una estética minimalista, médica y profesional, lo que ayuda a transmitir innovación y confianza.

- **PALETA DE COLORES:** tonos neutros y sofisticados como blanco, grises suaves y toques metálicos que además de reforzar el tema de la pureza de sus productos, transmite también exclusividad.
- **TIPOGRAFÍA:** sans serif y moderna, que refuerzan la idea de innovación y vanguardia.
- **COMPOSICIÓN:** uso generoso del espacio en blanco, simetría visual y estructuras bien definidas.
- **ELEMENTOS GRÁFICOS:** trazos y texturas inspirados tejidos dérmicos, gel de ácido hialurónico y moléculas, resaltando el concepto de estructura y soporte natural.
- **FOTOGRAFÍA:** rostros reales, bien iluminados, sin retoques excesivos, mostrando la belleza natural.

LOGOTIPO

PROFHILO[®]
S T R U C T U R A

PROFHILO[®] S T R U C T U R A

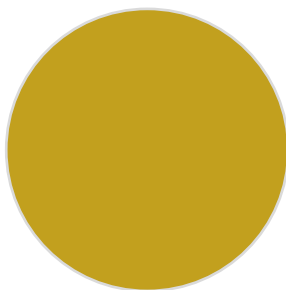
MOODBOARD



Imagen 28. Imágenes tomadas de Pinterest.

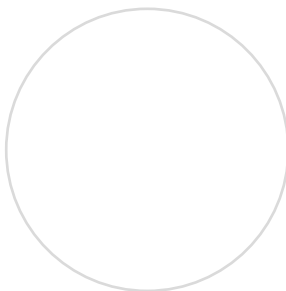
PALETA DE COLOR & ELEMENTOS GRÁFICOS

PRINCIPALES



OCRE

Pantone 7753 C
C23 M31 Y95 K9
R194 G160 B30
#c2a01e



BLANCO

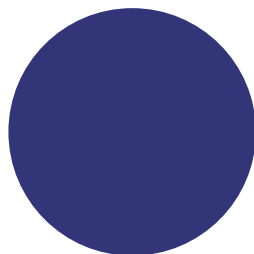
Pantone WHITE
C0 M0 Y0 K0
R255 G255 B255
#ffffff



DORADO

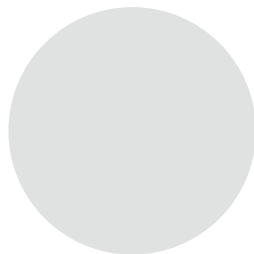
Utilizado en
aplicaciones
con foil o
decoración.

SECUNDARIOS



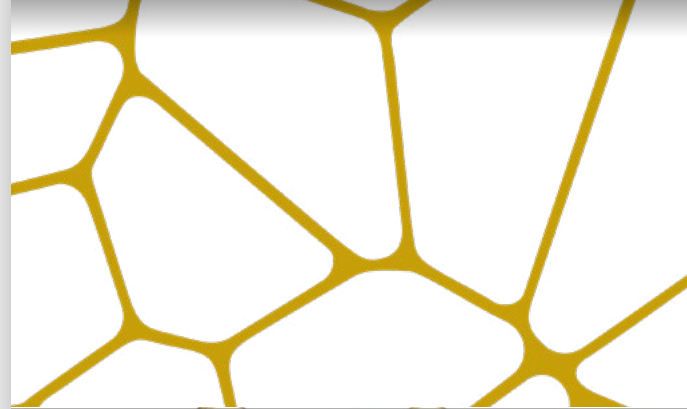
MARINO

Pantone 2118 C
C96 M89 Y18 K5
R50 G54 B121
#323679



GRIS

Pantone 877 C
C47 M35 Y35 K15
R137 G140 B142
#c2a01e



TIPOGRAFÍAS

PRIMARIA & SECUNDARIA

AVENIR

TIPOGRAFÍA PRINCIPAL

Utilizada para todos los materiales digitales e impresos.

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789

ARIAL

TIPOGRAFÍA SECUNDARIA

Utilizada para pies de imagen y se hace la excepción y se utiliza en presentaciones para evitar desajuste en cambio de dispositivos.

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789

APLICACIONES DEL DISEÑO



Imagen 29. Invitación vista externa



Imagen 30. Banda para el cabello



Imagen 31. Invitaciones vista exterior e interior



Imagen 32. Pelota antiestrés



Imagen 33. Tarjetas de agradecimiento

APLICACIONES DEL DISEÑO



Imagen 34. Table tent vista programa



Imagen 35. Table tent vista menú



Imagen 36. Camisa varones



Imagen 37. Camisa damas

APLICACIONES DEL DISEÑO



Imagen 38. Caballetes barra de bebidas



Imagen 39. Números de mesa



Imagen 40. Caballete reservado



Imagen 41. Brochure breve de Profilo Structura

APLICACIONES DEL DISEÑO



Imagen 42. Bolsa de loneta de Profhilo Structura



Imagen 43. Banner de recibimiento



Imagen 44. Espejo con luz para escritorio



Imagen 45. Letrero zona de coctel

VIAJE DEL USUARIO



NECESIDAD	CALIFICAR	COMPRAR	UTILIZAR	RECOMENDAR
PR Laboratorio	EARLY EXPERIENCE Speakers nacionales	VISITA MÉDICA Visita de asesores comerciales	REDES SOCIALES Publicación de médicos que asistirán	REDES SOCIALES Publicación de la entrega de invitaciones
CONGRESOS Médicos KOL	SOCIAL ADS Campaña de expectativa	REDES SOCIALES Anuncio de fecha de evento	FAQS Temas de aplicación y ventajas	BOCA A BOCA Publicaciones de los médicos post evento.
BOCA A BOCA Médicos asistentes a congresos	MEDIA Brochure digital			MAILING Encuesta de satisfacción.

PLANOS & RENDERS

PLANO DE ZONAS A UTILIZAR

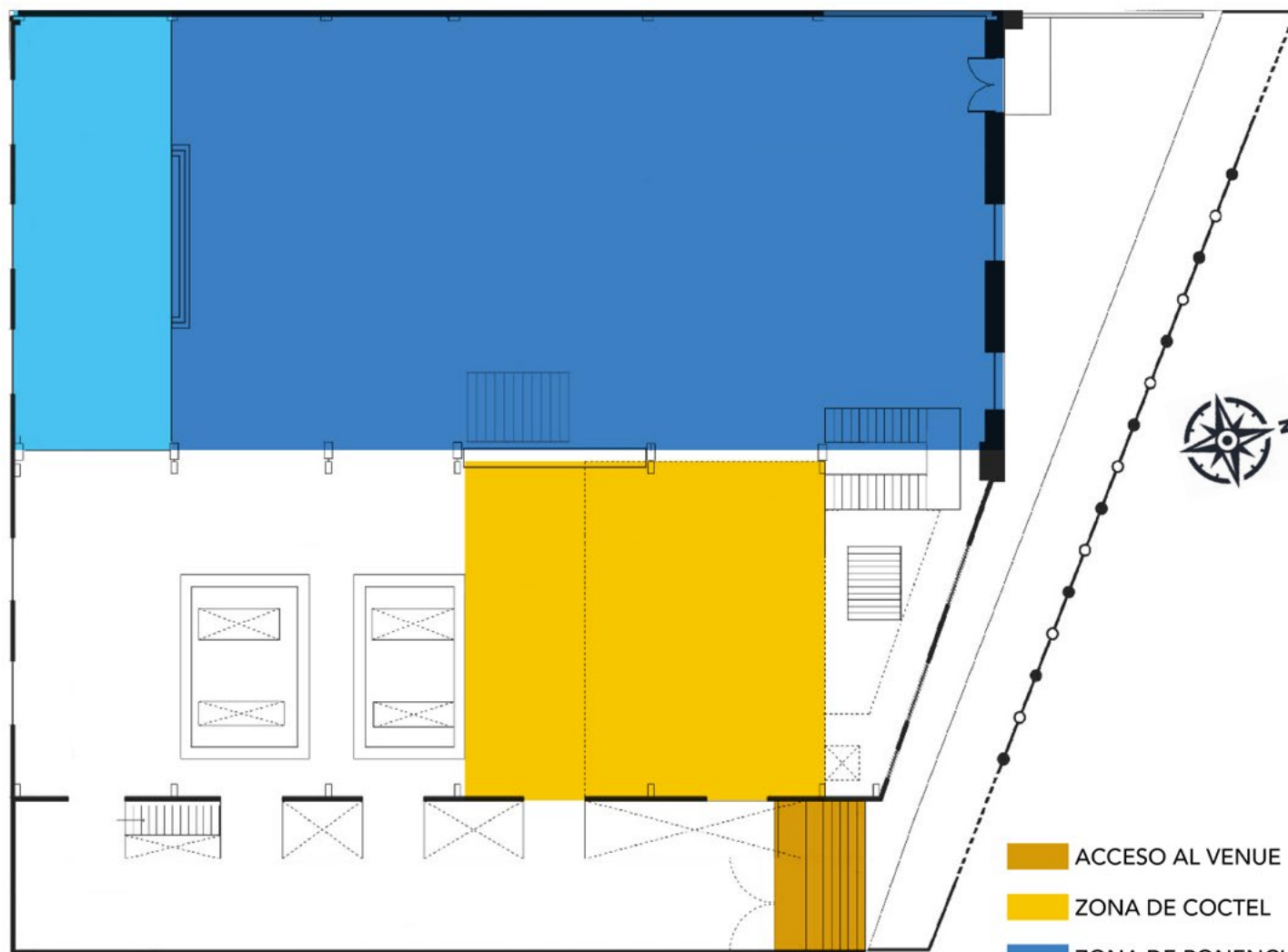


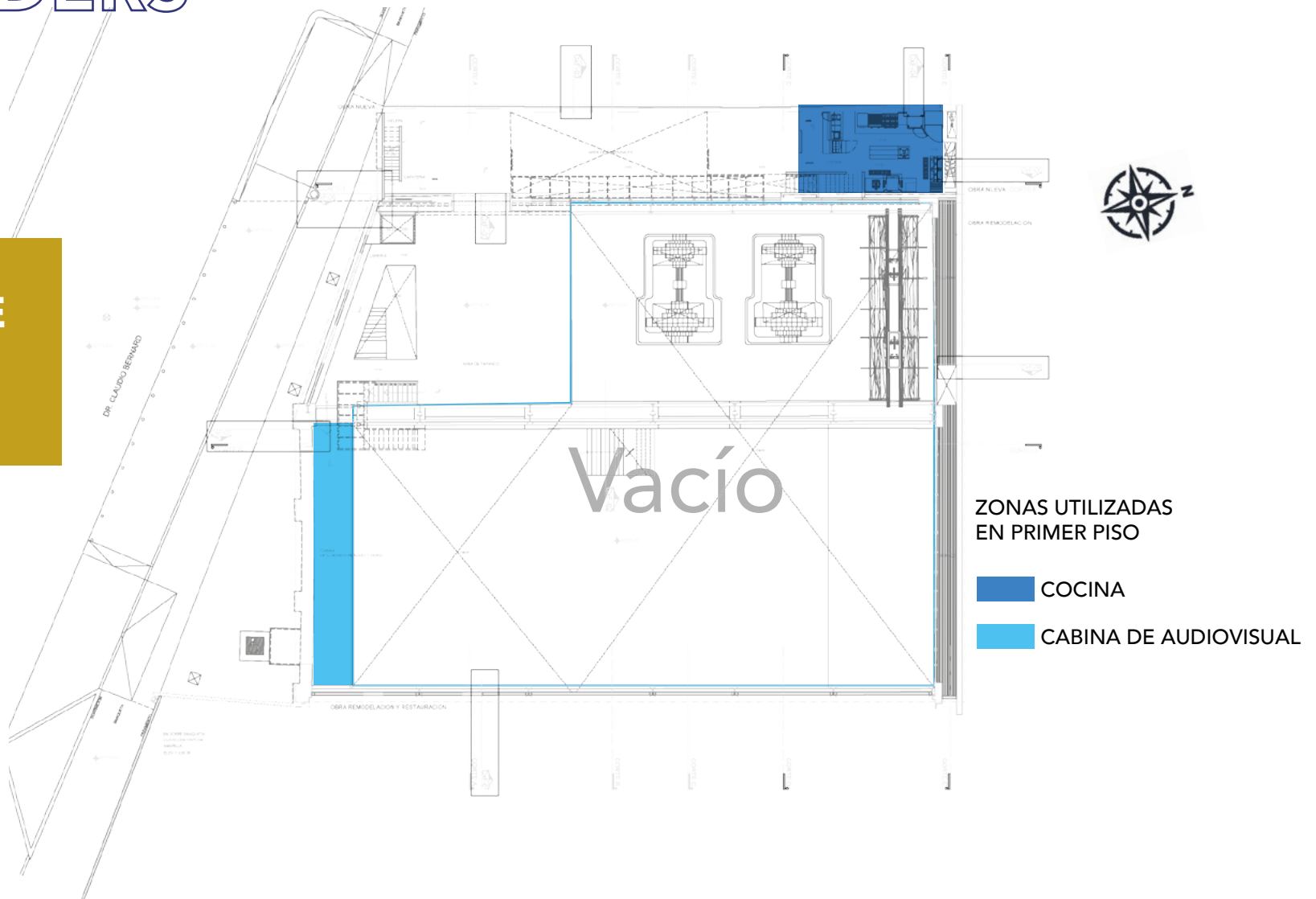
Imagen 46. Plano proporcionado por el venue
y adaptado según necesidades

PROFHILO STRUCTURA; restauración del tejido adiposo.
La nueva frontera anti-envejecimiento

Estación Indianilla | 10/04/2025 | Aforo máx. 140

PLANOS & RENDERS

PLANO DE ZONAS A UTILIZAR



PROFHILO STRUCTURA; restauración del tejido adiposo.
La nueva frontera anti-envejecimiento

Estación Indianilla | 10/04/2025 | Aforo máx. 140

Imagen 47. Plano proporcionado por el venue
y adaptado según necesidades

PLANO DE ZONAS A UTILIZAR



 SANITARIOS

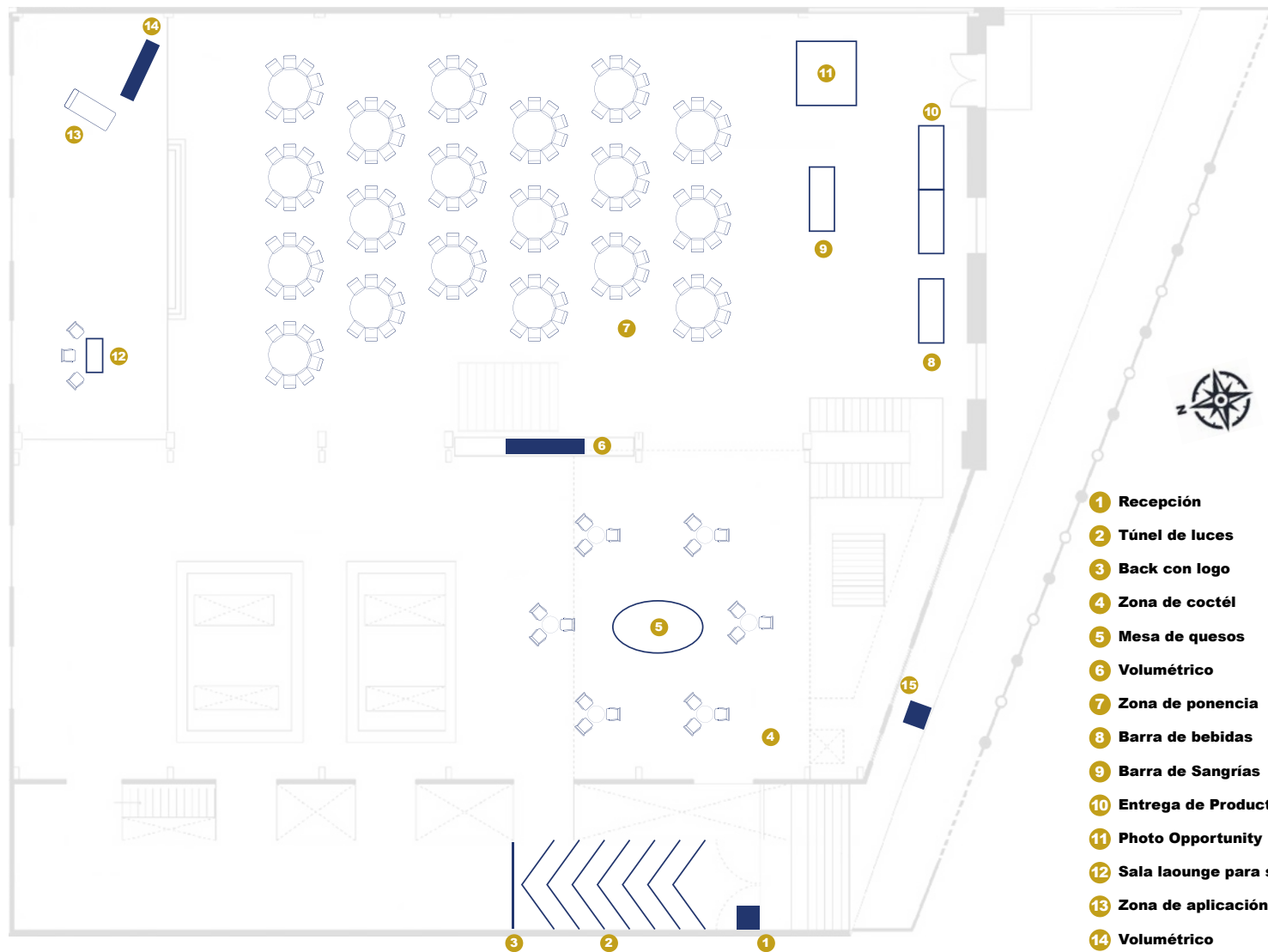
 BODEGA PARA
GUARDARROPA

PROFHILO STRUCTURA; restauración del tejido adiposo.
La nueva frontera anti-envejecimiento

Estación Indianilla | 10/04/2025 | Aforo máx. 140

Imagen 48. *Plano proporcionado por el venue y adaptado según necesidades*

PLANOS & RENDERS



PLANO MONTAJE

- 1 Recepción
- 2 Túnel de luces
- 3 Back con logo
- 4 Zona de coctél
- 5 Mesa de quesos
- 6 Volumétrico
- 7 Zona de ponencia
- 8 Barra de bebidas
- 9 Barra de Sangrías
- 10 Entrega de Producto
- 11 Photo Opportunity
- 12 Sala laounge para speakers
- 13 Zona de aplicación
- 14 Volumétrico
- 15 Vallet Pankign

PROFHILO STRUCTURA; restauración del tejido adiposo.
La nueva frontera anti-envejecimiento

Estación Indianilla | 10/04/2025 | Aforo máx. 140

Imagen 49. Plano proporcionado por el venue y adaptado según necesidades

PLANOS & RENDERS



Imagen 50.
*Render proporcionado
por Mex Siting*



PLANOS & RENDERS



Imagen 51.
*Render proporcionado
por Mex Siting*



PLANOS & RENDERS



Imagen 52.
*Render proporcionado
por Mex Siting*



PLANOS & RENDERS



Imagen 53.
*Render proporcionado
por Mex Siting*



PLANOS & RENDERS



Imagen 54.
*Render proporcionado
por Mex Siting*



PLANOS & RENDERS



Imagen 55.
*Render proporcionado
por Mex Siting*



APLICACIONES DIGITALES



Imagen 56. Historia en cuenta de instagram de Dermavanmex de la Dra. Claudia Campos



Imagen 57. Historia en cuenta de instagram del Dr. Sadot Robledo

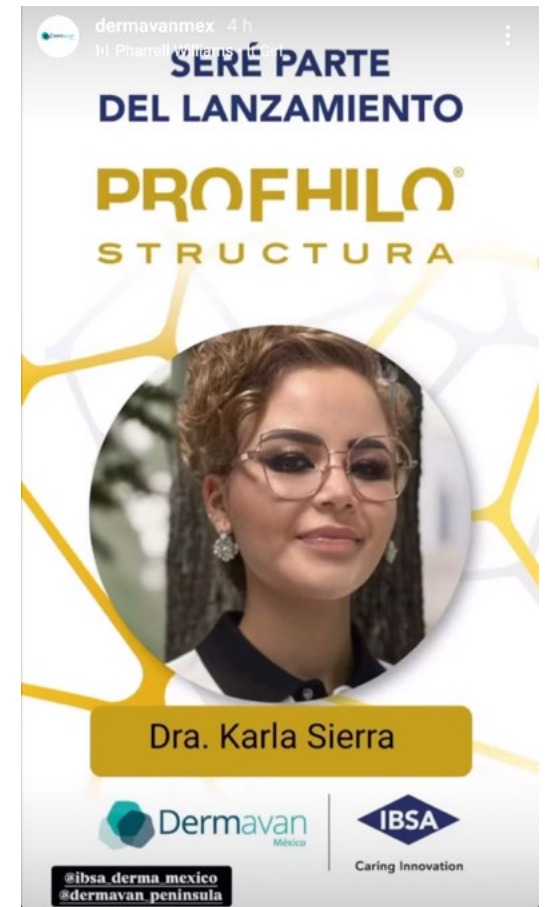


Imagen 58. Historia en cuenta de instagram de Dermavanmex de la Dra. Karla Sierra

APLICACIONES DIGITALES



Imagen 59. Publicaciones en instagram enero-febrero



Imagen 60. Publicaciones en instagram febrero-marzo



Imagen 61. Publicaciones en instagram marzo-abril

APLICACIONES DIGITALES



Imagen 62. Save the date | Capturas del reel publicado en la cuenta de instagram de Dermavanmex

The background of the entire image is a dense field of water droplets of various sizes, creating a textured, bubbly effect. The droplets are clear and reflective, with some showing internal refraction and highlights.

TEMAS

& SECCIONES

ÁREAS DE TRABAJO



COORDINACIÓN

Gabriela Herrera /
Guadalupe Hernández

- Establecer concepto y necesidades del evento.
- Seleccionar la agencia a cargo de la producción del evento.
- Coordinar con las diferentes áreas las entregas y tiempos establecidos.
- Durante el evento supervisar que todo el staff interno y externo cumplan las actividades asignadas.



PRODUCCIÓN

Mariana Campos

- Buscar y proponer venues acordes al brief entregado.
- Entregar cotizaciones de todo lo solicitado.
- Realizar el diseño del evento (escenario, mobiliario, loza, propuesta de menú).
- Encargarse del montaje y desmontaje el día del evento.



MARKETING

Guadalupe Hernández

- Establecer las estrategias de lanzamiento, incluido el evento de lanzamiento.
- Coordinar con el área comercial la oferta y demanda.
- Desarrollar los materiales necesarios digitales e impresos.
- Coordinar la producción y entrega de materiales.



COMERCIAL

Liliana Alvarado

- Generar la estrategia comercial de lanzamiento, junto con los precios.
- Establecer las cuotas iniciales de los asesores comerciales.
- Coordinar la capacitación con área médica del nuevo producto.
- Segmentar los médicos potenciales e invitarlos.
- Recibir y estar atento a los médicos, durante el evento.

ÁREAS DE TRABAJO



MEDICAL AFFAIRS

Dr. Alfredo Salmón

- Revisar contenidos para folletería y presentaciones
- Seleccionar a médicos y dar seguimiento a los protocolos del early experience
- Conseguir a los pacientes para live injection
- Asistir al médico ponente durante el live injection



LOGÍSTICA

July Arboleda

- Realizar la compra e importación de pedido de producto para la preventa.
- Transportar a los speakers a donde se requiera.
- Realizar el montaje de sillar de aplicación en el venue.
- Llevar materiales y producto para la entrega al final.
- Entrega de producto y promocionales, a la lista de médicos que realizaron compra previa.



COORDINACIÓN DE TALENTO

Fulvio Santacatterina

- Seleccionar a los speakers.
- Coordinar las solicitudes que tengan los speakers.
- Revisar con los speakers temas y presentaciones.



ADMINISTRACIÓN Y FINANZAS

Leonardo Arboleda/
Silvio Rodríguez

- Establecer y controlar presupuestos.
- Autorizar propuestas y/o señalar modificaciones.
- Efectuar los pagos necesarios.

PRODUCCIÓN DE ÁREAS

COORDINACIÓN

RE: nuevo minuto a minuto



Hola Gaby,

Revisando el minuto a minuto, considero que los micrófonos durante la ponencia deben de ser de diadema o solapa, ya que los médicos generalmente señalan o apuntan a la pantalla y mueven mucho las manos, por lo cual el micrófono de mano es impráctico.

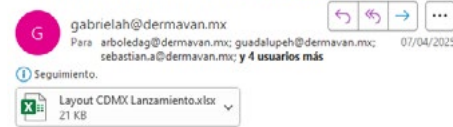
En cuanto a la colocación de la camilla, habíamos quedado que se montaría antes, de hecho en mails anteriores coordinaste con Mariana colocarla el día 9, vi que en el archivo viene señalado a las 14:52 y en ese momento, realmente solo se debería pasar a la paciente y que el dr. Salmón o quien vaya a asistir a Colmbra esté junto a la camilla para lo que necesite. Te lo comento porque tú misma ya lo tenías contemplado así.

Saludos

Guadalupe Hernández
Brand Manager | IBSA

Imagen 63. Revisión de MbM

Asignación de mesas - Evento lanzamiento CDMX



Hola

Les anexo el plano con la asignación de mesas ya verificado con Sebastian y Lupita.

Siguiente paso, hacer la lista para sacar las fotocopias y que cada Asesor Comercial cuente con un listado para que conozca las mesas en las que están asignados sus médicos.

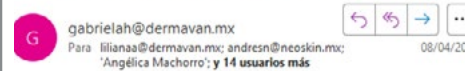
En cuanto tengamos el listado se los enviaremos.

saludos

GABRIELA HERRERA
GERENTE DE EVENTOS Y CONGRESOS

Imagen 64. Asignación de mesas

Entrega de Camisas Proffilo Structura



ola buenas tardes

motivo de este mail es para informarles que **A PARTIR DE HOY A LA 30 PM PUEDEN PASAR A LAS OFICINAS DE DERMAVAN A RECOGER CAMISA/BLUSA** para el lanzamiento de Proffilo Structura.

¡ importante que pasen cuanto antes, ya que la camisa debe ancharse y tal vez lavarse.

uchas gracias

iludos

GABRIELA HERRERA
GERENTE DE EVENTOS Y CONGRESOS

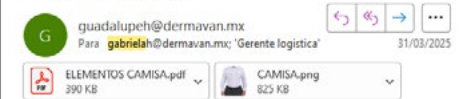
+52 5554330035 gabrielah@dermavan.mx

@dermavanmx www.dermavanmx



Imagen 65. Entrega de camisas

RE: Diseño de camisa



Buen día Gaby,

Como ya te había comentado el viernes, no se puede separar el logo, eso está prohibido en cualquier marca, por lo tanto no se podría tomar ese segmento del logo a poner en vertical y no me sorprendería que nos genere algún comentario de parte de IBSA sobre todo ahorita que están tan cuidadosos con su imagen y el respeto de la misma.

Me declaro en total desacuerdo con esta acción, de cualquier manera les envío el archivo como lo solicitaron. Los dos elementos vienen en el mismo archivo en vectores, para que sin importar el sistema de reproducción pueda ser ocupado y ajustado al tamaño que mejor convenga en la prenda. Este tipo de prendas no van con marcas premium y menos con eventos de lanzamiento, pero no es mi decisión.

Te comparto el color por si te llegan a preguntar cuál es: Pantone 7753 C.

Saludos

Imagen 66. Diseño de camisa

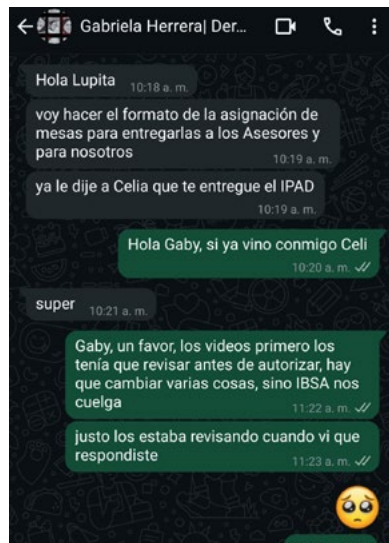


Imagen 67. Revisión de videos



Imagen 68. Revisión de programas

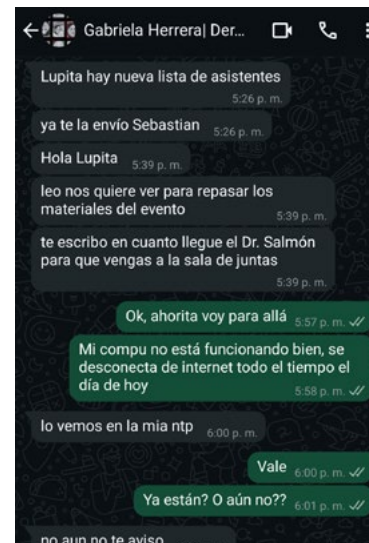


Imagen 69. Lista nueva de asistentes



Imagen 70. Revisión de acreditaciones

PRODUCCIÓN DE ÁREAS

PRODUCCIÓN

LANZAMIENTO Y LOGO OBSEQUIOS

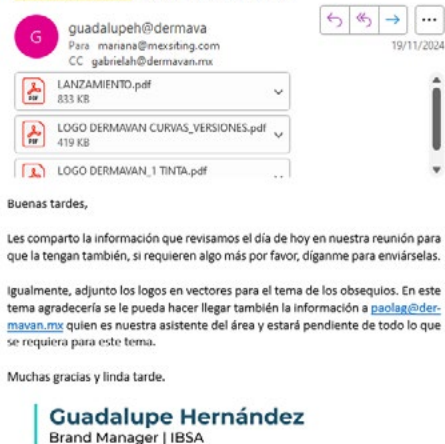


Imagen 71. Primer envío de materiales

RE: Materiales para Perfilho Structura



Imagen 72. Materiales de la marca

Propuesta Lanzamiento Perfilho | Versión 1



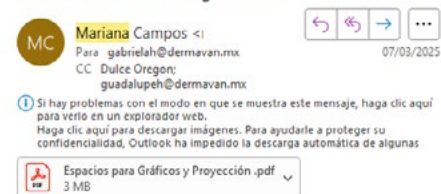
Imagen 73. Propuesta versión 1

Re: Propuesta Lanzamiento Perfilho | Versión 1



Imagen 74. Programación de junta

Re: Puntos de Branding - Lanzamiento Perfilho S...



Hola Gaby!

Muchas gracias por tu minuta. Recibe en adjunto el archivo igualmente con los detalles y puse en rojo lo que queda pendiente para seguimiento. Revisando la cantidad de esferas luminosas son un total de 16. En el mismo archivo se indican los 3 tamaños. Aprovecho para compartirte por aquí los ejemplos de loops y te pido discreción con la información compartida. En el caso de Círculo de Crédito el loop tuvo mayor duración y no contiene información o "highlights" porque fue para su fiesta de fin de año pero en este caso se recomienda incluir información importante del producto de lanzamiento y la duración puede quedar en 30 o 40 "

Imagen 75. Puntos de branding

Re: Puntos de Branding - Lanzamiento Perfilho S...

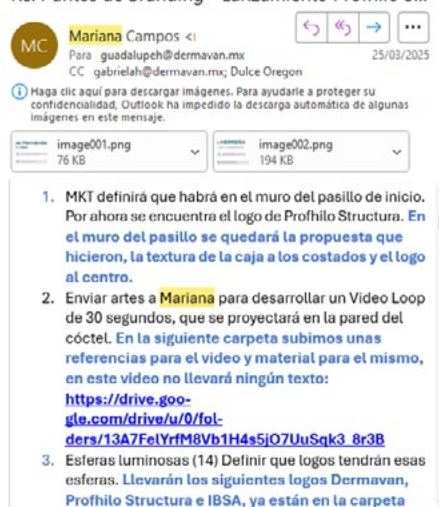


Imagen 76. Puntos de branding a detalle

Re: Puntos de Branding - Lanzamiento Perfilho S...



Imagen 77. Confirmación de medidas de volumétricos

Alimentos Confirmados | Evento Perfilho

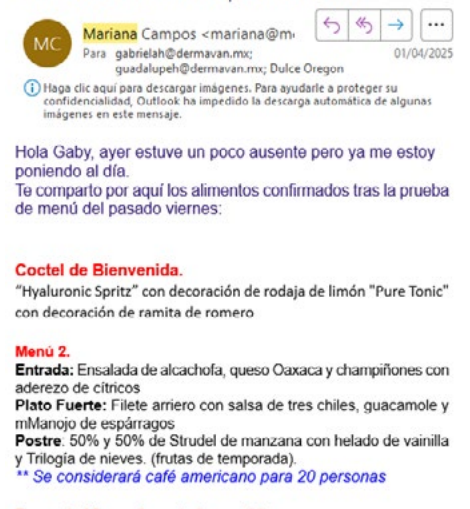


Imagen 78. Confirmación de alimentos

PRODUCCIÓN DE ÁREAS

MARKETING



Imagen 79. Manual de entrenamiento



Imagen 80. Folleto y postal



Imagen 81. Revisión postal

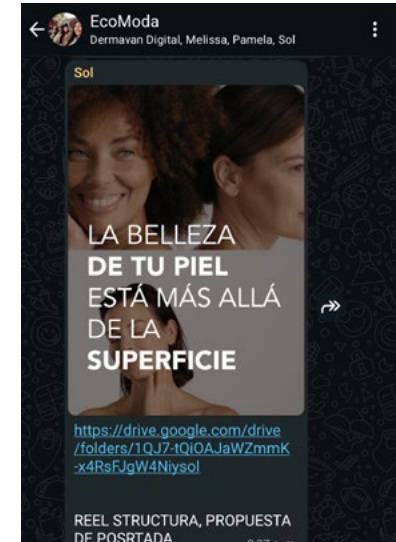


Imagen 82. Revisión reel

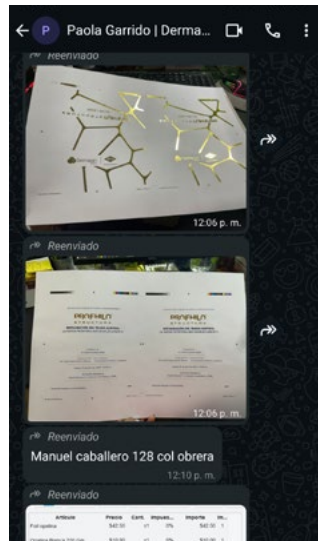


Imagen 83. Impresión de invitaciones

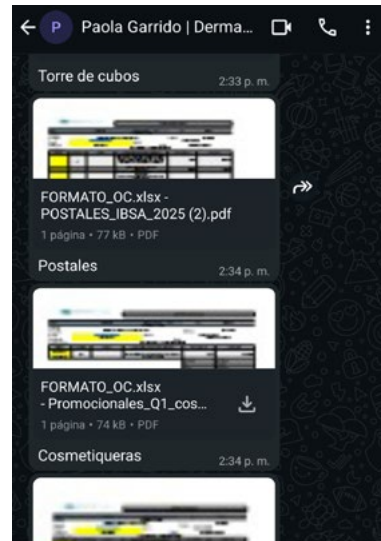


Imagen 84. Órdenes de compra de promocionales



Imagen 85. Video Speaker



Imagen 86. Revisión reel

PRODUCCIÓN DE ÁREAS

COMERCIAL

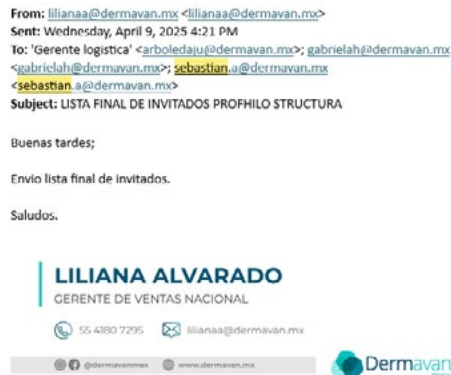


Imagen 87. Lista final de invitados



Imagen 88. Revisión de nombres de médicos

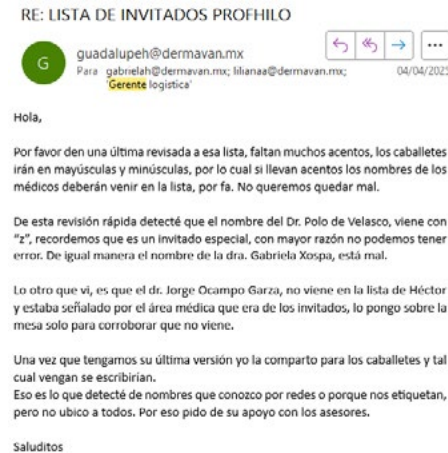


Imagen 89. Corrección lista de invitados

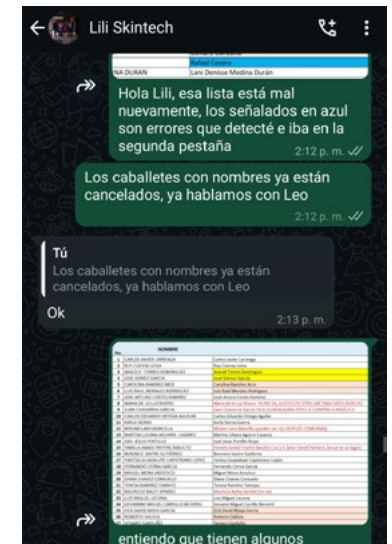


Imagen 90. Corrección lista de invitados

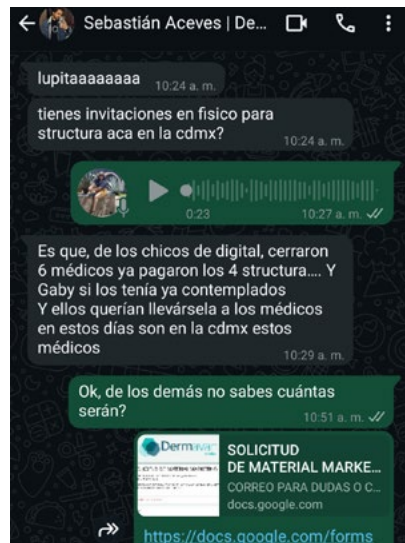


Imagen 91. Solicitud de invitaciones



Imagen 92. Revisión de difusión de materiales

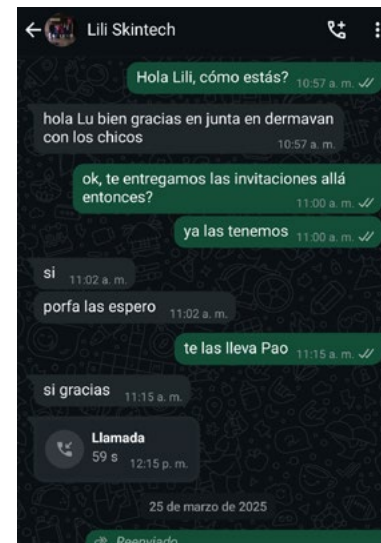


Imagen 93. Entrega de invitaciones

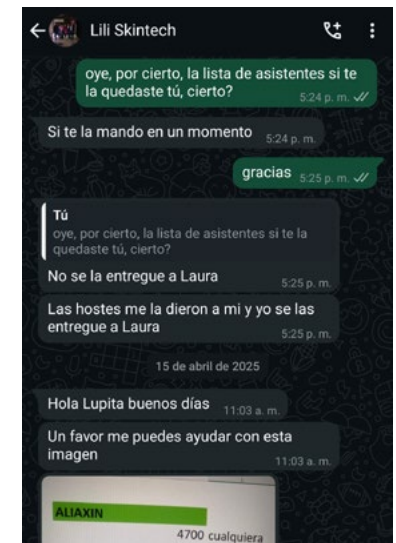


Imagen 94. Lista de registro

PRODUCCIÓN DE ÁREAS

MEDICAL AFFAIRS



Imagen 95. Nuevo MbM

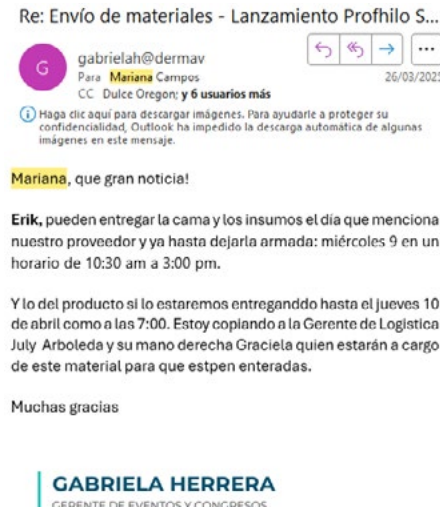


Imagen 96. Envío de materiales

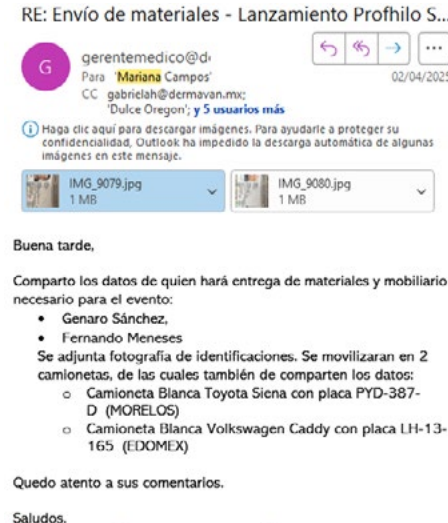


Imagen 97. Aviso de entrega de materiales

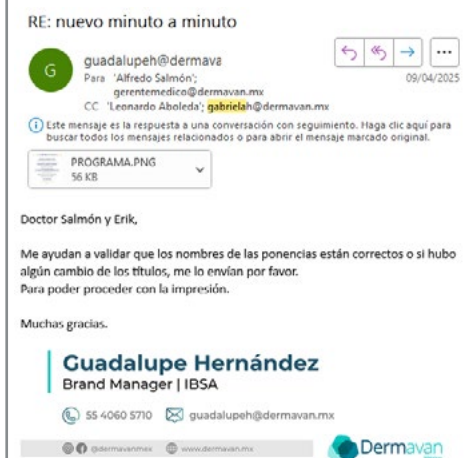


Imagen 98. Revisión de programa



Imagen 99. Video speaker

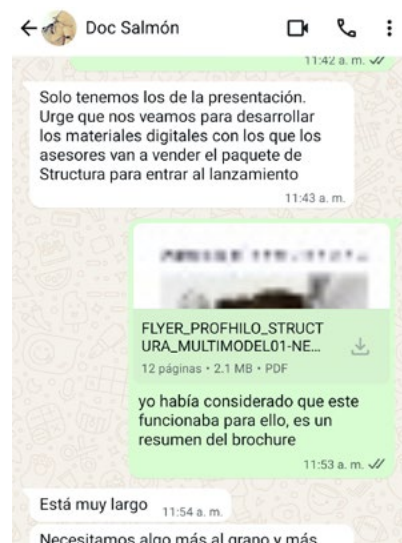


Imagen 100. Flyer Structura

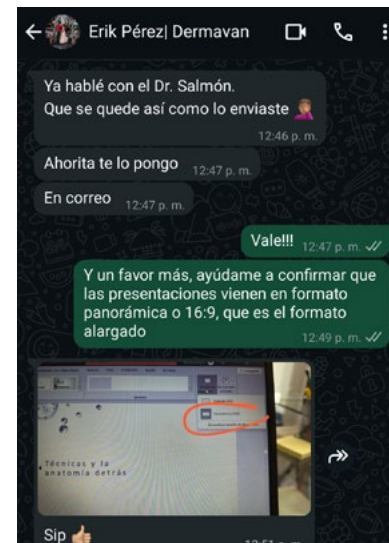


Imagen 101. Confirmación de medidas de presentación

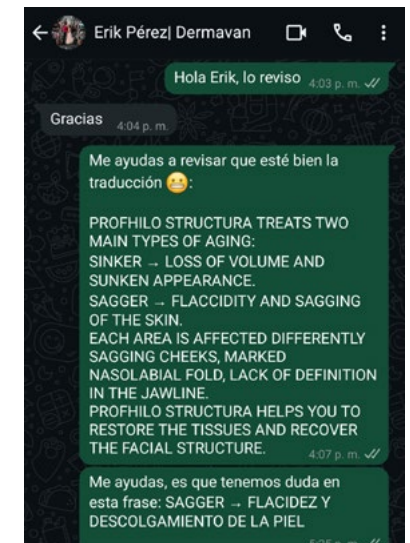


Imagen 102. Traducción

PRODUCCIÓN DE ÁREAS

COORDINACIÓN DE TALENTO

PRESENTACION LANZAMIENTO STRUCTURA



Santacatterina Fulvio <fulvio.santacatt

Para alfredosalmon@dermavan.mx;
guadalupeh@dermavan.mx

09/04/2025

Hola a los dos,
que bajen la presentacion los dos por si acaso:

Aquí esta la liga:

<https://www.swisstransfer.com/d/70f1edd2-90dd-4f5b-98ce-1085deff5924>

Hasta mañana
Fulvio



Fulvio Santacatterina
Medical Science Liaison
Medical Affairs

IBSA Corporate
☎ +390371617484
www.ibsagroup.com



Imagen 103. Envío de presentaciones



Imagen 104. Envío de video

Debido a mi salida de la empresa, me fue imposible recabar evidencias del trabajo en conjunto con el área de logística, con quienes se coordinó el envío de materiales y armados de kits. Y también con el área de finanzas y administración, con quienes se revisaban los avances y autorizaciones de presupuesto y ajustes en el evento.

REDES SOCIALES

Cuentas utilizadas en Instagram



ibsa_derma_mexico Siguiendo ▾ Enviar mensaje

430 publicaciones 12,2 mil seguidores 2392 seguidos

IBSA Derma México
IBSA Derma México mx
#BeautyBeyondStandards
Profhilo | Allixin | Viscoderm | Profhilo Structura
Distribuidor oficial en México @dermavanmex
🔗 linktr.ee/IBSADERMA

pam_a.r, derma.marin y 59 más siguen esta página



dermavanmex Siguiendo ▾ Enviar mensaje +

874 publicaciones 7152 seguidores 3671 seguidos

Dermavan México
Salud/belleza
Especialistas en productos de medicina estética.
📌 Nuestras marcas
@ibsa_derma_mexico
@curacen_mex... más
🔗 dermavan.mx

Para el evento de lanzamiento de Profhilo Structura, se realizó una **campaña previa para generar expectativa del producto**. Las redes sociales utilizadas fueron principalmente **Instagram y whatsapp**, en donde los asesores de ventas compartían los materiales realizados en sus estados y algunos seleccionados se les enviaban a su panel de médicos asignados.

Dicha campaña fue publicada en la cuenta regional de IBSA y en la cuenta del distribuidor autorizado en el país, Dermavan México.

Fue una campaña B2B, dirigida a médicos interesados en tratamientos profesionales, mínimamente invasivos, con respaldo científico y resultados naturales.

La campaña de expectativa estuvo dividida en etapas, comenzando publicaciones en enero y hasta el recap del día de lanzamiento:

- De lo general a lo particular
- Tejido adiposo
- Como profhilo Structura puede beneficiar a la piel
- Save the date
- Mejora la calidad de vida de tu paciente
- Video memoria.

REDES SOCIALES

Enero | De lo general a lo particular

Mencionar la importancia de las Estructuras en todo y como están en constante evolución. Hacer la incapié de que todo está hecho a partir de estructuras y terminar con “nuestra piel tiene su propia eSTRUCTURA”.

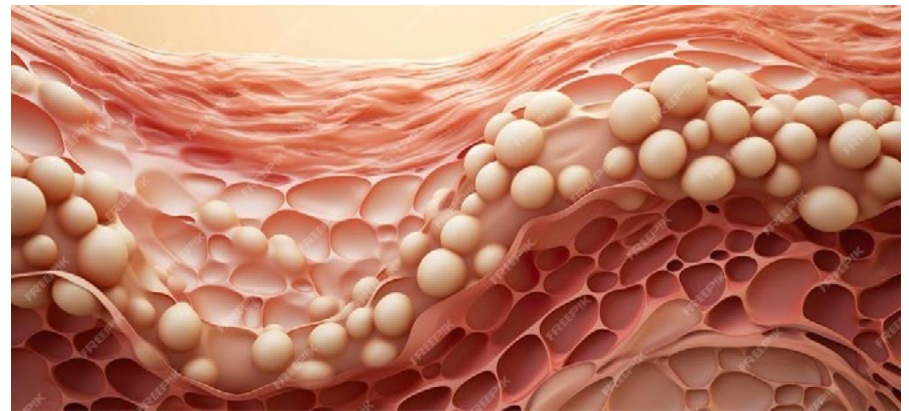
Imagen 105. Imágenes tomadas de Pinterest



Febrero | Tejido adiposo

Hablar sobre qué es el tejido, como se deteriora y cómo favorecer la viabilidad de los adipocitos. Exponer la importancia del cuidado de este tejido para mejorar la calidad de la piel y como su deterioro es un factor importante en el envejecimiento.

Imagen 106. Tomadas de banco de imágenes, Freepick

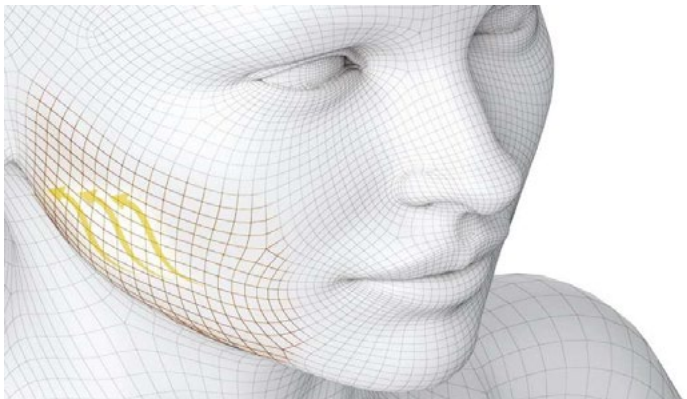
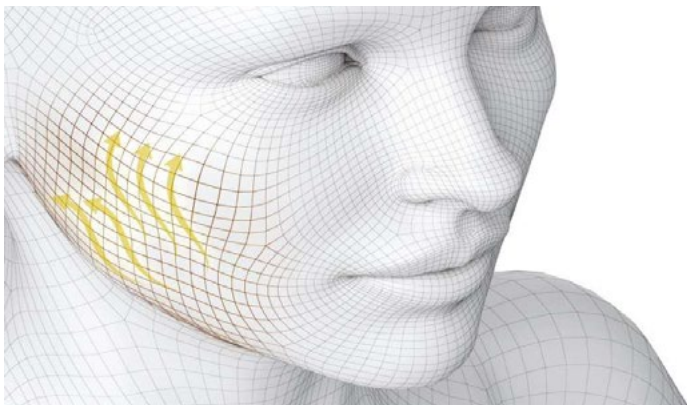


REDES SOCIALES

Marzo | Cómo Prophilo® Structura puede ayudarte

Mostrar la tecnología que está detrás de Prophilo® Structura, su mecanismo de acción, los tipos de pacientes que son ideales para el tratamiento, protocolos y estadísticas de beneficios y resultados.

Imagen 107. Esquemas tipo de pacientes Prophilo Structura



Abril | Mejora de calidad de vida en el paciente // lanzamiento

En esta etapa habrá dos temas principales:

- Eventos de Lanzamiento: CDMX, Guadalajara y Tijuana (anuncio de los mismos y recap de cada uno)
- Fotos testimonio de las pacientes del Early Experience.

Imagen 108. Directivos de IBSA en el lanzamiento de Argentina

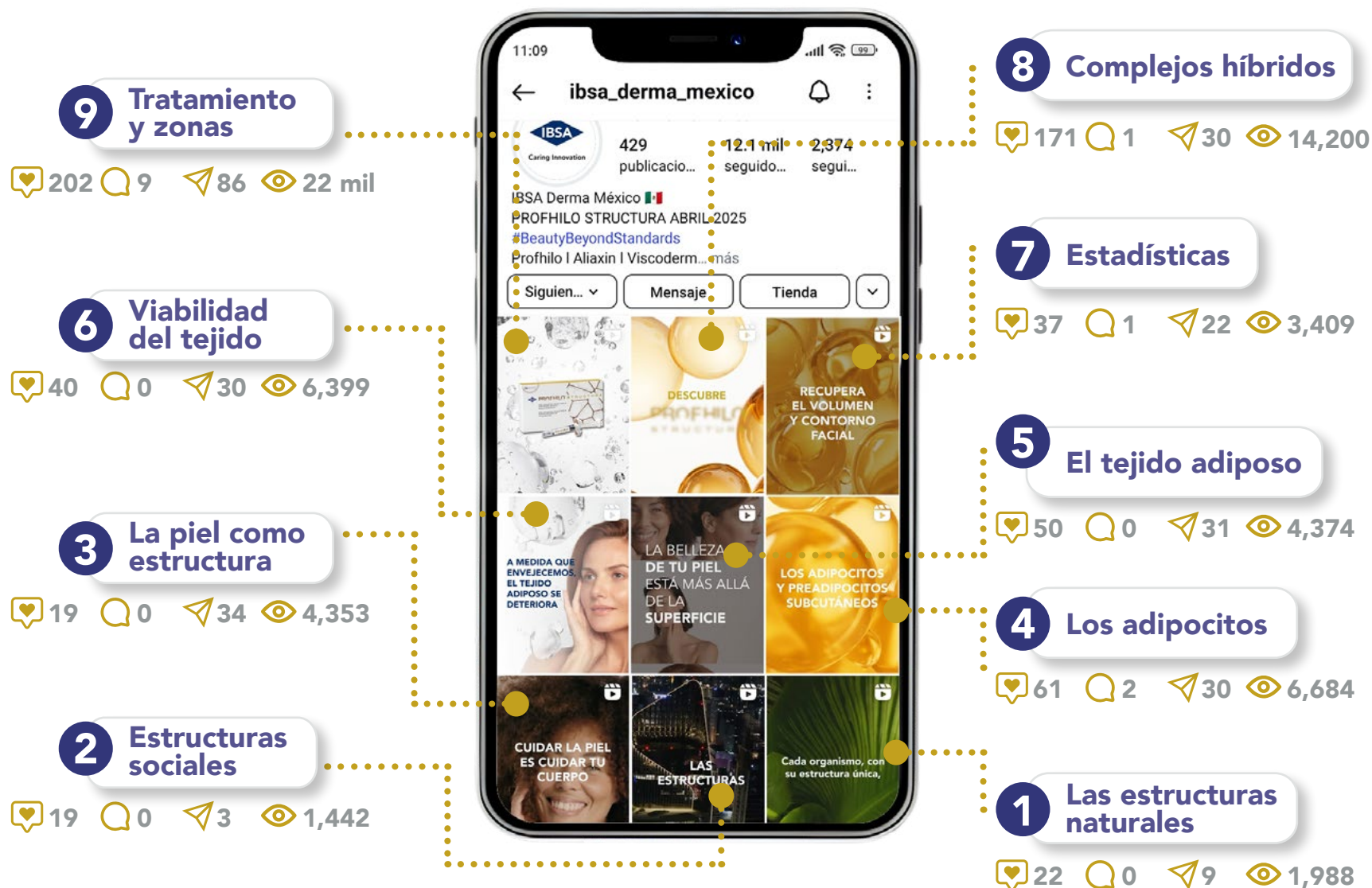


Imagen 109. Personas idóneas para el tratamiento



REDES SOCIALES

PREVIO AL ANUNCIO DEL EVENTO



REDES SOCIALES

DESPUÉS DEL ANUNCIO DEL EVENTO



REDES SOCIALES

SEMANA PREVIA Y VIDEO RECAP

24 Video Lanzamiento Tijuana

38 1 3 1,799

21 Medicina regenerativa

24 1 20 3,275

20 Workshop

51 11 9



23 Video Lanzamiento CDMX

27 0 8 1,798

22 Tendencia

21 0 17 1,900

19 Belleza auténtica

47 0 21 12,9 mil

FODA

F

FORTALEZAS

- Producto con respaldo científico
- Venue bien establecido y céntrico
 - Respaldo del laboratorio
 - Registro COFEPRIS
- Ponentes reconocidos a nivel internacional



OPORTUNIDADES

- Producto esperado por el sector de la medicina estética
- Alta demanda de inyectables en el país
- Posicionar a Dermavan como distribuidor de IBSA



DEBILIDADES

- Evento con compra mínima
- Espacio sin accesos para personas con discapacidad
- Venue ubicado en zona de tráfico y manifestaciones
- Demostración en vivo, siempre puede haber algún riesgo



AMENAZAS

- Alto nivel de competencia en productos inyectables
- Prácticas no reguladas, gran número de inyectores fraude
- Introducción de producto comprado fuera del país y/o pirata

ANÁLISIS FODA

The background of the entire slide is a light gray surface covered with numerous water droplets of various sizes. Some droplets are in sharp focus, showing internal reflections and refractions, while others are blurred in the background, creating a sense of depth. The droplets are scattered across the entire frame, with a higher concentration in the upper and lower portions.

LOGÍSTICA & OPERACIÓN

FICHA TÉCNICA

EMPRESA

Dermavan México | IBSA Derma

TÍTULO DEL EVENTO

PROFILO STRUCTURA; restauración del tejido adiposo.
La nueva frontera anti-envejecimiento.

FECHA Y HORA

Jueves 10 de abril de 2025.

12:00 a 17:00 horas.

LUGAR

Centro Cultural Estación Indianilla

Claudio Bernard 111, Doctores, Cuauhtémoc, 06720,
Ciudad de México, CDMX.

AFORO

Aforo máximo 140 médicos con invitación previa.

ACCESO

Acceso con compra mínima de 4 piezas de Prophilo Structura.
Inversión mínima por acceso \$ 15,680 | \$3,920 por pieza.

PÚBLICO OBJETIVO

Médicos Dermatólogos, Cirujanos Plásticos y Médicos Estéticos usuarios de Prophilo® y Prophilo® Body.

Médicos reconocidos y líderes de opinión a nivel nacional,
que radican en las principales ciudades.



Imagen 110. Fachada de Estación indianilla

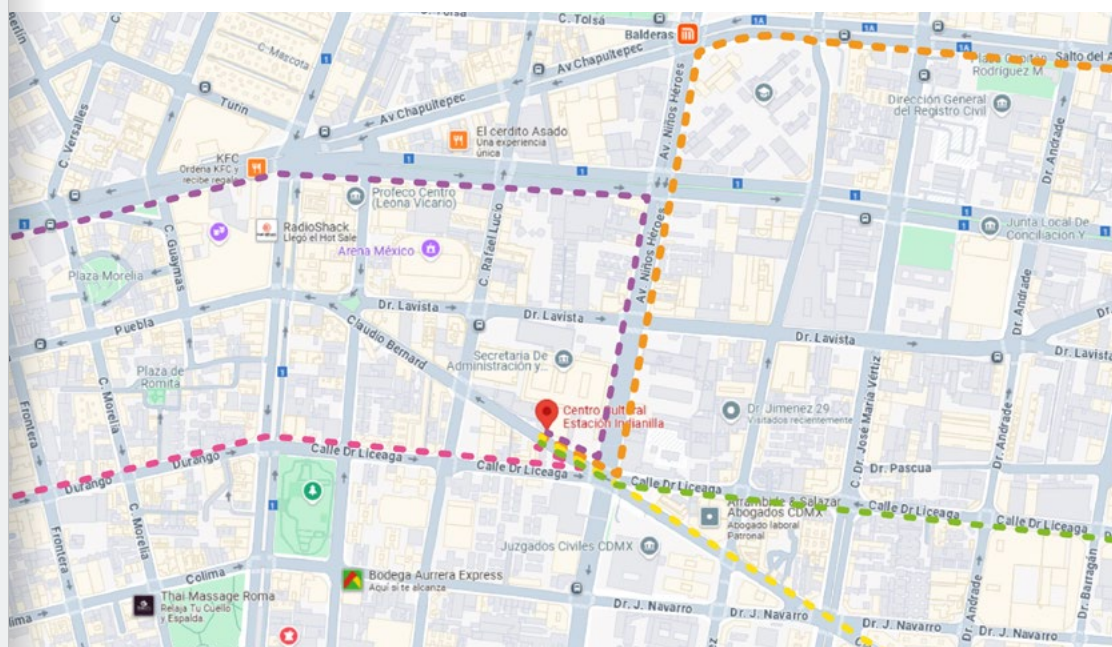


Imagen 111. Recomendaciones viales para llegar al venue

EQUIPO DE TRABAJO



Planeado

PRESUPUESTO Y RECURSOS

Presupuesto inicial fue \$800,000. Con lo cual se debería cubrir desde la renta del venue, alimentos y bebidas, hasta promocionales y obsequios que se tuvieran contemplados. Se contempló para 100 médicos más 20 personas de staff de la empresa (asesores comerciales, speakers, coordinadoras y directivos)

Agregado a partir de lo ocurrido

El evento aumentó su número de invitados con 25 médicos más y aproximadamente \$250,000 adicionales por solicitudes del director general.

MISIÓN Y OBJETIVOS

Presentar a Profhilo® Structura en el mercado de la medicina estética, mostrando su innovación y tecnología exclusiva para la restauración del volumen facial a través de la Bioremodelación del tejido adiposo. **El objetivo comercial es vender 4 piezas de producto por médico invitado, para vender 400 piezas mínimas en preventa.**

NORMAS DE COMUNICACIÓN

- La principal forma de comunicación fue **vía correo electrónico** con copia a los involucrados, para tener la misma información.
- Por el mismo medio se notificará de **reuniones presenciales**, para revisión de avances.
- En cuanto a la comunicación con la agencia encargada de la producción fue por mail, pero se facilitó la **comunicación vía WhatsApp** para revisión de artes para hacerlo más inmediato.

- Se deberá enviar **minuta al termino de cada junta** para confirmar la información acordada
- Si existe algún **acuerdo verbal fuera de reuniones** donde no esté todo el equipo se deberá de **comunicar por mail con el resto** para mantenerlos informados

Planeado

PROCESO DE TRABAJO

- **Plantear objetivos y necesidades** del evento.
- Realizar **cronograma con responsabilidades por área** con los encargados de cada una.
- Calendarizar **juntas periódicas** de seguimiento.
- Establecer actividades por área para el día del evento.
- **Revisión de aciertos y áreas de oportunidad** en reunión post-evento.

Agregado a partir de lo ocurrido

- En caso de imprevistos, las juntas se deberán tomar vía remota o avisar con antelación para reagendar con el equipo.
- **Evitar la recalendarización constante y la entrega de información posterior a la fecha indicada.**

EVALUACIÓN DEL DESEMPEÑO

- **Objetivos claros y precisos** por cada área.
- **Metas alcanzadas** por etapa de desarrollo del evento y avance del resto de las mismas.
- **Reforzar comportamientos adecuados.**
- Detección de áreas de oportunidad.
- **Retroalimentación constante y escucha activa.**

La retroalimentación y la escucha activa debe tomarse con madurez y realizarse de manera muy respetuosa para que el equipo siga avanzando y siendo eficiente. Al ver las fechas de entrega evaluamos que áreas estaban cumpliendo y cuáles no.

REGLAS BÁSICAS

- **Respetar horarios y tiempos establecidos** en todo momento, tanto para entrega de información, reuniones y llegada al evento.
- **Usar el gafete asignado y respetar las áreas a las que se tengan acceso** con el mismo.
- La vestimenta establecida no podrá ser modificada o reemplazada por alguna otra prenda.
- **La entrega de producto durante el evento solo podrá realizarlo el equipo de logística.**

- No podrán ingerir alcohol ninguna persona del staff (ya sea de producción, comercial o área médica) durante el tiempo que dure el evento.

RESOLUCIÓN DE CONFLICTOS

- **Detección temprana del conflicto:** Fomentar la comunicación abierta para poder detectar los incidentes a tiempo y evitar un problema.
- **Claridad de roles y responsabilidades:** Lo cual ayuda a no invadir ni dejar áreas olvidadas, pero también es un indicador de donde se necesita trabajar más.
- Enfoque en resolver problemas, y no en encontrar culpables; **si bien se tienen responsabilidades individuales también se comparte la generación de soluciones.**
- Seguimiento y retroalimentación.

- Mejorar la comunicación asertiva y respetar siempre la opinión de los demás.
- **Respetar las reglas establecidas, quien irrumpa en ellas se solicitará a la persona que se retire.**
- Tratar con respeto a todo el equipo.
- En caso de algún incidente el integrante más cercano del equipo deberá resolverlo, en caso de necesitar apoyo, solicitarlo.

EQUIPO DE TRABAJO

INTEGRANTES DEL EQUIPO / ROLES

Planeado

- Gabriela Herrera / Gerente de eventos y congresos
Investigador de recursos - extrovertido
- Guadalupe Hernández / Brand Manager IBSA
Impulsor - retador
- Dr. Alfredo Salmón / Director médico
Cohesionador - cooperativo
- Liliana Alvarado / Gerente comercial
Especialista - autónomo
- Pamela Aguilar / Digital manager
Creativo - imaginativo
- July Arboleda / Gerente de logística
Coordinador - maduro
- Silvio Rodríguez / Director de Finanzas
Evaluador - serio
- Leonardo Arboleda / Director General
Evaluador - serio

Agregado a partir de lo ocurrido

- Silvio Rodríguez / Director de Finanzas
Jefe
- Leonardo Arboleda / Director General
Jefe

FIRMAS

Líder
Líder
Líder

Líder
Líder
Líder

Líder
Líder
Líder

ORGANIGRAMA

#	NOMBRE	CARGO	ZONA			
			ACCESO	ZONA PONENCIA Y COCTEL	ESCENARIO	ZONA DE ENTREGA DE PRODUCTO
1	Gabriela Herrera	Coordinadora de evento	Sí	Sí	No	Sí
2	Guadalupe Hernández	Coordinadora de evento	Sí	Sí	No	Sí
3	Mariana Campos	Productora	No	Sí	No	No
4	Dulce Oregón	Asistente de producción	No	Sí	No	No
5	Liliana Alvarado	Coordinadora área comercial	Sí	Sí	No	No
6	Sebastián Aceves	Asistente área comercial	Sí	Sí	No	No
7	Brian Peña	Atención al cliente	No	Sí	No	No
8	Marisol Cruz	Atención al cliente	No	Sí	No	No
9	Angélica Machorro	Atención al cliente	No	Sí	No	No
10	Santiago Arboleda	Atención al cliente	No	Sí	No	No
11	Andrés Navarro	Atención al cliente	No	Sí	No	No
12	Laura Trejo	Atención al cliente	No	Sí	No	No
13	Jorge Flores	Atención al cliente	No	Sí	No	No
14	Héctor Almaguer	Atención al cliente	No	Sí	No	No
15	Dr. Alfredo Salmón	Coordinación de medical affairs	No	Sí	No	No
16	Erik Pérez	Asistente de medical affairs	No	Sí	Sí	No
17	Dayra Ramos	Asistencia médica	No	Sí	Sí	No
18	July Arboleda	Coordinación de logística	No	Sí	No	Sí
19	Graciela Becerril	Staff de logística	No	Sí	No	Sí
20	Laura Fonseca	Staff de logística	No	Sí	No	Sí
21	Genaro Sánchez	Staff de logística	No	No	No	Sí
22	Fernando Romero	Staff de logística	No	No	No	Sí
23	Leo Magnani	Coordinación de talento	No	Sí	Sí	No
24	Fulvio Santacatterina	Coordinación de talento	No	Sí	Sí	No
25	Leonardo Arboleda	Dirección administrativa y finanzas	No	Sí	Sí	No
26	Silvio Rodríguez	Dirección administrativa y finanzas	No	Sí	No	No



CREW LIST

#	NOMBRE	EMPRESA	ÁREA	ACTIVIDADES	CONTACTO	MOMENTO DE APOYO
1	Gabriela Herrera	Dermavan	Coordinación	Coordinación general del evento	55 5433 0035	Pre-evento, Montaje, Evento, Desmontaje
2	Guadalupe Hernández	Dermavan	Coordinación - MKT	Coordinación general del evento	5540605710	Pre-evento, Montaje, Evento, Desmontaje
3	Pamela Aguilar	Dermavan	Marketing	Estrategia en redes sociales	55 2128 2430	Pre-evento, Evento
4	Marisol Arvizu	Dermavan	Marketing	Diseño de gráficos para impresos y digitales	56 2190 6041	Pre-evento
5	Paola Garrido	Dermavan	Marketing	Coordinación de producciones de impresos	55 7143 6393	Pre-evento
6	Melisa Becerril	Dermavan	Marketing	Apoyo en revisión y acabado de impresos	55 7941 8431	Pre-evento
7	Mariana Campos	Mex Siting	Producción	Productora del evento	55 1393 9326	Pre-evento, Montaje, Evento, Desmontaje
8	Dulce Oregón	Mex Siting	Producción	Asistente de producción	55 1816 2216	Pre-evento, Montaje, Evento, Desmontaje
9	Liliana Alvarado	Dermavan	Comercial	Supervisión del equipo de comercial	55 4180 7295	Pre-evento, Evento
10	Sebastián Aceves	Dermavan	Comercial	Asistente de comercial y coordinación de distribuidores	55 4381 1113	Pre-evento, Evento
11	Brian Peña	Dermavan	Comercial	Venta de accesos y atención a invitados	55 2314 0312	Pre-evento, Evento
12	Marisol Cruz	Dermavan	Comercial	Venta de accesos y atención a invitados	55 2524 5180	Pre-evento, Evento
13	Angélica Machorro	Dermavan	Comercial	Venta de accesos y atención a invitados	55 3609 4746	Pre-evento, Evento
14	Santiago Arboleda	Dermavan	Comercial	Venta de accesos y atención a invitados	55 3070 6738	Pre-evento, Evento
15	Andrés Navarro	Dermavan	Comercial	Venta de accesos y atención a invitados	55 2246 9596	Pre-evento, Evento
16	Laura Trejo	Aesthetics Pharma	Comercial	Venta de accesos y atención a invitados	55 4872 0501	Pre-evento, Evento
17	Jorge Flores	Aesthetics Pharma	Comercial	Venta de accesos y atención a invitados	55 4872 0501	Pre-evento, Evento
18	Héctor Almaguer	Alma Derm	Comercial	Venta de accesos y atención a invitados	81 1939 8444	Pre-evento, Evento
19	Dr. Alfredo Salmón	Dermavan	Medical Affairs	Revisión de presentaciones de speakers	55 5405 1396	Pre-evento
20	Erik Pérez	Dermavan	Medical Affairs	Control de insumos médicos y coordinación de pacientes para el live injection	55 8395 7169	Evento
21	Dayra Ramos	Dermavan	Medical Affairs	Asistencia al médico en el live injection	55 4227 3465	Evento
22	July Arboleda	Dermavan	Logística	Coordinación del área de logística	55 4130 6707	Pre-evento, Evento, Montaje, Desmontaje
23	Graciela Becerril	Dermavan	Logística	Administración y entrega de producto	55 7878 6413	Montaje, Evento, Desmontaje
24	Laura Fonseca	Dermavan	Logística	Administración y entrega de producto	55 3953 9450	Pre-evento, Evento
25	Genaro Sánchez	Dermavan	Logística	Transportación de producto y materiales de mkt	55 1474 9664	Montaje, Desmontaje
26	Fernando Romero	Dermavan	Logística	Transportación de producto y materiales de mkt	56 1474 9664	Montaje, Desmontaje
27	Leo Magnani	IBSA	Coordinación de talento	Coordinación de speakers	39 342 068 2800	Pre-evento, Evento
28	Fulvio Santacatterina	IBSA	Coordinación de talento	Coordinación de speakers y creación de presentaciones	39 342 068 2800	Pre-evento, Evento
29	Leonardo Arboleda	Dermavan	Administración - Finanzas	Autorización y control de presupuestos	55 2096 8590	Pre-evento
30	Silvio Rodríguez	Dermavan	Administración - Finanzas	Control de presupuesto y revisión de pagos de asistentes	55 5435 0119	Pre-evento

LISTA DE PROVEEDORES

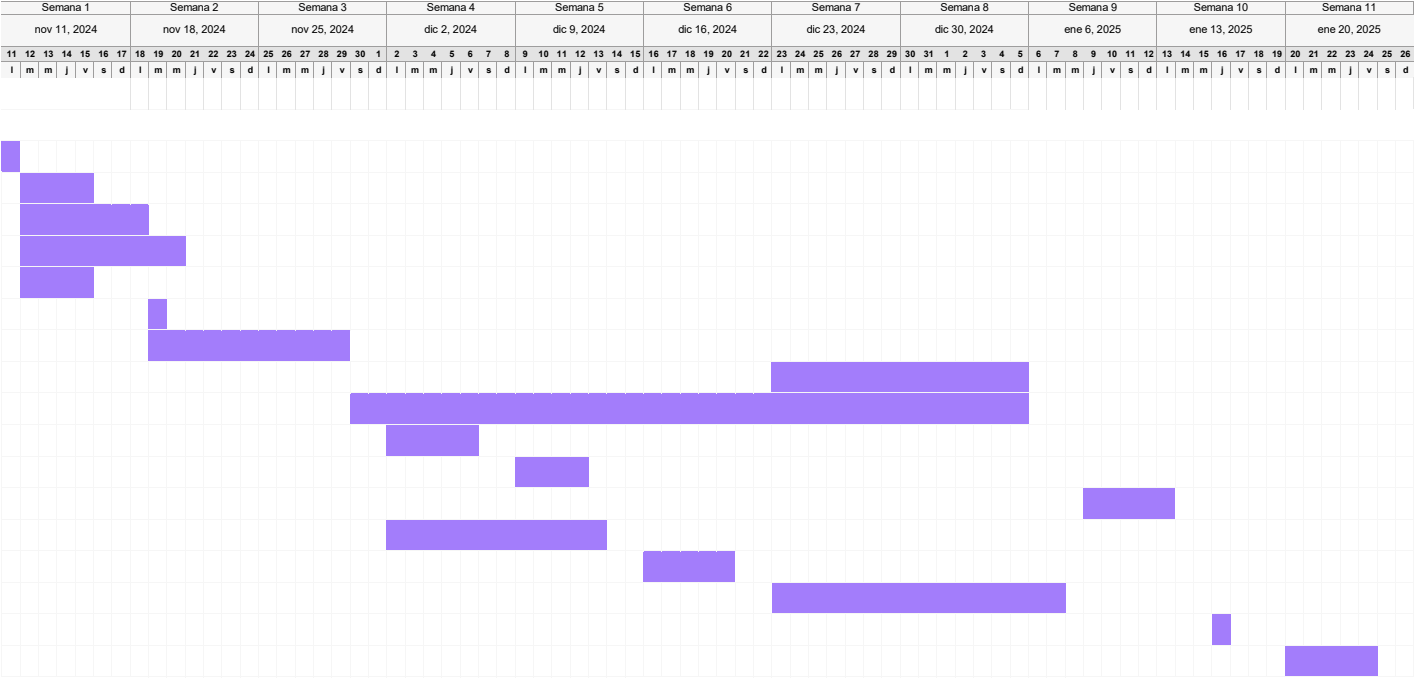
#	NOMBRE	EMPRESA	SERVICIO	MAIL	CELULAR	UBICACIÓN	PRODUCCIÓN	NOTAS
1	Mariana Campos	Mex Siting	Producción	mariana@mexsiting.com	55 1393 9326	Mártires de La Conquista 103 bis, Escandón I Secc, Miguel Hidalgo, 11800 Ciudad de México, CDMX	Evento	
2	Javier Torras	Beckmar	Impresión	javier.torras@beckmar.com.mx	55 4145 3007	C. Juan E. Hernández y Davalos 122, Algarín, Cuauhtémoc, 06880 Ciudad de México, CDMX	Postales	Mejor precio y línea de crédito
3	Patricio Rivera	Impresiones Santiago	Impresión	privera@impresionesantiago.com	55 2523 7546	Av. Central 2, Tequexquahuac, 54030 Tlalnepantla, Méx.	Mini brochure	Servicio expres de offset
4	Milton	Printopia	Impresión	printopia.hq@gmail.com	55 6705 4273	Manuel Caballero 128-Interior 2, Obrera, Cuauhtémoc, 06800 Ciudad de México, CDMX	Invitaciones, Caballetes, Tarjetas de agradecimiento, Gafetes	No tiene entrega a domicilio gratis en servicio expres
5	Omar Bazán	Promo Imagen	Promocionales	omar.bazan@promoimagen.net	56 1023 9599	Laguna Tamiahua 6, Anáhuac I Secc, Miguel Hidalgo, 11320 Ciudad de México, CDMX	Tote bag, Banda para el cabello, Pelota, Espejo, USB	Producción de Tote bags mínimo 30 días

CRONOGRAMA

FASE 1. PLANEACIÓN

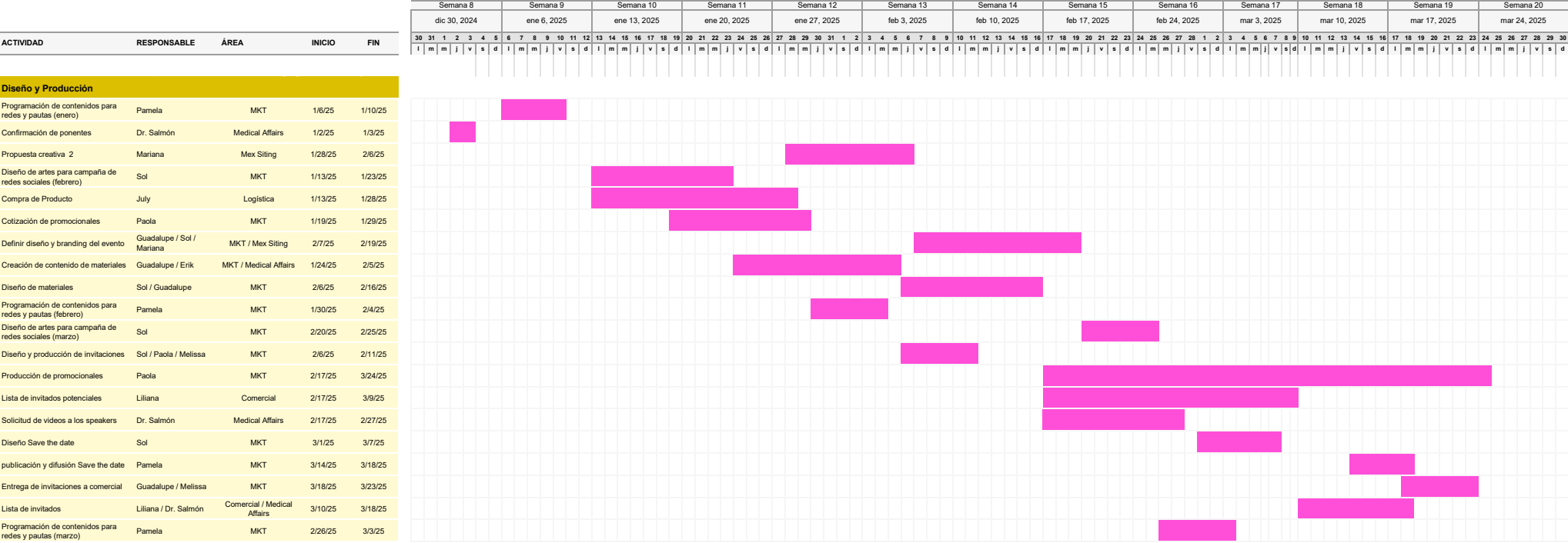
ACTIVIDAD	RESPONSABLE	ÁREA	INICIO	FIN
-----------	-------------	------	--------	-----

Planeación				
Reunión inicial: definir objetivos del evento	Gabriela / Guadalupe	Coordinación	11/11/24	11/11/24
Revisión de presupuestos	Leonardo / Silvio	Admon / finanzas	11/12/24	11/15/24
Desarrollo de Brief inicial	Guadalupe	MKT	11/12/24	11/18/24
Propuesta de speakers	Dr. Salmón	Medical Affairs	11/12/24	11/20/24
Búsqueda de agencias	Gabriela	Coordinación	11/12/24	11/15/24
Revisión de Brief	Gabriela / Guadalupe	Coordinación	11/19/24	11/19/24
Reuniones con agencias	Gabriela / Guadalupe	Coordinación	11/19/24	11/29/24
Vacaciones de la mayoría de la empresa			12/23/24	1/5/25
Licitación con agencias: Primera propuesta creativa	Gabriela	Coordinación	11/30/24	1/5/25
Distribución de funciones por área	Gabriela / Guadalupe	Coordinación	12/2/24	12/6/24
Selección de ponentes	Dr. Salmón / Leonardo	Medical Affairs / Dirección	12/9/24	12/12/24
Selección de agencia	Leonardo / Silvio	Admon / finanzas	1/9/25	1/13/25
Desarrollo de concepto para campaña para redes sociales	Guadalupe	MKT	12/2/24	12/13/24
Planeación y calendarización de campaña	Guadalupe / Pamela	MKT	12/16/24	12/20/24
Diseño de artes para campaña de redes sociales (enero)	Sol	MKT	12/23/24	1/7/25
Scouting de venues con la agencia Mex Siting	Gabriela / Guadalupe	Coordinación	1/16/25	1/16/25
Selección y reservación del venue	Leonardo / Silvio / Mariana	Admon / finanzas / Mex Siting	1/20/25	1/24/25



CRONOGRAMA

FASE 2. DISEÑO Y PRODUCCIÓN



FASE 3. EJECUCIÓN Y MONTAJE | FASE 4. POST EVENTO

[illegible]

RUTA CRÍTICA

SEMANAS PARA EVENTO		RUTA CRÍTICA
0	7 al 13 de abril	- Revisión de minuto a minuto - Traslado de producto, kits y camilla al venue - Traslado de speakers - Entrega de presentaciones
1	31 de marzo al 6 de abril	- Confirmación de asistentes y de invitados VIP - Armado de kits de bienvenida - Videos para proyección
2	24 al 30 de marzo	- Degustación y definición del menú
3	17 al 23 de marzo	- Lista de invitados - Entrega de invitaciones - Diseño y programación de contenidos para RRSS (abril)
4	10 al 16 de marzo	- Publicación y difusión save the date - Logística médica para pacientes demo
5	3 al 9 de marzo	- Diseño de save the date
6	24 de febrero al 2 de marzo	- Diseño y programación de contenidos para RRSS (marzo)
7	17 al 23 de febrero	- Producción de promocionales - Lista de invitados potenciales
8	10 al 16 de febrero	- Diseño y producción de invitaciones
9	3 al 9 de febrero	- Diseño y branding del evento - Diseño y programación de contenidos para RRSS (febrero)
10	27 de enero al 2 de febrero	- Diseño de materiales - Cotización de promocionales
11	20 al 26 de enero	- Selección y reservación del venue

RUTA CRÍTICA

SEMANAS PARA EVENTO		RUTA CRÍTICA
12	13 al 19 de enero	- Scouting de venues - Compra de producto a IBSA
13	6 al 12 de enero	- Diseño y programación de contenidos para RRSS (enero) - Selección de agencia
14	30 de diciembre al 5 de enero	- Fin de la licitación, proveedores deben entregar su propuesta - Confirmación de ponentes
15	23 al 29 de diciembre	Vacaciones del 90% de la empresa
16	16 al 22 de diciembre	- Desarrollo y planeación de campaña para redes sociales
17	9 al 15 de diciembre	- Selección de ponentes y agencia
18	2 al 8 de diciembre	- Distribución de funciones por área
19	25 de noviembre al 1 de diciembre	- Licitación con agencias
20	18 al 24 de noviembre	- Revisión de brief - Reuniones con agencias
21	11 al 17 de noviembre	- Definir conceptos y presupuestos - Desarrollo del brief - Búsqueda de agencias

MINUTE BY MINUTE

#	HORA DE INICIO	HORA DE TÉRMINO	TIEMPO ESTIMADO	ÁREA ESPECÍFICA	ACTIVIDAD	RESPONSABLE	COMENTARIOS
1	0:00	10:00	10 h	Producción	Montaje de ambientación y brandeo del venue	Mex Siting	Montaje de pasillos, mobiliario, cristalería, volumétricos...
2	8:00	9:00	1 h	Logística	Montaje de silla de aplicación	Genaro Fernando	Genaro y Fernando colocán la Silla
3	9:00	10:30	1 h 30 min	Coordinación	Revisar montaje	Gabriela Lupita Graciela	Revisar tunel de entrada Revisar coctel y proyección Revisar montaje de mesas Arreglos florales Armado de mesas Prueba de sonido y video Regalos y Producto Profhilo embolsado personalizado e identificado Photo Opportunity
4	10:30	11:30	10 min	Comercial y Medical Affairs	Llegada del staff Dermavan Llegada de los Ponentes	Liliana Dr. Salmón	Los Asesores de ventas reciben información sobre el acomodo de mesas y la entrega de producto. Se prueban las PPT de los Doctores -Genaro pasa por los Doctores en la Camioneta Sienna
5	11:30	11:55	25 min	Comercial y hostess	Recepción de invitados	Liliana y hostess	Cóctel de bienvenida Barra de quesos Proyección Photo opportunity
6	11:55	12:15	20 min	Hostess	Se invita a los Médicos a ocupar su lugar en las mesas	Staff Dermvan	Se abre la barra de refrescos y bebidas sin alcohol Listo el Maestro de Ceremonias
7	12:15	12:19	4 min	Producción	Maestro de Ceremonias presenta al Director General Leonardo Arboleda	Maestro de Ceremonias	Micrófono de mano Cuenta con sinopsis de Leonardo
8	12:19	12:27	8 min	Dirección general	Palabras de bienvenida de Leonardo	Leonardo	Micrófono de mano
9	12:27	12:31	4 min	Producción	Maestro de Ceremonias presenta al Fulvio Santacatterina	Maestro de Ceremonias	Micrófono de mano Cuenta con sinopsis de Fulvio
10	12:31	12:46	15 min	Área médica IBSA	Presentación de Fulvio	Fulvio Santacatterina	Micrófono de mano
11	12:46	12:50	4 min	Producción	Maestro de Ceremonias: Da la gracias a Fulvio Presenta al Dr. Fernando Sconfienza	Maestro de Ceremonias	Sinópsis de Dr. Sconfienza
12	12:50	13:30	40 min	Área médica IBSA	Presentación del Dr. Sconfienza	Dr. Sconfienza	PPT Micrófono de mano
13	13:30	13:34	4 min	Producción	Maestro de Ceremonias: Da las gracias al Dr. Sconfienza Presenta al Dr Coimbra	Maestro de Ceremonias	Sinópsis Dr. Coimbra

MINUTE BY MINUTE



#	HORA DE INICIO	HORA DE TÉRMINO	TIEMPO ESTIMADO	ÁREA ESPECÍFICA	ACTIVIDAD	RESPONSABLE	COMENTARIOS
	13:30	15:30	2 h	Producción	Barra sangría	Mariana - Mex Siting	
14	13:34	14:14	40 min	Área médica IBSA	Presentación del Dr. Coimbra	Dr. Coimbra	PPT Micrófono de mano
15	14:14	14:18	4 min	Producción	Maestro de Ceremonias: Da las gracias al Dr. Coimbra Presenta al Dra. Ingrid	Maestro de Ceremonias	Sinópsis de la Dra. Ingrid
16	14:18	14:48	30 min	Área médica Dermavan	Presentación del Dra Ingrid	Dr. Ingrid	PPT Micrófono de mano
17	14:48	14:52	4 min	Producción	Maestro de Ceremonias: Da las gracias al Dra. Ingrid Coordina sesión de preguntas y respuestas	Maestro de Ceremonias	Listos los Micrófonos
18	14:52	15:04	12 min	Áreas médicas	Preguntas y respuesta	Doctores	Iluminación Listos los insumos para el Live Injection Circuito Cerrado
19	15:04	15:08	4 min	Producción	Maestro de Ceremonias presenta al Dr. Coimbra	Maestro de Ceremonias	
20	15:08	15:28	20 min	Área médica IBSA	Live Injection Dr. Coimbra	Dr. Coimbra	Lavalier Paciente
21	15:28	15:30	2 min	Producción	Maestro de Ceremonia: Da las gracias al Dr. Coimbra Invita a comer	Maestro de Ceremonias	
22	15:30	16:25	55 min	Equipo Estación Indianilla	Comida		
23	16:25	16:35	10 min	Dirección general	Agradecimiento	Leonardo	Micrófonos de mano
24	16:35	16:40	5 min	Producción	Maestro de Ceremonia: Cierra el evento Menciona que al final los médicos se pasen por su producto	Maestro de Ceremonias	
25	16:40	17:00	20 min	Logística	Entrega de producto	Graciela Asesores de venta	Regalos y Producto Profhilo embolsado personalizado e identificado
26	17:00				Fin del evento		

REGISTRO DE PARTICIPANTES

#	ASESOR	MÉDICO	CIUDAD	MESA	TIPO DE ACCESO	ESTADO
1	BRIAN PEÑA	Isela Méndez Baca	CDMX	2	Cortesía	Confirmado
2		Esposo Dra. Isela, Germán Noguerras	CDMX	2	Cortesía	Cancelado
3		Juan Carlos Arias Pérez	CDMX	3	Cortesía	Confirmado
4		Daniela Marín Rivera	CDMX	4	Cortesía	Confirmado
5		Natalia Haro Álvarez	CDMX	4	Cortesía	Confirmado
6		Fernando Guerrero Burgos	CDMX	2	Cortesía	Confirmado
7		Ingrid López Gehrke	CDMX	1	Cortesía	Confirmado
8		Ana Karen Juárez Jiménez	CDMX	5	Cortesía	Confirmado
9		Cinthya Reyes Enríquez	CDMX	5	Cortesía	Confirmado
10		Paulina Hernández de la Cajiga	CDMX	5	Cortesía	Confirmado
11		Ana San Juan Romero	CDMX	5	Cortesía	Confirmado
12		Fadua Besil	CDMX	5	Cortesía	Confirmado
13		Norma Martínez Quinto	CDMX	4	Compra	Confirmado
14		Dulce Fabiola Tesillo Guzmán	CDMX	4	Compra	Confirmado
15		Berenice Ramírez Solís	CDMX	4	Compra	Confirmado
16		Alejandra González Lorenzana	CDMX	4	Cortesía	Confirmado
17		Fátima Fernández Juárez	CDMX	4	Cortesía	Confirmado
18		Dafe Isamar Prado Viveros	CDMX	3	Cortesía	Confirmado
19		Ana Karen Villegas Hernández	CDMX	5	Compra	Confirmado
20		Claudia Ocampo Tueros	CDMX	6	Cortesía	Confirmado
21		Mario Flores Saldivar	CDMX	1	Cortesía	Confirmado
22		Dalia Pacheco Sánchez (Dr. Ricardo Limón)	CDMX	6	Cortesía	Confirmado
23		América Natali Vilchez Flores	CDMX	6	Cortesía	Confirmado

REGISTRO DE PARTICIPANTES

#	ASESOR	MÉDICO	CIUDAD	MESA	TIPO DE ACCESO	ESTADO
24	ANGÉLICA MACHORRO	Carlos Javier Larreaga	CDMX	6	Cortesía	Confirmado
25		Ruy Cuevas Leiva	CDMX	6	Compra	Confirmado
26		Araceli Torres Domínguez	CDMX	6	Compra	Confirmado
27		José Gómez García	CDMX	6	Cortesía	Confirmado
28		Carolina Ramírez Arce	CDMX	10	Compra	Confirmado
29		Luis Raúl Morales Rodríguez	CDMX	10	Compra	Confirmado
30		José Arturo Cortés Ramírez	CDMX	10	Compra	Confirmado
32		Karla Sierra Guerra	CDMX	2	Compra	Confirmado
33		Miriam Lara Mancilla	CDMX	10	Compra	Confirmado
34		Martha Liliana Aguirre Cázares	CDMX	10	Cortesía	Pendiente
35		Joel Jesús Portillo Rojas	CDMX	9	Compra	Confirmado
36		Pamela Anaid Freyre Basulto	CDMX	9	Cortesía	Confirmado
37		Berenice Sastre Gutiérrez	CDMX	9	Compra	Confirmado
38		Fernando Cerna García	CDMX	9	Compra	Confirmado
39		Diana Chávez Consuelo	CDMX	9	Compra	Confirmado
40		Teresa Ramírez Tamayo	CDMX	9	Compra	Confirmado
41		Giovanni Miguel Carrillo Becerril	CDMX	11	Compra	Confirmado
42		Erick David Maya García	Toluca	11	Compra	Confirmado
43		Roberto Galicia	CDMX	11	Compra	Confirmado
44		Genaro Garduño	CDMX	11	Compra	Confirmado
45		Rafael Cervera	CDMX	3	Cortesía	Cancelado
46		Lani Denisse Medina Durán	Pachuca	11	Compra	Confirmado
47		Alejandro Buzo Hernández	CDMX	9	Cortesía	Confirmado
48		Jessica Mora Anaya	CDMX	9	Compra	Confirmado
49		Luis Miguel Lecona	CDMX	2	Cortesía	Confirmado

REGISTRO DE PARTICIPANTES

#	ASESOR	MÉDICO	CIUDAD	MESA	TIPO DE ACCESO	ESTADO
50	ERIKA MORALES	José Luis Muñoz Chapul	CDMX	8	Compra	Confirmado
51		Bruno Black	CDMX	8	Compra	Confirmado
52		Lizbeth Alemán Hernández	CDMX	8	Cortesía	Confirmado
53		Luis Ricardo Nava	CDMX	8	Compra	Confirmado
54		Aranza Orodica	CDMX	8	Compra	Pendiente
55		Sandra Martínez Hernández	CDMX	8	Compra	Confirmado
56		Graciela Rodríguez Arriaga	CDMX	8	Cortesía	Confirmado
57		Fedra Bertiliuth Mondragón Echeverría	CDMX	13	Cortesía	Confirmado
58		Miguel Ángel Saucedo	CDMX	13	Compra	Confirmado
59		Gabriela Xospa	CDMX	13	Compra	Confirmado
60		María del Carmen Ramírez	CDMX	13	Cortesía	Confirmado
61		Elizabeth Andrade	CDMX	2	Cortesía	Confirmado
62		Polo de Velasco	CDMX	2	Cortesía	Confirmado
63		Lilia Arguello Guerrero	CDMX	13	Compra	Confirmado
64	MARISOL CRUZ	Carmen Herrera Díaz	Puebla	13	Compra	Confirmado
65		Paola Ximena Olvera Lara	Puebla	13	Compra	Confirmado
66		Mao Rzepka García	Puebla	3	Compra	Confirmado
67		Michelle Martínez Martínez	Puebla	12	Compra	Confirmado
68		Sally Tatiana Jiménez Ruiz	Puebla	12	Compra	Confirmado
69		Dafne Arellano Montalvo	Puebla	3	Cortesía	Cancelado
70		Francisco Javier Rivera Rojas	Puebla	12	Compra	Confirmado
71		Diego Arturo Vázquez Herrera	Puebla	12	Compra	Confirmado
72		Karla López Yañez	Puebla	12	Compra	Confirmado
73		Jalil de Jesús Mijangos Amador	Puebla	3	Compra	Confirmado
74		María del Pilar Pérez Valdéz	Puebla	12	Compra	Confirmado
75		Germán Brito Garcia	Puebla	12	Compra	Confirmado

REGISTRO DE PARTICIPANTES

#	ASESOR	MÉDICO	CIUDAD	MESA	TIPO DE ACCESO	ESTADO
76	ANDRÉS NAVARRO	Jatziri Chávez Bernal	CDMX	16	Compra	Confirmado
77		Jessica Magaly Durán Trejo	CDMX	16	Compra	Confirmado
78	FERNANDA GARCÍA	Carlos Cervantes	Guadalajara	14	Compra	Confirmado
79		Carol Ferguson	Guadalajara	14	Compra	Confirmado
80	SANTIAGO ARBOLEDA	Mónica Rosas Aragón	Morelos	15	Compra	Confirmado
81		Giovana Islas	Morelos	15	Compra	Confirmado
82		Carlos Joshua Iturbe	Cuernavaca	15	Compra	Confirmado
83		Alejandra Salazar	CDMX	15	Compra	Confirmado
84		Landy Jannette Angulo	CDMX	15	Compra	Confirmado
85		Aldo César Mazari	CDMX	15	Compra	Confirmado
86		Karen Azereth Gómez Orta	Edo. Méx.	15	Compra	Confirmado
87	MARCO GARCÍA	Rafael Vizcaino Robles	CDMX	16	Compra	Cancelado
88		María de Jesús Rupit Serrano	CDMX	16	Compra	Confirmado
89		Alma Rosa Cruz Lustre	CDMX	16	Compra	Confirmado
90	ALLAN CASTRO	Gilberto Salinas Lavariega	CDMX	14	Compra	Confirmado
91	ALFREDO SALMÓN	Erik Hernández Ramírez	CDMX	14	Compra	Confirmado
92		Luis Fernandez de Cordova	CDMX	14	Compra	Confirmado

REGISTRO DE PARTICIPANTES

#	ASESOR	MÉDICO	CIUDAD	MESA	TIPO DE ACCESO	ESTADO
93	ALMADERM	Martha Alicia Maldonado Ramírez	Monterrey	14	Compra	Confirmado
94		Francisco Javier Tamez Morales	Monterrey	14	Compra	Confirmado
95		Juan Carlos Vázquez Ávalos	Monterrey	19	Compra	Confirmado
96		José Eduardo Rodríguez del Ángel	Monterrey	19	Compra	Confirmado
97		Candelario Antonio Rodríguez Vivián	Monterrey	19	Compra	Confirmado
98		Marilyn Jacqueline Mares Verástegui	Monterrey	19	Compra	Confirmado
99		Juana Irma Garza Chapa	Monterrey	19	Compra	Confirmado
100		Jorge Torres	Monterrey	19	Compra	Confirmado
101	AESTHETICS PHARMA	Omar Nolasco López	Querétaro	18	Compra	Confirmado
102		Fernanda Meza Madrid	Querétaro	18	Compra	Confirmado
103		Elena Álvarez Velázquez	Querétaro	18	Compra	Confirmado
104		Francia Pineda	Querétaro	18	Compra	Confirmado
105		Alexandra Palazuelos	Querétaro	18	Compra	Confirmado

ACREDITACIONES

#	TIPO DE GAFETE	NOMBRE	ENTREGADA
1	AZUL Acceso a todas las áreas incluida zona de entrega de producto	Gabriela Herrera	Entregado
2		Guadalupe Hernández	Entregado
3		July Arboleda	Entregado
4		Graciela Becerril	Entregado
5	DORADO Sin acceso a la zona de entrega de producto, solo coctel y ponencia	Liliana Alvarado	Entregado
6		Sebastián Aceves	Entregado
7		Brian Peña	Entregado
8		Marisol Cruz	Entregado
9		Angélica Machorro	Entregado
10		Santiago Arboleda	Entregado
11		Andrés Navarro	Entregado
12		Laura Trejo	Entregado
13		Jorge Flores	Entregado
14		Héctor Almaguer	Entregado
15		Laura Fonseca	Entregado
16		Genaro Sánchez	Entregado
17		Fernando Romero	Entregado
18	BLANCO Identificación para Speakers Dermavan, son personalizados. Acceso solo zona de coctel y ponencia.	Dra. Daniela Marín Rivera	Entregado
19		Dra. Ingrid López Gehrke	Entregado
20		Dr. Fernando Guerrero Burgos	Entregado
21		Dra. Natalia Haro Álvarez	Entregado
22		Dr. Jorge Ocampo Garza	Pendiente
23		Dra. Martha Alicia Maldonado	Entregado
24		Dr. Jonathan Garrido Cruz	Pendiente
25		Dra. Karla Sierra Guerra	Entregado
26		Dra. Fátima Fernández	Entregado
27		Dr. Juan Carlos Arias	Entregado
28		Dr. Uriel Hedding	Pendiente



Imagen 112. Diferentes tipos de acreditaciones del evento

The background of the entire image is a dense field of water droplets of various sizes, creating a sparkling, textured effect. The droplets are clear and refract light, giving them a three-dimensional appearance. They are scattered across the entire frame, with some larger droplets in the foreground and many smaller ones in the background.

SCOUTING

A solid yellow horizontal bar is positioned below the word "SCOUTING", extending across the width of the text area.

JUNTAS CON EL RECINTO

SCOUTING

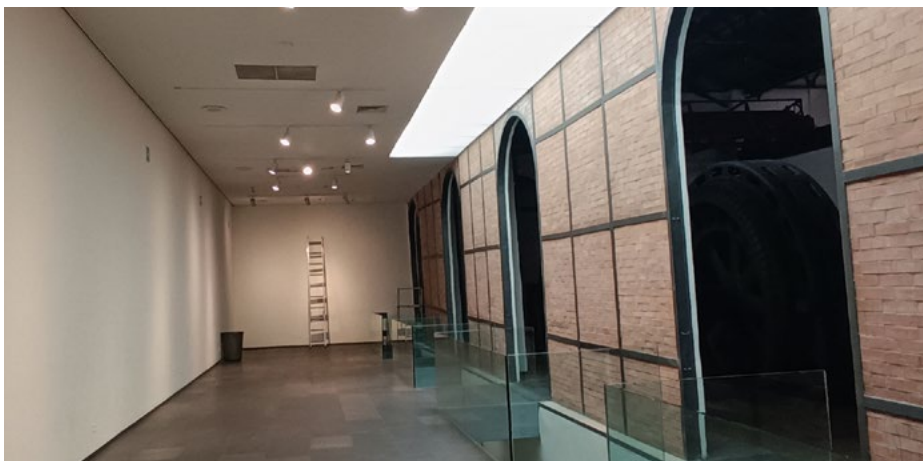


Imagen 113. Pasillo de entrada



Imagen 114. Vista desde la zona de coctél hacia la zona de ponencia



Imagen 116. Vista hacia la cabina



Imagen 115. Zona de ponencia

JUNTAS

CON EL RECINTO

SCOUNTING



Imagen 117. Zona de cabina



Imagen 118. Sanitarios damas



Imagen 120. Vista desde el primer piso



Imagen 119. Turbinas y zona de escaleras

JUNTAS CON EL RECINTO

PRUEBA DE MENÚ Y MONTAJE



Imagen 121. Montaje de mesa



Imagen 122. Mesa y mantel dorado para zona coctél



Imagen 124. Mesa y mantel azul para zona coctél



Imagen 123. Montaje de mesa para la zona de ponencia

JUNTAS CON EL RECINTO

PRUEBA DE MENÚ Y MONTAJE



Imagen 128. Primer tiempo - ensalada



Imagen 129. Postre - trío de nieve



Imagen 125. Bebida Hyaluronic Spritz

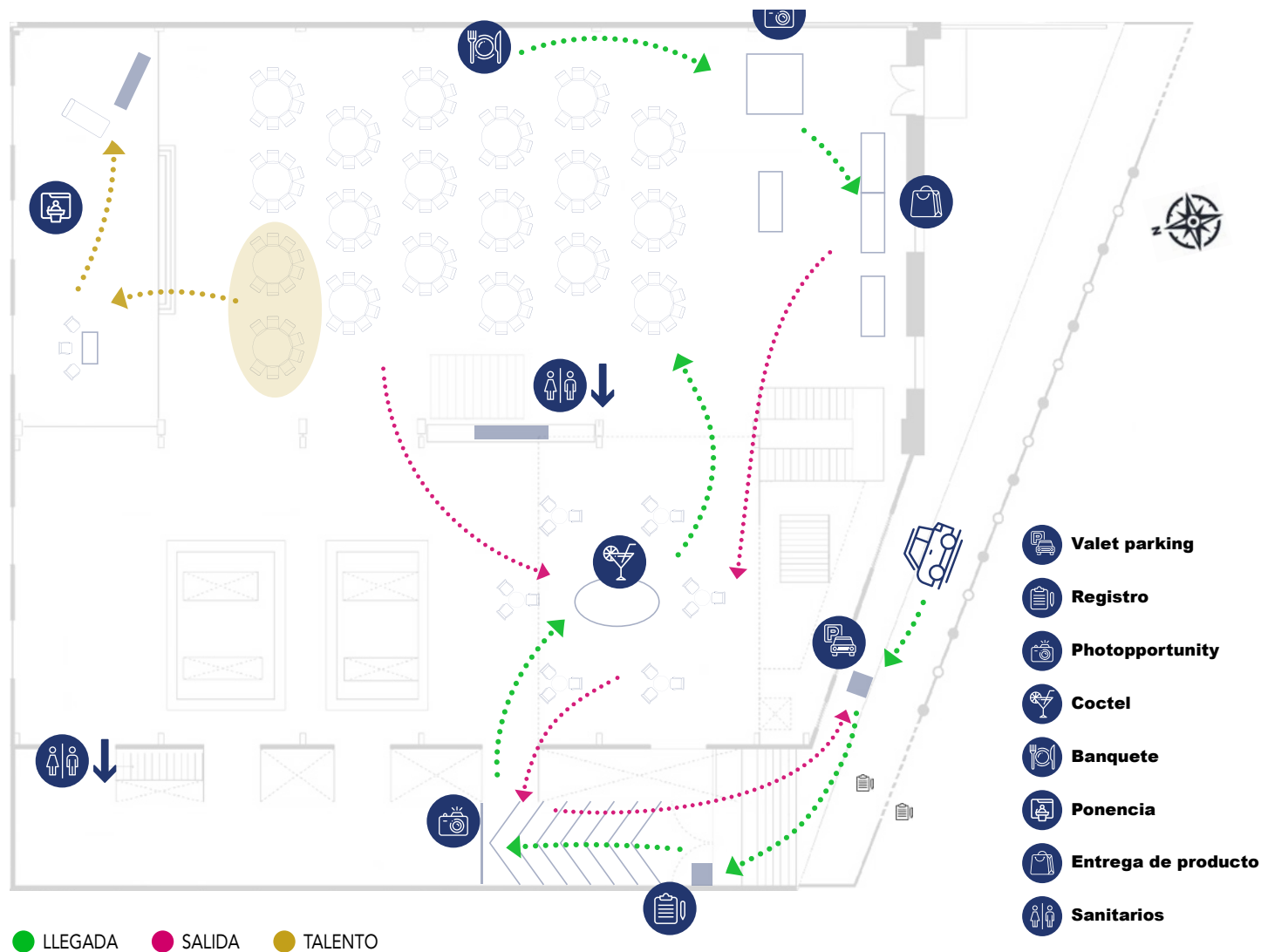


Imagen 127. Bebida Pure tonic



Imagen 126. Plato fuerte - Filete de res con salsa de chiles

PLANO DE FLUJO



**PROFHILO STRUCTURA; restauración del tejido adiposo.
La nueva frontera anti-envejecimiento**

Estación Indianilla | 10/04/2025 | Aforo máx. 140

Imagen 130. Plano proporcionado por el venue y adaptado según necesidades

RUTAS DE ACCESO

RUTA 1

Av. Chapultepec en dirección a Tlalpan, tomar Fray servando, girar a la derecha en Niños héroes y después a la derecha en Claudio Bernard.

RUTA 2

Av. Chapultepec en
dirección a Insurgentes,
girar a la izquierda en
Niños héroes y después
a la derecha en Claudio
Bernard.

RUTA 3

Tlalpan en dirección al sur, dar la vuelta a la derecha en Lucas Alamán y continuar por Dr. Liceaga y girar a la derecha en Claudio Bernard.

RUTA 4

Eje central al llegar al
parque Lázaro Cárdenas
girar a la izquierda en
Claudio Bernard.

RUTA 5

De la zona Roma-
Condesa, tomar Durango,
cruzar Cuauhtémoc y
continuar por Dr. Liceaga,
girar a la izquierda en
Claudio Bernard.

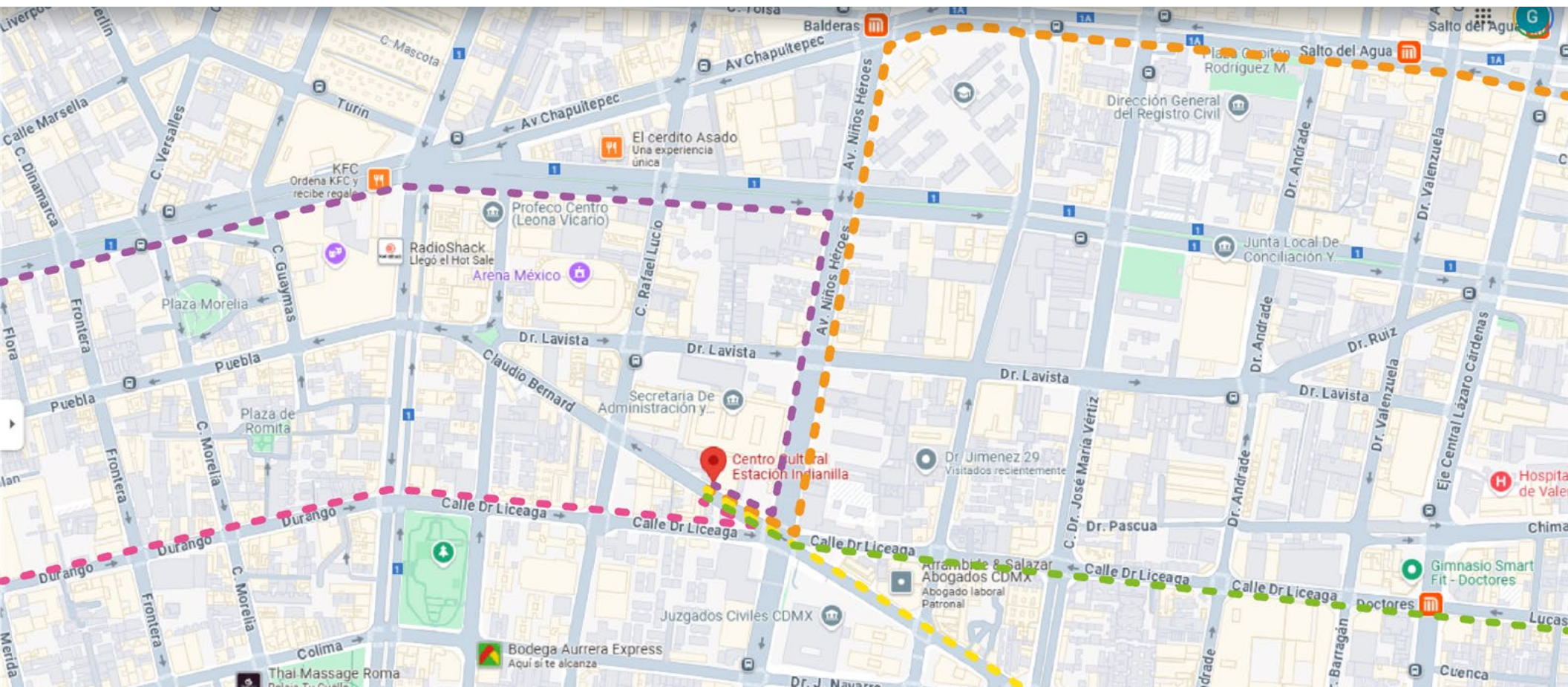


Imagen 131. Recomendaciones viales para llegar al venue

The background of the entire image is a dense field of water droplets of various sizes, creating a textured, bubbly effect. The droplets are clear and refract light, giving them a three-dimensional appearance. A dark blue horizontal bar is positioned across the middle of the image, containing the word 'MONTAJE' in white, bold, sans-serif capital letters. Below this bar is a thin, solid gold-colored horizontal line.

MONTAJE

FOTOS MONTAJE



Imagen 132. Zona de ponencia, montaje de sillas, mesas y mamparas



Imagen 133. Montaje de volumétricos



Imagen 134. Meseros terminando el montaje de cristalería y plaqué



Imagen 135. Colocación de telas decorativas.



Imagen 136. Acomodo de telas decorativas y montaje de sillas.

The background of the entire slide is a dense field of water droplets of various sizes, creating a textured, organic feel. The droplets are clear and reflective, with some showing internal refraction and highlights. They are scattered across a light gray background.

PLAN

DE SEGURIDAD

A solid yellow horizontal bar is positioned below the dark blue text box, extending across most of the width of the slide.

PLAN DE SEGURIDAD

Se contemplan las medidas de **prevención, brigadas especializadas, rutas de evacuación y protocolos de seguridad** necesarios para un evento médico con **140 asistentes** en Estación Indianilla, CDMX, el día 10 de abril de 2025, con un horario de 12:00 a 17:00 horas, incluyendo la aplicación del producto inyectable Profhilo Structura a **dos pacientes** pre-seleccionadas.

OBJETIVOS DEL PLAN DE SEGURIDAD

- Garantizar la integridad de los médicos invitados, staff y pacientes que se tendrán en el live injection.
- Cumplir con la normatividad y lineamientos del venue para tener un evento seguro y trabajar en conjunto con las brigadas que ellos ya tienen establecidas.
- Mantener un ambiente y acceso controlado.

PUNTOS VULNERABLES

Seguridad y Protección civil

- Rutas de evacuación
- Coordinación de montaje y desmontaje (mex siting)
- Aplicación en vivo y seguridad de los pacientes

Vigilancia y seguridad

- Control de ingreso y aforo
- Control y vigilancia de los invitados
- Seguridad de los speakers
- Vigilancia y entrega de producto

Seguridad Alimentaria

- Proveedor interno
- Alergias
- De cocina a mesa



RUTAS DE EVACUACIÓN

Se coordina con las brigadas y protocolos ya establecidos por el venue y revisados por protección civil.

COORDINACIÓN DE MONTAJE Y DESMONTAJE

Solo el equipo de Mex Siting y personal de seguridad del venue estará durante el montaje para evitar riesgos.

ILUMINACIÓN DE PASILLOS

La iluminación en pasillos de ruta de emergencia se debe respetar el mínimo de 50 luxes.



CONTROL DE INGRESO Y AFORO

Dos hostess y gerente comercial en la entrada con lista en mano para autorización de acceso.

CONTROL Y VIGILANCIA DE LOS INVITADOS

Asignación de mesas y un asesor comercial en cada una para control de incidencias entre médicos.

SEGURIDAD DE LOS SPEAKERS

Traslado por parte del personal de Dermavan para mayor seguridad. Cuidado en su alimentación.

VIGILANCIA Y ENTREGA DE PRODUCTO

Resguardo del producto en un solo sitio, acceso a la zona solo con acreditación. Entrega de producto con hoja de pedido. Se firma de entregado y se sella.



PROVEEDOR INTERNO

Se seleccionó al proveedor de casa para reducir incidencias y un mal manejo de alimentos por poca familiarización con la cocina del venue.

ALERGIAS

Sugerencia de menú por bajo en alergenicos comunes. Menú en mesa y pregunta del mesero si hay alguna alergia antes de servir los platillos.

DE COCINA A MESA

Debido a que la cocina está en la parte superior del venue, escaleras y pasillo deberá estar libre en todo momento para evitar accidentes.



HISTORIAL MÉDICO

Se realizará con anterioridad el historial médico para confirmar que el paciente es candidato para el tratamiento.

APLICACIÓN POR EXPERTO

Solo un médico experto podrá realizar la aplicación, no podrá participar ningún invitado.

MONITOREO DEL PACIENTE

El paciente estará monitoreado en todo momento para evitar una incidencia.

REACCIÓN ADVERSA

En caso de una reacción adversa se contará con botiquín de primeros auxilios y si es más grave se contará con una ambulancia fuera del venue.



Estación Indianilla al ser un venue con alta afluencia de eventos, cuenta con brigadas internas y planos ya revisados por protección civil. En los cuales están debidamente señalados rutas de evacuación, extintores, detectores de humo, zonas de menor riesgo y punto de reunión. Lo cual facilitó en gran medida el desarrollo del proyecto.

RUTAS DE EVACUACIÓN

- Entrega de plano de cada piso a el staff de la agencia Mex Siting, así como a las coordinadoras, para tener una precisa ubicación de extintores y salidas de emergencia de las zonas a utilizar durante el desarrollo del evento.
- Pese a que se mantendrá en la mayor parte del tiempo una luz baja, se respetará la iluminación necesaria de tal forma que sean visibles con poca luz todos los señalamientos. La iluminación de emergencia en pasillos debe ser 50 luxes como mínimo. (NOM-003-SEGOB-2011).
- Las rutas de evacuación se deberán respetar y seguir en casos de sismos, incendios y/o fugas de gas.
- Tanto coordinadoras como staff de Mex Siting deberán encargarse de que todos los asistentes evacuen siguiendo las instrucciones de los brigadistas del venue.
- Todos deberán mantenerse en el punto de reunión señalado por el venue, el cual está ubicado sobre la calle Claudio Bernard.
- Si existiera el caso de asistentes que por cuestiones de movilidad no pueden evacuar de manera rápida deberán ser acompañados a un punto de menor riesgo los cuales en su mayoría se encuentran en el muro a la derecha del escenario, cada columna de hierro es un punto de resguardo.
- Para reducir incidencias a los asesores comerciales se le dará un recorrido previo al acceso de los médicos, con el objetivo de que también tengan presente lo antes mencionado y puedan apoyar con el desaforo en caso de una emergencia.

COORDINACIÓN DE MONTAJE Y DESMONTAJE

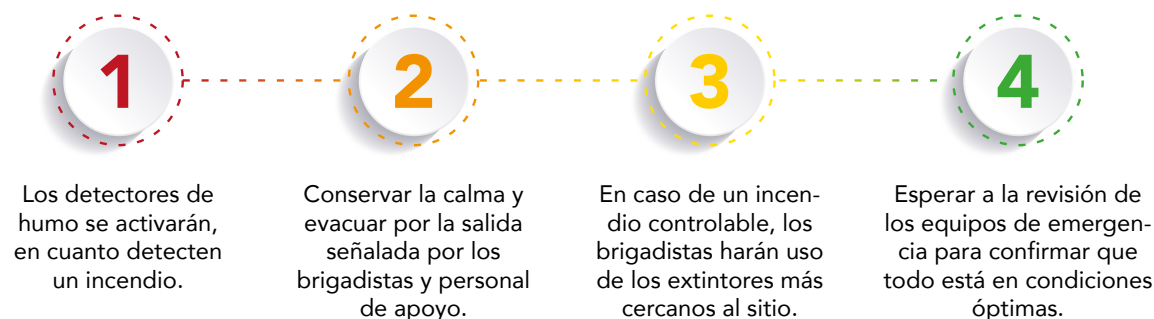
- Con la finalidad de reducir incidentes con el manejo de estructuras pesadas, desde el principio se consideraron elementos y decoración de bajo peso.
- La coordinación de montaje y desmontaje está a cargo de la agencia Mex Siting, quien llevará a su equipo para el mismo.
- La responsable principal es la productora Mariana Campos y en caso de ausencia Dulce Oregón.
- Elementos a montar: telas decorativas, volumétricos, mamparas personalizadas en el escenario, mobiliario, loza y plaqué.
- El desmontaje se comenzará hasta que todos los invitados se encuentren fuera del venue.



EVACUACIÓN POR SISMO O FUGA DE GAS



EVACUACIÓN POR INCENDIO

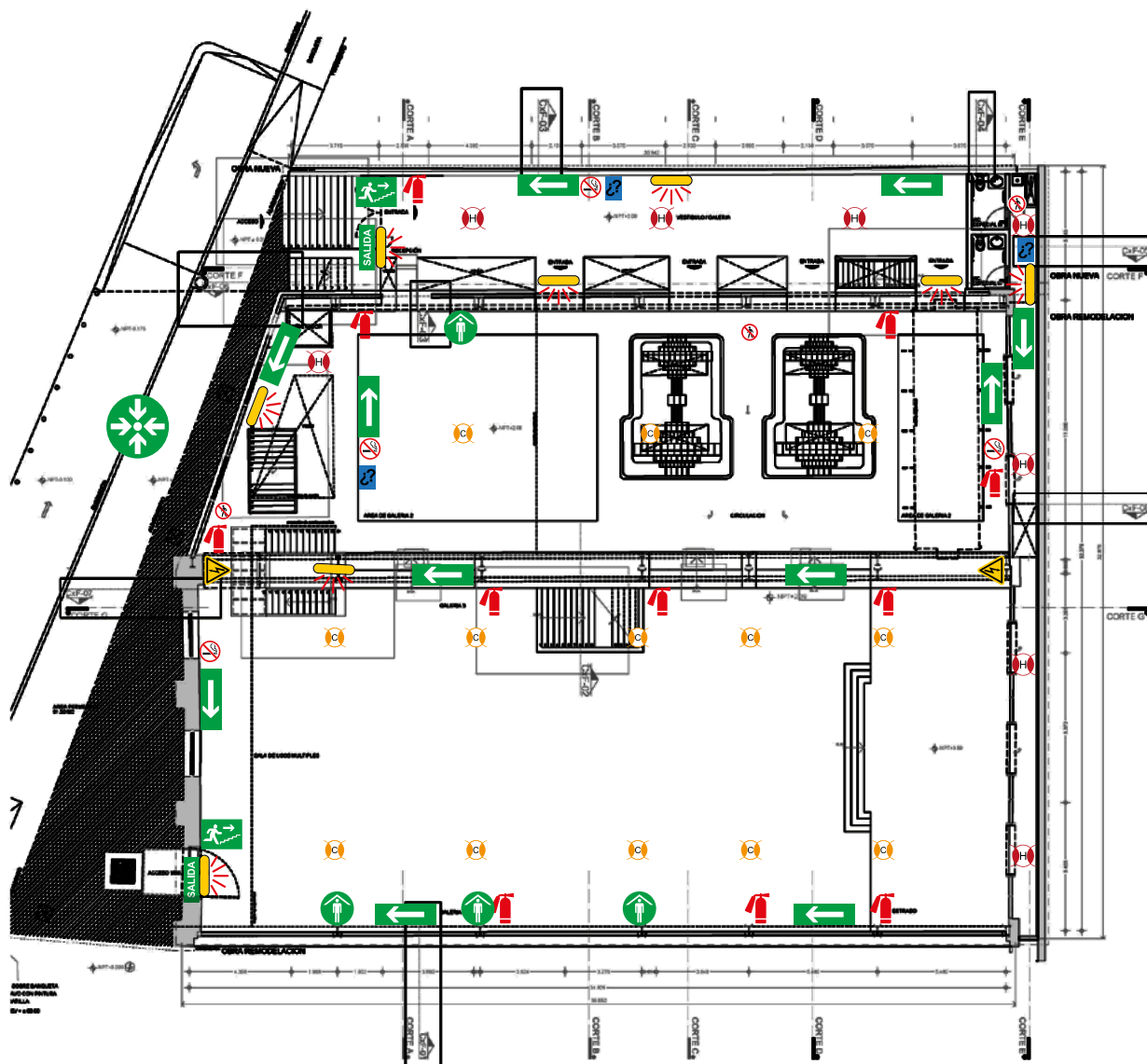


INCIDENCIA DURANTE MONTAJE

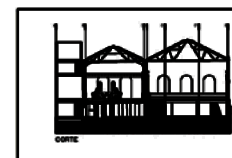


POCA LUZ EN RUTAS DE EVACUACIÓN





PLANTA BAJA



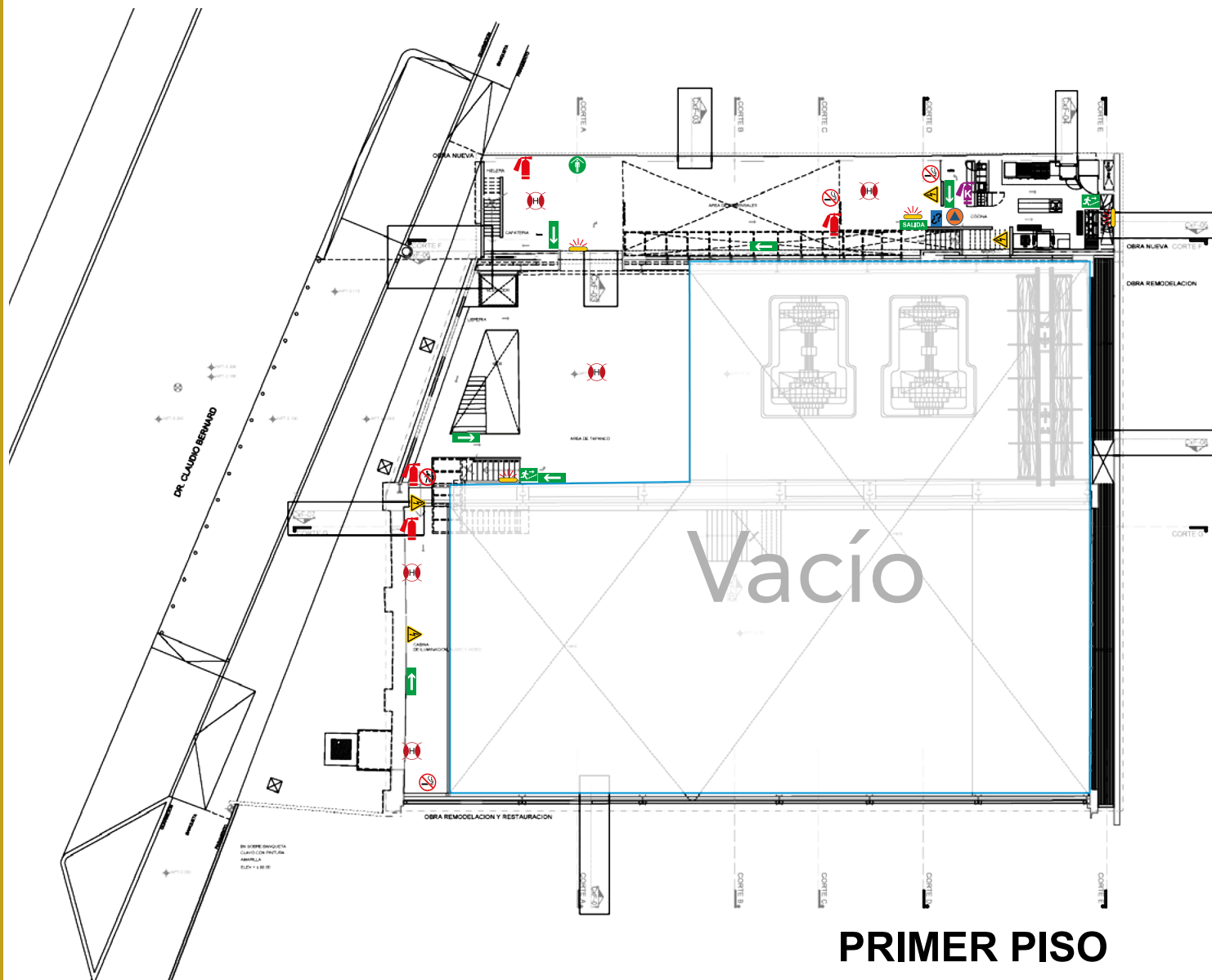
SIMBOLOGÍA

- EXTINTOR POS
- DETECTOR DE HUMO
- DETECTOR DE CALOR
- NO FUMAR
- ZONA DE MENOR RIESGO
- SALIDA
- RUTA DE EVACUACIÓN
- ESCALERAS (RUTA DE EVACUACIÓN)
- LÁMPARA DE EMERGENCIA
- RIESGO ELÉCTRICO
- QUE HACER EN CASO DE
- BRIGADISTAS
- SOLO PERSONAL AUTORIZADO
- PUNTO DE REUNIÓN

PROFHILO STRUCTURA; restauración del tejido adiposo.
La nueva frontera anti-envejecimiento

Estación Indianilla | 10/04/2025 | Aforo máx. 140

Imagen 137. Planos proporcionados por el venue.



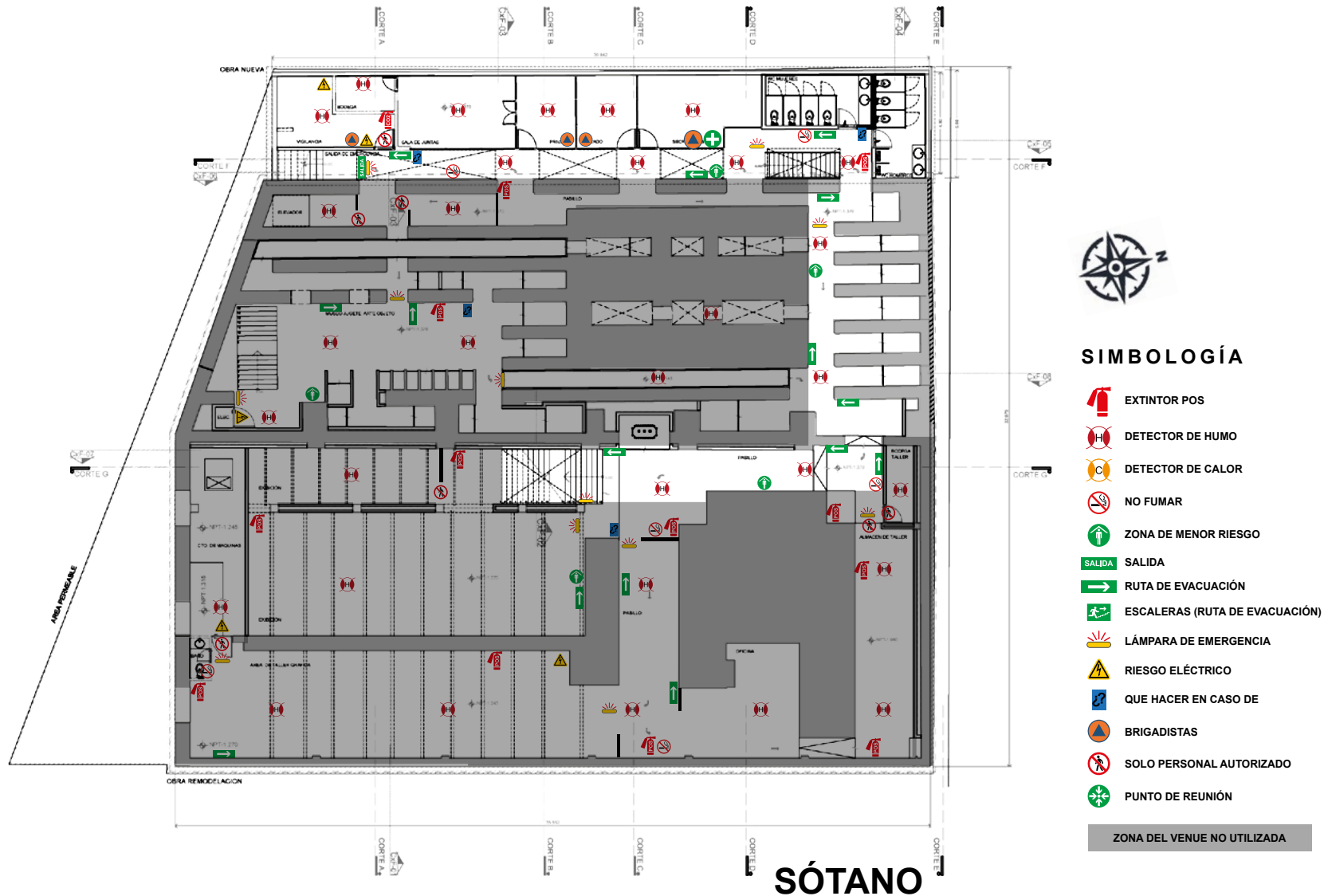
SIMBOLOGÍA

-  EXTINTOR POS
-  DETECTOR DE HUMO
-  DETECTOR DE CALOR
-  NO FUMAR
-  ZONA DE MENOR RIESGO
-  SALIDA
-  RUTA DE EVACUACIÓN
-  ESCALERAS (RUTA DE EVACUACIÓN)
-  LÁMPARA DE EMERGENCIA
-  RIESGO ELÉCTRICO
-  QUE HACER EN CASO DE
-  BRIGADISTAS
-  SOLO PERSONAL AUTORIZADO
-  PUNTO DE REUNIÓN

PROFHILO STRUCTURA; restauración del tejido adiposo.
La nueva frontera anti-envejecimiento

Estación Indianilla | 10/04/2025 | Aforo máx. 140

Imagen 138. Planos proporcionados por el venue.



PROFHILO STRUCTURA; restauración del tejido adiposo.
La nueva frontera anti-envejecimiento

Estación Indianilla | 10/04/2025 | Aforo máx. 140

Imagen 139. Planos proporcionados por el venue.

CONSTANCIA DE REGISTRO DEL PROGRAMA INTERNO DE PROTECCIÓN CIVIL

Ciudad de México, a 14 de febrero de 2025

Constancia de Registro del Programa Interno de Protección Civil

Con fundamento en los artículos 56, 58, 59, 60, 61, 62, 63, 64, 65, 67, 68, 69, 70 y 71 de la Ley de Gestión Integral de Riesgos y Protección Civil de la Ciudad de México; 38, 39, 40, 40 BIS, 40 TER, 41, 42, 43, 44, 45, 47, 48, 49, 50, 52, 53 y 56 del Reglamento de la Ley de Gestión Integral de Riesgos y Protección Civil de la Ciudad de México; en de los Términos de Referencia y demás disposiciones legales aplicables en materia de Gestión Integral de Riesgos y Protección Civil, se da por registrado el PIPC.

Juguete Arte Objeto A.C.

Folio

SGIRPC-5569-2025

0a3c0950-60ad-4722-b789-88d5251915b4

Fecha vencimiento: 13 de Febrero de 2030

Folio responsable de Protección Civil: 235

Ubicado en: Claudio Bernard 111 Doctores Cuauhtémoc 06720

La presente, deberá exhibirse en un lugar visible a fin de hacer del conocimiento de las autoridades y ciudadanía que se cumple con todo lo referido en la normatividad aplicable en la Ciudad de México en materia de Gestión Integral de Riesgos y Protección Civil.

La revalidación del Programa Interno de Protección Civil, deberá apegarse a lo establecido por el artículo 56 del Reglamento de la Ley de Gestión Integral de Riesgos y Protección Civil de la Ciudad de México.





Imagen 140. Entrada del venue, extintor y señalamiento de ruta de evacuación

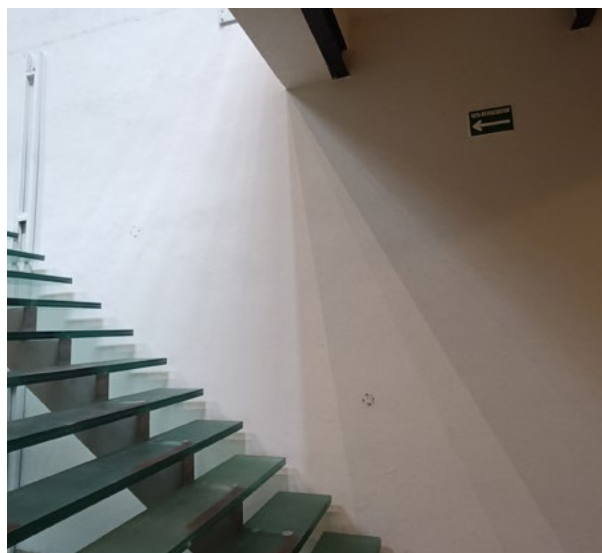


Imagen 141. Señalamiento de ruta de evacuación en el sótano del venue



Imagen 142. Señalamiento de ruta de evacuación en el sótano del venue y sanitarios

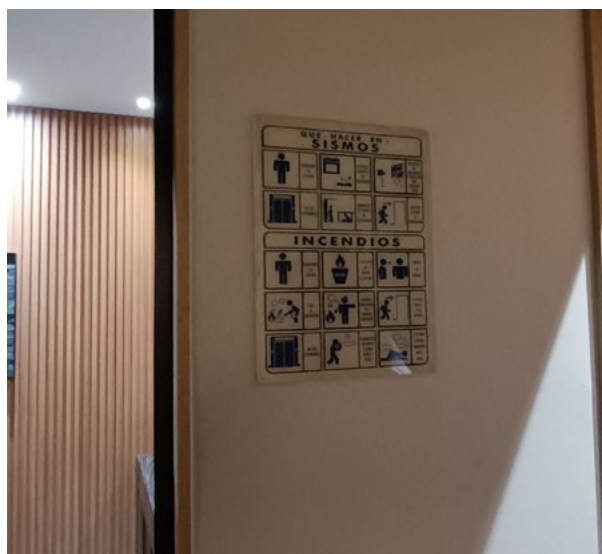


Imagen 143. Señalización de casos de emergencia



Imagen 144. Extintor en PB, bajo las escaleras



No se contrató un servicio de seguridad, debido a que el tipo de evento no lo ameritaba. Sin embargo, el personal del área comercial quien fungió como parte del staff, fueron los encargados de estar pendientes de las necesidades de los invitados y de que no hubiera ningún sobresalto entre los invitados.

CONTROL DE INGRESO Y AFORO

- Lista de invitados confirmados, con nombres completos.
- Dos hostess y gerente comercial en la entrada con lista en mano para autorización de acceso.
- Además de la lista, los invitados deberán de entregar su invitación física y el personal de la entrada deberán recogerla.
- En caso de no contar con invitación y no aparecer en lista, no se le podrá dar acceso a la persona.

CONTROL Y VIGILANCIA DE LOS INVITADOS

- Al llegar se le informará al médico su mesa asignada, no se podrán cambiar de lugar.
- Un asesor comercial estará asignado en cada mesa para control de incidencias entre médicos.
- En caso de que algún médico cambie de mesa, el asesor deberá indicarle que los lugares ya están asignados y reservados.

SEGURIDAD DE LOS SPEAKERS

- Traslado por parte del personal de Dermavan en todo momento para mayor seguridad.
- Asegurarse de que los médicos hagan el check-out en el hotel y que lleven consigo todas sus pertenencias.
- No alimentos típicos de México antes del evento para evitar algún malestar estomacal debido a ser extranjeros.
- Platillos dulces por solicitud para speaker principal, por cuestión médica. Entregarlos en los horarios señalados.
- Una vez terminado el evento, trasladar a los médicos al aeropuerto.

VIGILANCIA Y ENTREGA DE PRODUCTO

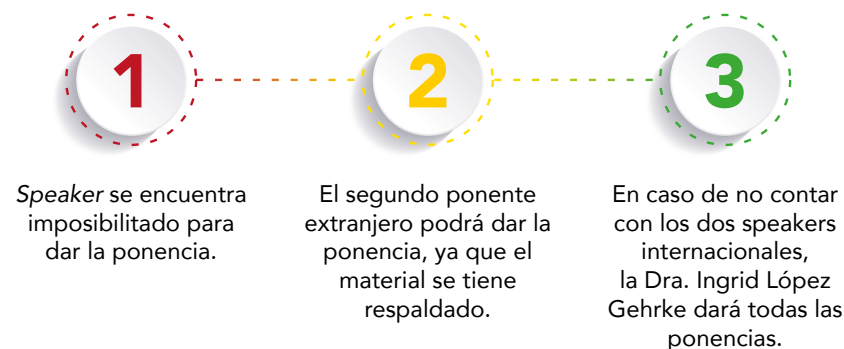
- El producto se resguardará en un solo sitio, solo las personas con acreditación indicada podrán estar en la zona.
- Exclusivamente se entregará producto a las personas señaladas en lista, con hoja de pedido. Se firma de entregado y se sella.



CONTROL DE INGRESO Y AFORO



AUSENCIA DE ALGÚN *SPEAKER*



VIGILANCIA Y ENTREGA DE PRODUCTO





El venue al contar con una cocina propia, ofrece el servicio de alimentos y bebidas, lo cual facilitó la preparación de los mismos y se tuvo la oportunidad de realizar una degustación de los mismos.

PROVEEDOR INTERNO

- Para reducir incidencias y/o un mal manejo de alimentos por poca familiarización con la cocina del venue, se decidió contratar el servicio que ofrece el venue.
- Con ello se evitó el traslado de comida preparada y que lo que necesitara cadena de frío no se rompiera.
- Preparación y salida de alimentos en tiempo y forma.

ALERGIAS

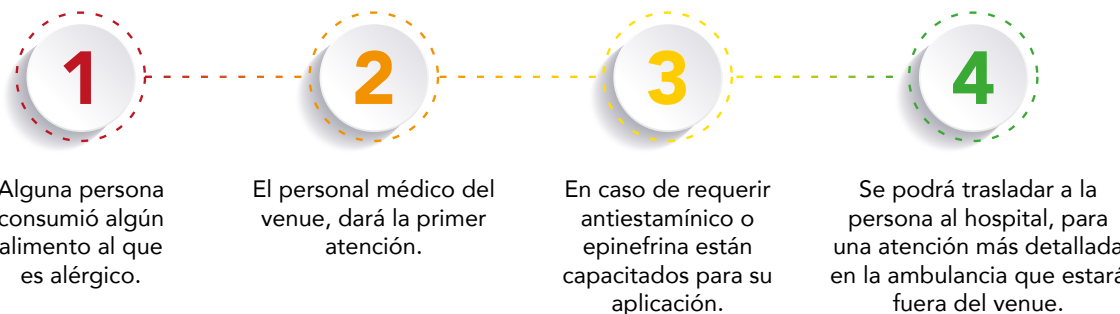
- Menú por sugerencia del chef bajo en alergenos comunes.
- Colocación en mesa de menú con todos los platillos a servir, junto con su descripción para que los invitados estuvieran informados.
- El mesero preguntará si hay alguna alergia antes de servir los platillos.
- En caso de presentarse alguna alergia, se tendrán insumos disponibles para un cambio de platillo.

DE COCINA A MESA

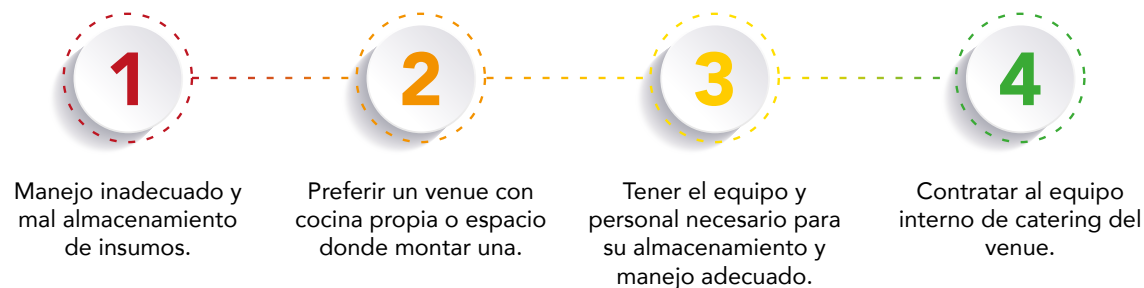
- Debido a que la cocina está en la parte superior del venue, escaleras y pasillo deberán estar libres en todo momento para evitar accidentes y el entorpecimiento de la salida de meseros.
- Tanto el personal del venue, como las coordinadoras del evento, estarán a cargo de supervisar esta zona al momento de la comida.



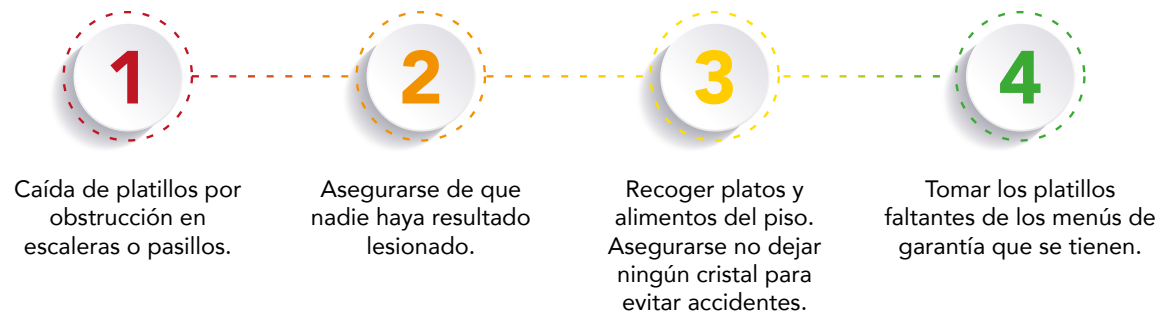
ALERGIAS ALIMENTARIAS



MANEJO ADECUADO DE ALIMENTOS



ALIMENTOS A LA MESA





El producto Prophilo Structura no tiene reporte alguno de incidencias graves. Los reportes que se han tenido son ligero edema, hematoma y dolor tolerable en el sitio de aplicación. Sin embargo se consideraron varias medidas de acción ante alguna reacción adversa.

HISTORIAL MÉDICO

- Las pacientes se pre-seleccionan, siguiendo las características del paciente idóneo dadas por el médico speaker.
- Se realiza el historial médico de las pacientes con antelación para confirmar su estado de salud y que sea candidata para el tratamiento, con ello se tendrá contemplado los tratamientos preexistentes.
- El encargado de área médica le entrega a la paciente el consentimiento informado para su aplicación y se aclara cualquier duda.
- Deberá estar llenado y firmado el consentimiento antes de la aplicación.

APLICACIÓN POR EXPERTO

- Realizada por médicos expertos, ningún médico invitado podrá pasar a realizar la aplicación.
- El asistente médico, será el único que podrá asistir al médico inyector.
- El responsable sanitario de la empresa deberá estar presente durante todo el evento, sobre todo por tener speakers extranjeros, en caso de que llegará personal de COFEPRIS al evento.

MONITOREO DEL PACIENTE

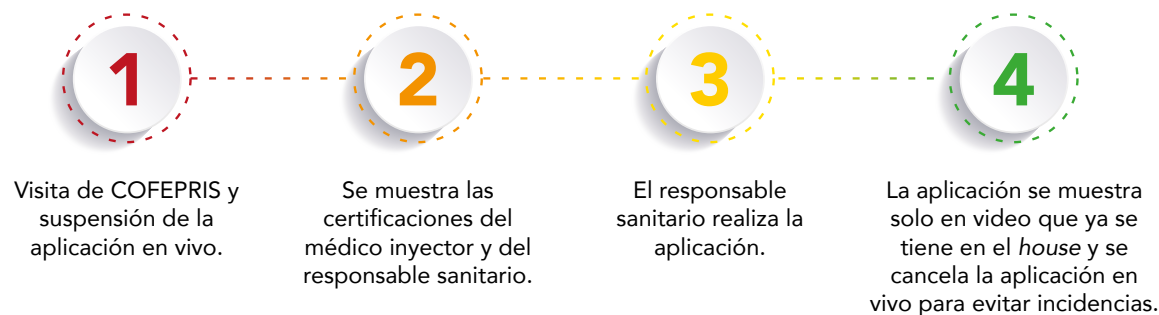
- La asistente médico, debe verificar el estado de la paciente previo, durante y posterior a la aplicación.
- En caso de alguna indicación específica para el paciente, asegurarse de que esté clara.

REACCIÓN ADVERSA

- Si el asistente médico, detecta alguna reacción en el paciente, deberá informarla de inmediato al médico inyector.
- Se contará con botiquín para primeros auxilios durante el evento.
- En caso de alguna reacción grave y se considere emergencia, se cuenta con una ambulancia fuera del venue y un hospital a 5 minutos.



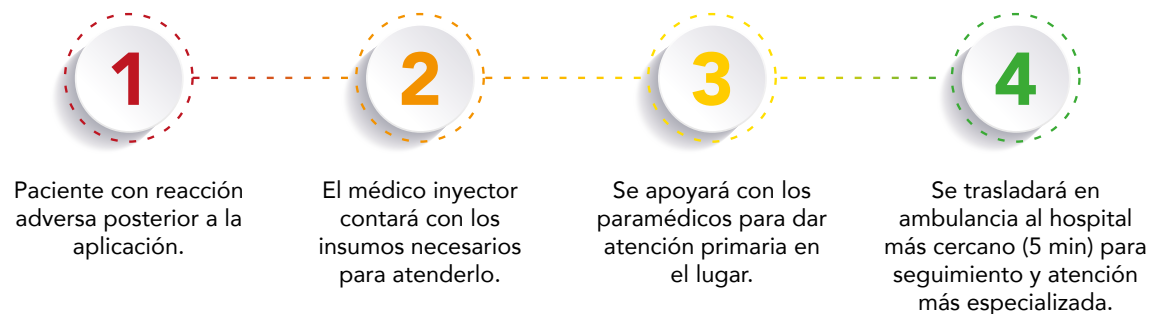
APLICACIÓN PERMITIDA



HISTORIAL MÉDICO



REACCIÓN ADVERSA



The background of the entire slide is a high-resolution image of numerous water droplets of various sizes. Some droplets are in sharp focus, showing internal reflections and refractions, while others are blurred in the foreground or background, creating a sense of depth. The droplets are scattered across a light, off-white background.

ADMINISTRACIÓN

A solid, horizontal yellow bar is positioned below the dark blue banner, extending across most of the width of the slide.

PRESU PUESTOS



INICIOS DEL PROYECTO

Presupuesto inicial fue \$800,000

Con lo cual se debería cubrir desde la renta del venue, alimentos y bebidas, hasta promocionales y obsequios que se tuvieran contemplados.

Se contempló para **100 médicos más 20 personas de staff** de la empresa (asesores comerciales, speakers, coordinadoras, distribuidores y directivos).

Para que los médicos tuvieran acceso al evento deberían **comprar como mínimo 6 piezas de PROFHILO STRUCTURA**, con un precio unitario de \$5,600 lo que se traducía como una **inversión mínima de \$33,600**.

Respetando estos datos los presupuestos quedaban de la siguiente manera:

Número de médicos: 100
Costo estimado del evento: \$800,000
Ingreso por preventa: \$3,360,000

ANTES DE SALIR A VENTA

Incremento al presupuesto inicial \$150,000

Dado el interés mostrado por los médicos durante las visitas de los asesores, así como en redes sociales, se tomó la decisión de incrementar el **número de invitados a 125**, para ello se destinó **\$150,000 adicionales** para cubrir estos lugares.

Debido a que sería un evento con compra previa, de un producto que no habían utilizado anteriormente, el área de finanzas y comercial decidieron dar un precio especial de preventa. El precio unitario cambió a \$3,920. De igual manera el **número de piezas para compra mínima a 4**, por lo cual la inversión por médico asistente se modificó a **\$15,680**.

Los nuevos presupuestos después de estas modificaciones fueron:

Número de médicos: 125
Costo estimado del evento: \$950,000
Ingreso por preventa: \$1,960,000

COSTOS

CONCEPTO	P.U.	SERVICIO	DIAS	CANTIDAD	TOTAL	TOTAL
Venue						Venue
						\$127.580,00
Renta de galería por 5 horas de servicio Incluye: Servicio de seguridad y limpieza	\$95.000,00		1	1	\$95.000,00	
Renta de estacionamiento	\$6.500,00		1	1	\$6.500,00	
Servicio de valet parking para un estimado del 30% del total de invitados. Costo por vehículo, por evento	\$280,00		1	36	\$10.080,00	
Desplazamiento de equipo de audio e iluminación	\$16.000,00		1	1	\$16.000,00	
Alimentos y bebidas						Alimentos y bebidas
						\$191.130,00
Mesa de quesos	\$325,00	\$48,75	1	120	\$44.850,00	
Cóctel de bienvenida	\$85,00	\$12,75	1	120	\$11.730,00	
Barra de sangrías por 4 horas	\$155,00	\$23,25	1	120	\$21.390,00	
Barra libre vino blanco y vino tinto por 5 horas	\$270,00	\$40,50	1	120	\$37.260,00	
Comida de 3 tiempos Menú a elegir con entrada, plato fuerte base res, guarnición y postre	\$550,00	\$82,50	1	120	\$75.900,00	
Escenario y Escenografía						Escenario y Escenografía
						\$90.000,00
Totems gráficos geométricos en corte CNC con delineado neonflex de luz ámbar			1	1		
Back de 2.2 x 2.9 m, fabricado en bastidor de madera, acabado en lona mate. Gráfico geométrico en corte CNC con delineado neonflex de luz ámbar.			1	1		
Mascarilla para pantalla			1	1		
Sobretarima de pantalla de 3.5 x 0.7m, acabado en pintura blanca			1	1		
Letras volumétricas (grosor mínimo) de la palabra PROFHILO en borde de escenario.			1	1		
Mesa de centro para sesión de preguntas y respuestas			1	1		
Sillones para sesión de preguntas y respuestas			1	3		
Palabra "estructura" en recorte de vinil sobre faldón de escenario.			1	1		
Coordinador de producción			2	1		
Staff escenografía / display			2	4		
Audio						Audio
						\$25.000,00
Consola de audio digital			1	1		
Sistema de audio para 120 pax			1	2		
Micrófono inalámbrico UHF de mano			1	4		
Micrófono Countryman			1	3		
Reproductor de música			1	1		
Cajas directas			1	1		
Operador de audio			1	1		
Staff de audio			1	1		



COSTOS

CONCEPTO	P.U.	SERVICIO	DIAS	CANTIDAD	TOTAL	TOTAL
Iluminación						Iluminación
						\$35.000,00
Consola de iluminación			1	1		
Estructura vertical mk con base aforada en tela			1	4		
Par led			1	24		
Robóticas			1	8		
Leeko			1	2		
Gobos			1	2		
Staff técnico			1	1		
Operador de iluminación			1	1		
Video						Video
						\$30.000,00
Pantalla de 50" con base de piso referencia y timer			1	2		
Lap top			1	2		
Switcher			1	1		
Clicker con pointer			1	1		
Staff de video			1	1		
Operador de video			1	1		
CCTV						CCTV
						\$26.000,00
CCTV (incluye camarógrafos y camaras)			1	2		
Cabina de video para CCTV			1	1		
Director de cámaras			1	1		
Mobiliario						Mobiliario
						\$80.006,00
ÁREA DE COCTEL						
Mesas periqueras redondas	\$900,00		1	6	\$5.400,00	
Manteles satinados azul marino y dorado en combinación	\$250,00		1	6	\$1.500,00	
Cintillo dorado para decoración de mesa periquera	\$55,00		1	6	\$330,00	
Banco justin metal oro cojín hueso	\$220,00		1	18	\$3.960,00	
Barra bar marmol carrara	\$3.600,00		1	1	\$3.600,00	
ÁREA DE BANQUETE						
Mesas redondas de banquete proporcionadas por el venue	\$0,00		1	19	\$0,00	
Servilletas en combinación con mantelería	\$28,00		1	152	\$4.256,00	
Sillas Tiffany doradas, cojín ivory o dorado	\$50,00		1	152	\$7.600,00	
Mantel largo dorado, diseño a elegir	\$480,00		1	19	\$9.120,00	
ACCESORIOS						
Plato base vidrio filo dorado	\$60,00		1	152	\$9.120,00	
Plato trinche blanco con rayas doradas	\$55,00		1	152	\$8.360,00	
Copa vino tinto roca transparente	\$85,00		1	152	\$12.920,00	
Juego de cubiertos convencionales (tenedor entrada, tenedor trinche, cuchillo, cuchara sopera y cuchatira)	\$65,00		1	80	\$5.200,00	
Juego de cubiertos dorados (tenedor entrada, tenedor trinche, cuchillo, cuchara sopera y cuchatira)	\$108,00		1	80	\$8.640,00	



COSTOS

CONCEPTO	P.U.	SERVICIO	DIAS	CANTIDAD	TOTAL	TOTAL
Decoración Floral						Decoración Floral
						\$20.330,00
Centros de mesa en prisma dorado con mix de flores blancas	\$950,00		1	19	\$18.050,00	
Arreglos florales en tonos dorados y blancos para mesas periqueras	\$380,00		1	6	\$2.280,00	
Decoración Perimetral						Decoración Perimetral
						\$80.000,00
ACCESO. Túnel de estructuras hexagonales led, color ámbar con letrero de Proffilo fabricado en neonflex	\$38.000,00		1	1	\$38.000,00	
PERÍMETRO. Bloques de cortinaje ivory, tergal Francés. Medidas de 4 x 5 mts con estructura tipo pipe & drape	\$10.500,00		1	4	\$42.000,00	
Photo Opportunity						
						\$48.500,00
Photo Opp: 2 muros de 2 x 2.44 m, en escuadra con figuras geométricas fabricadas en espejo, con acabado led color ámbar. Logotipo en recorte de vinil	\$30.000,00		1	1	\$30.000,00	
Módulos de Pista LED de pixeles	\$3.500,00		1	1	\$3.500,00	
Ipad booth						
Ipad booth gift por 4 horas de servicio, fotos impresas y digitales ilimitadas, un operador	\$15.000,00		1	1	\$15.000,00	
Servicios Adicionales						Servicios Adicionales
						\$23.500,00
Maestro de Ceremonias	\$0,00		1	1	\$6.000,00	
Hostess			1	2	\$5.500,00	
Servicio de Foto y video por 5 hrs.	\$12.000,00		1	1	\$12.000,00	
Servicios de Producción						Servicios de Producción
						\$48.500,00
Misceláneos	\$3.500,00		1	1	\$3.500,00	
Coordinación General Local	\$3.000,00		1	1	\$3.000,00	
Asistente de Coordinación Local	\$2.000,00		1	2	\$4.000,00	
Fletes, Montaje y Desmontaje	\$38.000,00		1	1	\$38.000,00	



COSTOS

CONCEPTO	P.U.	SERVICIO	DIAS	CANTIDAD	TOTAL	TOTAL
Kits de Bienvenida						Kits de Bienvenida
						\$57.451,40
Tote bag loneta	\$136,30		1	140	\$19.082,00	
Banda para el cabello	\$64,40		1	140	\$9.016,00	
Pelota	\$14,16		1	140	\$1.982,40	
Espejo	\$108,00		1	140	\$15.120,00	
USB	\$75,40		1	140	\$10.556,00	
Postal	\$3,90		1	140	\$546,00	
Díptico	\$6,60		1	140	\$924,00	
Tarjeta de agradecimiento	\$1,50		1	150	\$225,00	
Papelería						Papelería
						\$5.831,00
Invitaciones	\$33,60		1	140	\$4.704,00	
Menús y programas	\$5,60		1	40	\$224,00	
caballetes bebidas	\$2,00		1	40	\$80,00	
caballetes reservados	\$3,50		1	8	\$28,00	
gafetes	\$6,50		1	30	\$195,00	
lanyards	\$20,00		1	30	\$600,00	
Uniformes Staff						Uniformes Staff
						\$19.710,00
Camisas Caballero	\$650,00		1	8	\$5.200,00	
Camisas Dama	\$550,00		1	9	\$4.950,00	
Playera tipo polo	\$280,00		1	2	\$560,00	
Redes Sociales						Redes Sociales
						\$9.000,00
Pautas meta (enero - marzo)	\$2.000,00		1	3	\$6.000,00	
Pautas meta (abril)	\$3.000,00		1	1	\$3.000,00	

TOTAL	\$917.538,40
IVA 16%	\$146.806,14
GRAN TOTAL	\$1.064.344,54



INGRESOS Y EGRESOS

INGRESOS POR ASESOR*					
ASESOR	MÉDICOS INVITADOS			TOTAL DE PIEZAS DE VENDIDAS	TOTAL VENDIDO
	TOTAL	CORTESÍAS	CON COMPRA		
Brian Peña	23	20	3	20	\$78,400
Angélica Machorro	26	12	14	98	\$384,160
Erika Morales	22	14	8	32	\$ 125,440
Sol Cruz	12	1	11	45	\$176,400
Andrés Navarro	2	-	2	9	\$35,280
Fernanda García	2	-	2	8	\$ 31,360
Santiago Arboleda	7	-	7	28	\$109,760
Marco García	3	-	3	12	\$ 47,040
Allan Castro	1	-	1	4	\$15,680
Alfredo Salmón	2	-	2	8	\$31,360
SUBTOTAL	100	47	53	264	\$1,034,880

*Ingresos reportados hasta el 9 de abril de 2025.

INGRESOS Y EGRESOS

INGRESOS POR DISTRIBUIDOR*					
ASESOR	MÉDICOS INVITADOS			TOTAL DE PIEZAS DE VENDIDAS	TOTAL VENDIDO
	TOTAL	CORTESÍAS	CON COMPRA		
AlmaDerm	8	1	7	32	\$ 125,440
Aesthetics Pharma	5	-	5	20	\$78,400
SUBTOTAL	13	1	12	52	\$203,840
TOTAL	113	48	65	316	\$1,238,720

*Ingresos reportados hasta el 9 de abril de 2025.

INGRESOS Y EGRESOS

Los presupuestos con los que se trabajaron en un inicio del proyecto comparados con lo que se reportaron al 9 de abril del presente año, fueron totalmente distintos. En esta breve comparativa utilicé los datos hasta esa fecha debido a que la junta de revisión de proyecto, donde se revisarían ingresos, egresos, comentarios de los asistentes y ponentes, ya no pude ser participe debido a mi salida de la empresa distribuidora de los productos de IBSA Farmaceutici.

CONCEPTO	PRESUPUESTO 1	PRESUPUESTO 2	REAL
Número de médicos	100	125	113
Porcentaje diferencial al anterior	N/A	▲ 25%	▼ 9.6%
Costo (egreso)	\$800,000	\$950,000	\$ 1,064,344.54
Porcentaje diferencial al anterior	N/A	▲ 18.7%	▲ 12%
Piezas mínimas a vender	600	500	316
Porcentaje diferencial al anterior	N/A	▼ 16.6%	▼ 36.8%
Preventa (ingreso)	\$3,360,00	\$1,960,000	\$1,238,720
Porcentaje diferencial al anterior	N/A	▼ 41.6%	▼ 36.8%

Como se observa en la tabla anterior, **los objetivos de venta no se alcanzaron y se quedaron 36.8% por debajo del mínimo** que se consideró. Si bien el precio se tenía que cambiar para que fuera más atractivo para los médicos y tuvieran el beneficio de un precio especial por lanzamiento, se debería haber evitado tantos médicos invitados como cortesías ya que con ello se redujo enormemente el ingreso y redujo considerablemente el margen de ganancia. La cual realmente no existió, ya que a estas cifras se le tendría que su mar el costo del producto y la inversión que se hizo en hospedaje y vuelos de varios médicos invitados, los cuales sumarían todavía en los egresos. **Considero que para que el evento hubiera sido más redituable el porcentaje de médicos en cortesía no debió haber superado el 20% de la lista de invitados y la realidad de este evento es que el 42% de ellos no estuvieron obligados a realizar una compra mínima.**

The background of the entire image is a dense field of water droplets of various sizes, some in sharp focus and others blurred, creating a sense of depth and movement. The droplets are transparent and reflect light, giving them a three-dimensional appearance.

TESTIMONIALES

A solid yellow horizontal bar is positioned below the dark blue banner, extending across the width of the text area.

FOTOMEMORIA

ENTRADA



Imagen 145. Túnel de luces LED



Imagen 147. Banner a pie de calle



Imagen 148. Vista del túnel de luces



Imagen 146. Hostess en la recepción



Imagen 149. Hostess en la recepción

FOTOMEMORIA

ZONA COCTEL



Imagen 150. Decoración mesa zona coctél



Imagen 151. Mesa de quesos



Imagen 152. Mesa para invitados



Imagen 153. Zona de coctél antes de la llegada de los invitados

FOTOMEMORIA

ZONA COCTEL



Imagen 154. Médicos invitados en zona de cóctel



Imagen 155. Zona de cóctel con proyección al fondo



Imagen 156. Vista de turbina con proyección al fondo



Imagen 157. Afluencia más alta de invitados



Imagen 158. Invitados en la zona de cóctel

FOTOMEMORIA

ZONA PONENCIA



Imagen 159. Montaje de zona de ponencia



Imagen 160. Photo opportunity



Imagen 161. Vista de la zona de ponencia



Imagen 162. Barra de sangrías



Imagen 163. Vista de la zona de ponencia y escenario

FOTOMEMORIA

ZONA PONENCIA



Imagen 164. Médicos accediendo a la zona de ponencia



Imagen 165. Inicio de ponencias



Imagen 166. Ponencia Dra. Ingrid



Imagen 167. Participación del Dr. Fernando Guerrero Burgos

FOTOMEMORIA

ESCENARIO



Imagen 168. Logo y sillas para sesión de preguntas



Imagen 169. Esferas luminosas



Imagen 170. Zona de aplicación



Imagen 171. Volumétricos



Imagen 172. Vista de escenario y proyección

FOTOMEMORIA

ESCENARIO



Imagen 173. Fulvio Santacatterina - International MSL at IBSA Farmaceutici

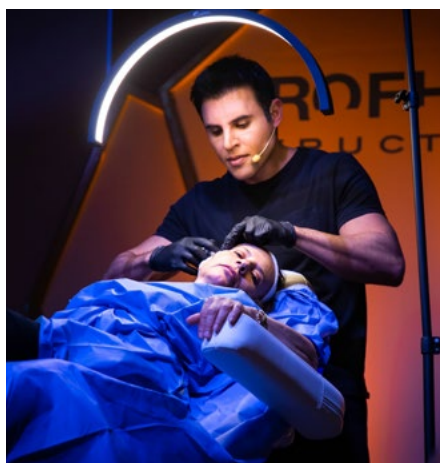


Imagen 174. Dr. Daniel Coimbra en aplicación



Imagen 175. Dra. Ingrid López Gehrke



Imagen 176. Ponentes en sesión de preguntas

FOTOMEMORIA

ENTREGA DE PRODUCTO



Imagen 177. Doctora posando con volumétricos



Imagen 178. Dra. Ana Villegas posando



Imagen 179. Doctora con su kit de lanzamiento



Imagen 180. Kits con producto



Imagen 181. Entrega de kits y producto

FOTOMEMORIA

PHOTOPPORTUNITY



Imagen 182. Photo opportunity en operación



Imagen 183. Doctora posando



Imagen 184. Doctora de zona bajo



Imagen 185. Equipo de Haut Clinique

PUBLICACIONES DEL EVENTO

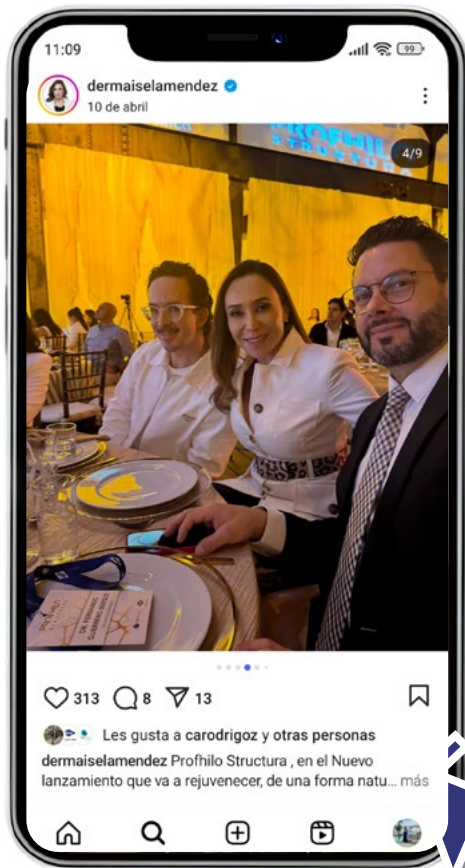


Imagen 186. Publicación Dr. Isela Méndez

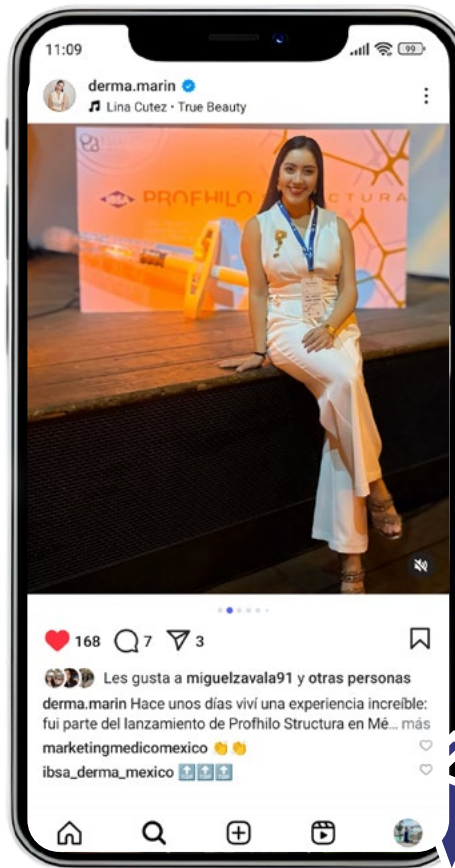


Imagen 187. Publicación Dra. Daniela Marín

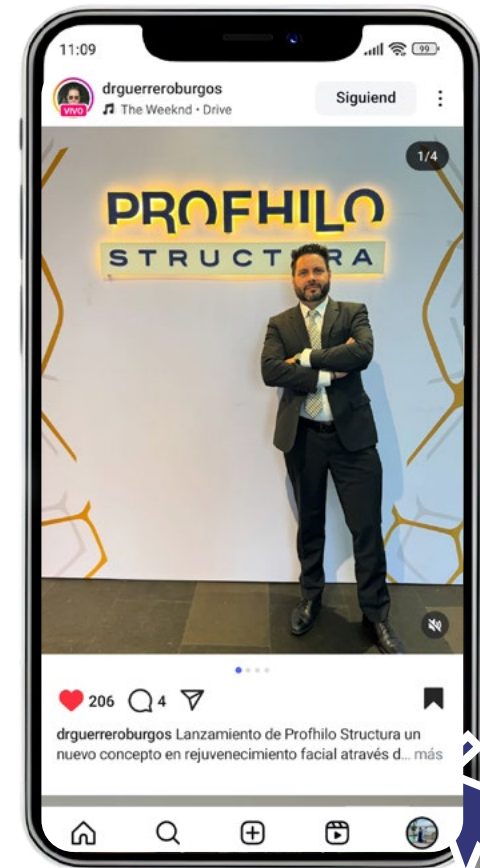


Imagen 188. Publicación Dr. Fernando Guerrero

HAGA CLICK SOBRE LA IMAGEN PARA VER EL POST

PUBLICACIONES DEL EVENTO



Imagen 189. Publicación Dr. Juan Carlos Arias

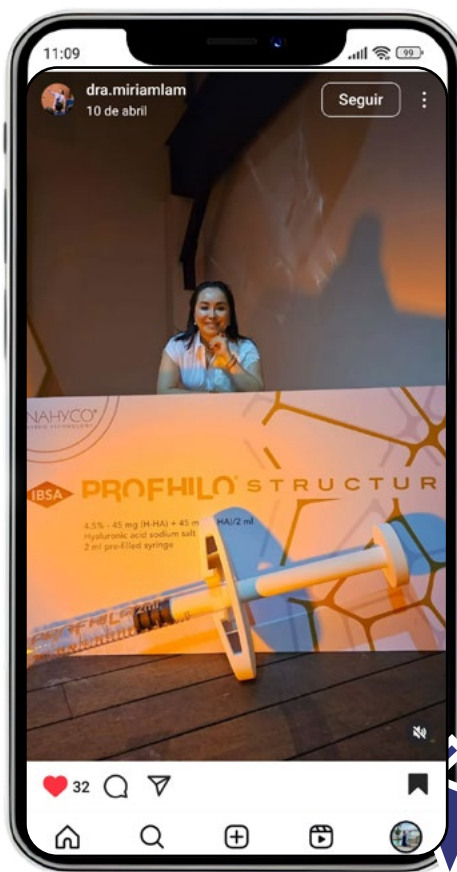


Imagen 190. Dra. Miriam Lara

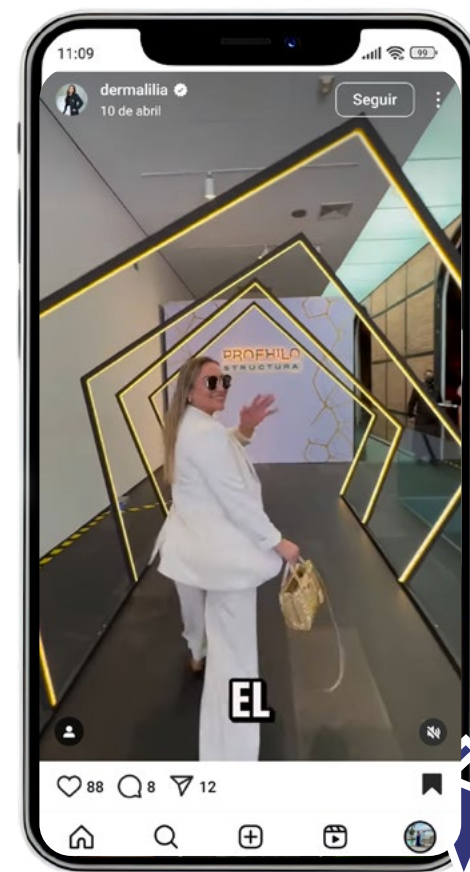


Imagen 191. Publicación Dra. Lilia Argüello

HAGA CLICK SOBRE LA IMAGEN PARA VER EL POST

PUBLICACIONES DEL EVENTO



Imagen 192. Publicación Dra. Ana Karen Juárez

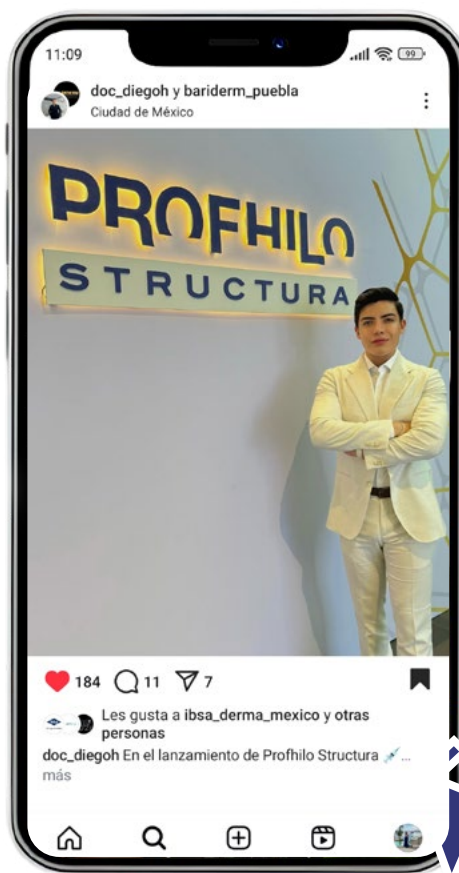


Imagen 193. Publicación Diego Herrera



Imagen 194. Publicación Dra. Ana Villegas

HAGA CLICK SOBRE LA IMAGEN PARA VER EL POST

The background of the entire slide is a high-resolution image of numerous water droplets of various sizes. Some droplets are in sharp focus, showing internal reflections and refractions, while others are blurred in the foreground or background, creating a sense of depth. The droplets are scattered across a light, off-white background.

POST-SEGUIMIENTO

A solid, horizontal yellow bar is positioned directly beneath the dark blue text box, extending across the same width as the text area.

VIDEO DEL EVENTO



HAGA CLICK

Imagen 195. Portada del reel en instagram, del video memoria



CONCLUSIONES DEL EVENTO

Sin duda este evento fue un reto personal y profesional. Donde tuve que ser muy respetuosa con la línea gráfica, ya que, IBSA Farmaceutici estaba pasando por una reestructuración en su área de MKT global, lo cual vino con nuevos y más estrictos lineamientos. Por lo cual fue arriesgarnos con lo establecido y con el límite de los mismos, para crear algo que fuera atractivo para los médicos en México.

Una gran ventaja fue tener más tiempo para la planificación en comparación con algunos otros eventos en los que me tocó participar en la empresa. Pero uno de los inconvenientes fue pasar de un “no hay límite de presupuesto” en una comida casual a un “quiero todo, pero con lo menos que se pueda gastar” en una junta. Para ello se dejaron fuera las experiencias interactivas y se apostó por un venue que fuera atractivo para reducir costos en brandeo y se logró, resaltando puntos estratégicos del lugar. De las cosas más complicadas fueron el tener el área comercial y de marketing, una idea totalmente distinta a la que tenía en mente el director general. Mientras que nosotras pensábamos en un evento de máximo 50 médicos, pero que fueran los más importantes a nivel nacional, convirtiéndolo en un evento aún más exclusivo y que además tuvieran más ingresos para compras posteriores de mayor volumen; se prefirió hacerlo más local e invertir en más eventos, hasta el momento han sido el principal que es el tema de esta carpeta y otros más en Guadalajara, Tijuana, Puebla y recientemente en Monterrey.

No dudo que la inversión ha sido gigantesca, pero al menos en este evento, el incremento en el aforo, obligó a mis excompañeros del área comercial a invitar no solo a médicos que tienen sus

propias clínicas, también a médicos más pequeños, algunos de ellos dieron largas para los pagos. Otro gran error que vino con ello, fue el dar tantas cortesías al evento con tal de que no se viera vacío, alrededor de un 40% de los asistentes fueron cortesías, lo cual debió impactar considerablemente al retorno de inversión.

Pese a lo señalado, me llevo una muy buena experiencia, varias cosas que me permitieron decidir funcionaron y en las que no tuve esa oportunidad, me permitieron aprender que no siempre será como lo tenga planeado y a pesar de ello, hay que resolver y continuar, no enfrascarme en ello; saber reconocer errores para no replicarlos en el futuro. Detectar las personas que dentro de tu equipo serán de las que más apoyo te ofrezcan y cuáles hay tener más paciencia y ser más claros.



Imagen 196. Mi excompañero Andrés y yo, después de terminar el evento.

CONCLUSIONES DEL DIPLOMADO



Después de dejar de lado mi proceso de titulación cerca de 10 años, me encontré con este diplomado, anunciado en una historia de instagram, en el momento que estaba haciendo corajes por los constantes cambios de mi jefe con respecto a la planeación del evento. Apareció en el momento justo para poder poner en marcha varias de las clases que vimos y con otras a evaluar lo que ya se había hecho y que no se podía cambiar.

Durante las clases afortunadamente había mucha participación de parte de todos, lo cual enriquecía los temas vistos, y nos daba un contexto real de lo que estábamos aprendiendo. Sin duda, ayudó mucho que la mayoría habíamos tenido al menos un acercamiento al mundo de los eventos, ya sea por cuestiones de trabajo, escolares o por gusto.

En lo personal, me ayudó a entender la importancia de una buena planeación y que sin ella, nada funciona y todo se puede salir de las manos, desde que falten rollos de papel en el baño, hasta que abarrotas tu evento y puedas ocasionar un accidente grave.

Entré creyendo que mi proyecto ya estaba casi armado en su totalidad, pero me lleve la sorpresa de que todo al evaluarlo se puede mejorar y definitivamente, mi evento no estaba listo. El conocer y hacer el viaje del usuario me permitió ver que no iba por mal camino, pero también que había cosas que se desfazaron un poco y otras más que deberé cambiar porque no funcionaron o era imposibles de aplicar, por ejemplo, la encuesta de satisfacción en donde por QR, solo obtuve tres respuestas y por mailing se descartó debido a una deficiente base de datos. En otros eventos y con otro público, me tocará reevaluar el mejor medio para cubrir esta necesidad.

Agradezco los conocimientos compartidos y las observaciones hechas a mi trabajo para seguir mejorando en él. En ocasiones la carpeta parecía imposible de terminar pero... se logró. Gracias por la paciencia y por el tiempo.



REFERENCIAS

- 1. Centro Cultural Estación Indianilla. (n.d.). Centro Cultural Estación Indianilla. México es Cultura. <https://www.mexicoescultura.com/recinto/57922/centro-cultural-estacion-indianilla.html>
- 2. Data Bridge Market Research. (2025, 26 marzo). Global Aesthetic Medicine Market Report - Product page. Data Bridge Market Research, <https://www.databridgemarketresearch.com>, All Right Reserved 2025. <https://www.databridgemarketresearch.com/es/reports/global-aesthetic-medicine-market>
- 3. Evento lanzamiento de producto by Bioderma Panamá en The Lounge San Francisco – The Lounge Panama. (s. f.). <https://theloungepanama.com/evento-lanzamiento-de-producto-by-bioderma-panama/>
- 4. IBSA mia (2025) <https://www.ibsamia.com/>
- 5. IMCAS. (s. f.-b). IMCAS. <https://www.imcas.com/en/attend/imcas-world-congress-2024/program/session/55068>
- 6. IMCAS. (s. f.). IMCAS. <https://www.imcas.com/en/attend/imcas-americas-2024/program/session/55282>
- 7. Infobae. (2017, 11 de abril). A 15 años de su lanzamiento, el botox también enamora a los millennials. Infobae. <https://www.infobae.com/tendencias/2017/04/11/a-15-anos-de-su-lanzamiento-el-botox-tambien-enamora-a-los-millennials/>
- 8. Malasquez, L. J. (2024b, enero 10). Deslumbrante noche de innovación y belleza: lanzamiento de la revolucionaria línea de AVENE. COVER Magazine. | Moda, Lifestyle y Entretenimiento de Lima. <https://revistac.com/deslumbrante-noche-de-innovacion-y-belleza-lanzamiento-de-la-revolucionaria-linea-de-avene-2/>
- 9. Moya, J. (2024, September 10). Mun Ka-young on de-stressing and Radiesse—the perfect skincare combo. Tatler Asia. <https://www.tatlerasia.com/style/beauty/radiesse-mun-ka-young>
- 10. Ramírez, S. (2024, 28 abril). Paraísos de bienestar en México al descubierto. Forbes México. <https://forbes.com.mx/forbes-life/paraisos-de-bienestar-en-mexico-al-descubierto/>
- 11. Telemadrid. (2024, 9 de enero). 9 de enero de 2007: el día en que Steve Jobs hizo historia con el primer iPhone. Telemadrid. <http://bit.ly/4c6kjFy>



IMÁGENES

1. Telemadrid. (2024, 9 de enero). 9 de enero de 2007: el día en que Steve Jobs hizo historia con el primer iPhone. Telemadrid. <http://bit.ly/4c6kjFy>
2. BOTOX® (OnabotulinumtoxinA) - Official BOTOX® Cosmetic site. (s. f.). BOTOX®. <https://www.botox-cosmetic.com/>
3. HarmonyCA - Beli Medicina Estética y Regenerativa. (s. f.). Beli Medicina Estética y Regenerativa. <https://www.beli.com.ar/productos/harmonyca/>
4. Fotografía proporcionada por la Dra. Daniela Marín Rivera. Lanzamiento HarmonyCA.
5. Fotografía proporcionada por equipo Dermavan México. IMCAS París 2024
6. Fotografía proporcionada por equipo Dermavan México. IMCAS París 2024
7. Fotografía proporcionada por equipo Dermavan México. IMCAS París 2024
8. Fotografía proporcionada por equipo Dermavan México. IMCAS París 2024
9. Fotografía proporcionada por equipo Dermavan México. IMCAS París 2024
10. Fotografía proporcionada por equipo Dermavan México. IMCAS París 2024
11. Instagram. (s. f.). <https://www.instagram.com/dermavan.latam/reel/C6qnBTMuY9S/?hl=en>
12. Instagram. (s. f.-b). <https://www.instagram.com/p/C6R-8dwRdtQ/?locale=en-TH>
13. Moon Ga-young shines at Radiesse pop-up studio opening event (n.d.). <https://m.news.nate.com/view/20250516n07205?mid=e01&list=recent&cpcd=>
14. Pinterest. (n.d.). Pinterest. <https://mx.pinterest.com/ghernandez3161/lanzamiento/>
15. Google Maps. (n.d.). Google Maps. https://www.google.com/maps/place/Centro+Cultural+Estaci%C3%B3n+Indianilla/@19.4228087,-99.1531682,17z/data=!3m1!4b1!4m6!3m5!1s0x85d1ff28cefa2819:0x-142d8e21c28d348!8m2!3d19.4228037!4d-99.1505879!16s%2Fg%2F11bzq2xcn6?authuser=0&entry=t-tu&g_ep=EgoyMDI1MDcwOS4wIXMDSOASAFQAw%3D%3D
16. Adaptado de: Freepik | La suite creativa de IA más completa. (n.d.). Freepik. https://www.freepik.es/vector-gratis/vector-mapa-mexico_333986.htm#fromView=search&page=1&position=0&uuid=43840aa3-f459-4885-8c37-b93c76a8cd11&query=mapa+mexico
17. Adaptado de plano proporcionado por el venue.
18. Fotografía proporcionada por el equipo de Mex Siting.
19. Fotografía proporcionada por el equipo de Mex Siting.
20. Fotografía proporcionada por el equipo de Mex Siting.
21. Fotografía proporcionada por el equipo de Mex Siting.



IMÁGENES

22. Fotografía proporcionada por el equipo de Mex Siting.
23. Fotografía proporcionada por el equipo de Mex Siting.
24. Fotografía proporcionada por el equipo de Mex Siting.
25. Centro Cultural Estación Indianilla. (n.d.). <https://www.mexicoescultura.com/recinto/57922/centro-cultural-estacion-indianilla.html>
26. Fotografías proporcionadas por los médicos.
27. Adaptado de: Freepik | La suite creativa de IA más completa. (n.d.). Freepik. <https://www.freepik.es>
28. Pinterest. (n.d.). Pinterest. <https://mx.pinterest.com/ghernandez3161/lanzamiento/>
29. Hernández Guadalupe (2025) Render.
30. Hernández Guadalupe (2025) Render.
31. Hernández Guadalupe (2025) Render.
32. Hernández Guadalupe (2025) Render.
33. Hernández Guadalupe (2025) Render.
34. Hernández Guadalupe (2025) Render.
35. Hernández Guadalupe (2025) Render.
36. Hernández Guadalupe (2025) Render.
37. Hernández Guadalupe (2025) Render.
38. Hernández Guadalupe (2025) Render.
39. Hernández Guadalupe (2025) Render.
40. Hernández Guadalupe (2025) Render.
41. Hernández Guadalupe (2025) Render.
42. Hernández Guadalupe (2025) Render.
43. Hernández Guadalupe (2025) Render.
44. Hernández Guadalupe (2025) Render.
45. Hernández Guadalupe (2025) Render.
46. Adaptado de plano proporcionado por el venue.
47. Adaptado de plano proporcionado por el venue.
48. Adaptado de plano proporcionado por el venue.
49. Adaptado de plano proporcionado por el venue.
50. Mex Siting (2025) Render.

IMÁGENES

51. Mex Siting (2025) Render.
52. Mex Siting (2025) Render.
53. Mex Siting (2025) Render.
54. Mex Siting (2025) Render.
55. Mex Siting (2025) Render.
56. Dermavan México (@dermavanmex) • Fotos y videos de Instagram. (n.d.). <https://www.instagram.com/dermavanmex/?hl=es>
57. Dr. Sadot Robledo (@dr.sadotrobledo) • Fotos y videos de Instagram. (n.d.). <https://www.instagram.com/dr.sadotrobledo/?hl=es>
58. Dermavan México (@dermavanmex) • Fotos y videos de Instagram. (n.d.). <https://www.instagram.com/dermavanmex/?hl=es>
59. IBSA Derma México (@ibsa_derma_mexico) • Fotos y videos de Instagram. (n.d.). https://www.instagram.com/ibsa_derma_mexico/?hl=es
60. IBSA Derma México (@ibsa_derma_mexico) • Fotos y videos de Instagram. (n.d.). https://www.instagram.com/ibsa_derma_mexico/?hl=es
61. IBSA Derma México (@ibsa_derma_mexico) • Fotos y videos de Instagram. (n.d.). https://www.instagram.com/ibsa_derma_mexico/?hl=es
62. IBSA Derma México (@ibsa_derma_mexico) • Fotos y videos de Instagram. (n.d.). https://www.instagram.com/ibsa_derma_mexico/?hl=es
63. Hernández Guadalupe (2025) Captura de pantalla.
64. Hernández Guadalupe (2025) Captura de pantalla.
65. Hernández Guadalupe (2025) Captura de pantalla.
66. Hernández Guadalupe (2025) Captura de pantalla.
67. Hernández Guadalupe (2025) Captura de pantalla.
68. Hernández Guadalupe (2025) Captura de pantalla.
69. Hernández Guadalupe (2025) Captura de pantalla.
70. Hernández Guadalupe (2025) Captura de pantalla.
71. Hernández Guadalupe (2025) Captura de pantalla.
72. Hernández Guadalupe (2025) Captura de pantalla.
73. Hernández Guadalupe (2025) Captura de pantalla.



IMÁGENES

74. Hernández Guadalupe (2025) Captura de pantalla.
75. Hernández Guadalupe (2025) Captura de pantalla.
76. Hernández Guadalupe (2025) Captura de pantalla.
77. Hernández Guadalupe (2025) Captura de pantalla.
78. Hernández Guadalupe (2025) Captura de pantalla.
79. Hernández Guadalupe (2025) Captura de pantalla.
80. Hernández Guadalupe (2025) Captura de pantalla.
81. Hernández Guadalupe (2025) Captura de pantalla.
82. Hernández Guadalupe (2025) Captura de pantalla.
83. Hernández Guadalupe (2025) Captura de pantalla.
84. Hernández Guadalupe (2025) Captura de pantalla.
85. Hernández Guadalupe (2025) Captura de pantalla.
86. Hernández Guadalupe (2025) Captura de pantalla.
87. Hernández Guadalupe (2025) Captura de pantalla.
88. Hernández Guadalupe (2025) Captura de pantalla.
89. Hernández Guadalupe (2025) Captura de pantalla.
90. Hernández Guadalupe (2025) Captura de pantalla.
91. Hernández Guadalupe (2025) Captura de pantalla.
92. Hernández Guadalupe (2025) Captura de pantalla.
93. Hernández Guadalupe (2025) Captura de pantalla.
94. Hernández Guadalupe (2025) Captura de pantalla.
95. Hernández Guadalupe (2025) Captura de pantalla.
96. Hernández Guadalupe (2025) Captura de pantalla.
97. Hernández Guadalupe (2025) Captura de pantalla.
98. Hernández Guadalupe (2025) Captura de pantalla.
99. Hernández Guadalupe (2025) Captura de pantalla.
100. Hernández Guadalupe (2025) Captura de pantalla.
101. Hernández Guadalupe (2025) Captura de pantalla.
102. Hernández Guadalupe (2025) Captura de pantalla.
103. Hernández Guadalupe (2025) Captura de pantalla.

IMÁGENES

104. Hernández Guadalupe (2025) Captura de pantalla.
105. Pinterest. (n.d.). Pinterest. <https://mx.pinterest.com/>
106. Freepik. (n.d.). Freepik | La suite creativa de IA más completa. <https://www.freepik.es/>
107. IBSA mia (2025) <https://www.ibsamia.com/>
108. IBSA mia (2025) <https://www.ibsamia.com/>
109. Freepik. (n.d.). Freepik | La suite creativa de IA más completa. <https://www.freepik.es/>
110. Hernández Guadalupe (2025) Fotografía, Estación Indianilla.
111. Google Maps. (n.d.). Google Maps. https://www.google.com/maps/place/Centro+Cultural+Estaci%C3%B3n+Indianilla/@19.4228087,-99.1531682,17z/data=!3m1!4b1!4m6!3m5!1s0x85d1ff28cefa2819:0x-142d8e21c28d348!8m2!3d19.4228037!4d-99.1505879!16s%2Fg%2F11bzq2xcn6?authuser=0&entry=tu&g_ep=EgoyMDI1MDcwOS4wIjKXMDSoASAFQAw%3D%3D
112. Hernández Guadalupe (2025) Render.
113. Hernández Guadalupe (2025) Fotografía, Estación Indianilla.
114. Hernández Guadalupe (2025) Fotografía, Estación Indianilla.
115. Hernández Guadalupe (2025) Fotografía, Estación Indianilla.
116. Hernández Guadalupe (2025) Fotografía, Estación Indianilla.
117. Hernández Guadalupe (2025) Fotografía, Estación Indianilla.
118. Hernández Guadalupe (2025) Render.
119. Hernández Guadalupe (2025) Fotografía, Estación Indianilla.
120. Hernández Guadalupe (2025) Fotografía, Estación Indianilla.
121. Hernández Guadalupe (2025) Fotografía, Estación Indianilla.
122. Hernández Guadalupe (2025) Fotografía, Estación Indianilla.
123. Hernández Guadalupe (2025) Fotografía, Estación Indianilla.
124. Hernández Guadalupe (2025) Render.
125. Hernández Guadalupe (2025) Fotografía, Estación Indianilla.
126. Hernández Guadalupe (2025) Fotografía, Estación Indianilla.
127. Hernández Guadalupe (2025) Fotografía, Estación Indianilla.
128. Hernández Guadalupe (2025) Fotografía, Estación Indianilla.
129. Hernández Guadalupe (2025) Fotografía, Estación Indianilla.
130. Adaptado de plano proporcionado por el venue.

IMÁGENES

131. Google Maps. (n.d.). Google Maps. https://www.google.com/maps/place/Centro+Cultural+Estaci%C3%B3n+Indianilla/@19.4228087,-99.1531682,17z/data=!3m1!4b1!4m6!3m5!1s0x85d1ff28cefa2819:0x-142d8e21c28d348!8m2!3d19.4228037!4d-99.1505879!16s%2Fg%2F11bzq2xcn6?authuser=0&entry=tu&g_ep=EgoyMDI1MDcwOS4wIKXMDSOASAFAQAw%3D%3D
132. Hernández Guadalupe (2025) Fotografía, Estación Indianilla.
133. Hernández Guadalupe (2025) Fotografía, Estación Indianilla.
134. Hernández Guadalupe (2025) Fotografía, Estación Indianilla.
135. Hernández Guadalupe (2025) Fotografía, Estación Indianilla.
136. Hernández Guadalupe (2025) Fotografía, Estación Indianilla.
137. Adaptado de plano proporcionado por el venue.
138. Adaptado de plano proporcionado por el venue.
139. Adaptado de plano proporcionado por el venue.
140. Hernández Guadalupe (2025) Fotografía, Estación Indianilla.
141. Hernández Guadalupe (2025) Fotografía, Estación Indianilla.
142. Hernández Guadalupe (2025) Fotografía, Estación Indianilla.
143. Hernández Guadalupe (2025) Fotografía, Estación Indianilla.
144. Hernández Guadalupe (2025) Fotografía, Estación Indianilla.
145. Hernández Guadalupe (2025) Fotografía, Estación Indianilla.
146. Mex Siting (2025), Fotografía, Lanzamiento Profhilo Structura
147. Mex Siting (2025), Fotografía, Lanzamiento Profhilo Structura
148. Mex Siting (2025), Fotografía, Lanzamiento Profhilo Structura
149. Mex Siting (2025), Fotografía, Lanzamiento Profhilo Structura
150. Mex Siting (2025), Fotografía, Lanzamiento Profhilo Structura
151. Mex Siting (2025), Fotografía, Lanzamiento Profhilo Structura
152. Mex Siting (2025), Fotografía, Lanzamiento Profhilo Structura
153. Mex Siting (2025), Fotografía, Lanzamiento Profhilo Structura
154. Mex Siting (2025), Fotografía, Lanzamiento Profhilo Structura
155. Mex Siting (2025), Fotografía, Lanzamiento Profhilo Structura
156. Mex Siting (2025), Fotografía, Lanzamiento Profhilo Structura
157. Mex Siting (2025), Fotografía, Lanzamiento Profhilo Structura



IMÁGENES

158. Mex Siting (2025), Fotografía, Lanzamiento Profhilo Structura
159. Mex Siting (2025), Fotografía, Lanzamiento Profhilo Structura
160. Mex Siting (2025), Fotografía, Lanzamiento Profhilo Structura
161. Mex Siting (2025), Fotografía, Lanzamiento Profhilo Structura
162. Mex Siting (2025), Fotografía, Lanzamiento Profhilo Structura
163. Mex Siting (2025), Fotografía, Lanzamiento Profhilo Structura
164. Mex Siting (2025), Fotografía, Lanzamiento Profhilo Structura
165. Mex Siting (2025), Fotografía, Lanzamiento Profhilo Structura
166. Mex Siting (2025), Fotografía, Lanzamiento Profhilo Structura
167. Mex Siting (2025), Fotografía, Lanzamiento Profhilo Structura
168. Mex Siting (2025), Fotografía, Lanzamiento Profhilo Structura
169. Mex Siting (2025), Fotografía, Lanzamiento Profhilo Structura
170. Mex Siting (2025), Fotografía, Lanzamiento Profhilo Structura
171. Mex Siting (2025), Fotografía, Lanzamiento Profhilo Structura
172. Mex Siting (2025), Fotografía, Lanzamiento Profhilo Structura
173. Mex Siting (2025), Fotografía, Lanzamiento Profhilo Structura
174. Mex Siting (2025), Fotografía, Lanzamiento Profhilo Structura
175. Mex Siting (2025), Fotografía, Lanzamiento Profhilo Structura
176. Mex Siting (2025), Fotografía, Lanzamiento Profhilo Structura
177. Mex Siting (2025), Fotografía, Lanzamiento Profhilo Structura
178. Mex Siting (2025), Fotografía, Lanzamiento Profhilo Structura
179. Mex Siting (2025), Fotografía, Lanzamiento Profhilo Structura
180. Mex Siting (2025), Fotografía, Lanzamiento Profhilo Structura
181. Mex Siting (2025), Fotografía, Lanzamiento Profhilo Structura
182. Mex Siting (2025), Fotografía, Lanzamiento Profhilo Structura
183. Mex Siting (2025), Fotografía, Lanzamiento Profhilo Structura
184. Mex Siting (2025), Fotografía, Lanzamiento Profhilo Structura
185. Mex Siting (2025), Fotografía, Lanzamiento Profhilo Structura
186. Dermatóloga funcional I Isela Méndez (@dermaiselamendez) • Fotos y vídeos de Instagram. (n.d.).
Instagram. https://www.instagram.com/p/DIR9PzWSHNp/?img_index=1



IMÁGENES

187. Dermatóloga (@derma.marin) • Fotos y vídeos de Instagram. (n.d.). Instagram. https://www.instagram.com/p/DlubQQwu7_B/
188. Fernando GuerreroBurgos (@drguerreroburgos) • Fotos y vídeos de Instagram. (n.d.). Instagram. https://www.instagram.com/p/DISmwnnNl6_/
189. Juan Carlos Arias (@doc.juancarlos) • Reel de Instagram. (n.d.). Instagram. <https://www.instagram.com/p/DlwlAKgOAFx/>
190. Dra. Miriam Lara (@dra.miriamlam) • Reel de Instagram. (n.d.). Instagram. <https://www.instagram.com/p/DISi1YHOneG/>
191. Dra. Lilia Argüello Guerra - Dermatóloga (@dermalilia) • Reel de Instagram. (n.d.). Instagram. https://www.instagram.com/p/DISqT8_u-Rs/
192. Dra. Ana Karen Juárez (@drakarenjj) • Reel de Instagram. (n.d.). Instagram. <https://www.instagram.com/p/DISkA1Auekn/>
193. Diego Herrera (@doc_diego) • Foto de Instagram. (n.d.). Instagram. <https://www.instagram.com/p/DISVjNmNPzl/>
194. Dra. Ana Karen Villegas (@dra.ana.villegas) • Fotos y vídeos de Instagram. (n.d.). Instagram. <https://www.instagram.com/p/DIS66tjuNB6/>
195. IBSA Derma México (@ibsa_derma_mexico) • Reel de Instagram. (n.d.). Instagram. https://www.instagram.com/reel/DI0FZULuuba/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA%3D%3D
196. Navarro, Andrés (2025), Fotografía, Lanzamiento Profhilo Structura.