

DOCUMENTO CANÓNICO



# Guía de Transición · Sunterra MedSpa

*Para la persona o agencia que continúe trabajando la marca Sunterra después de PAUER.*

# 01

## SECCIÓN

# 1 · Qué encontrarás en el archivo

---

El **Handover Hub** ( [sunterra-handover.pages.dev](https://sunterra-handover.pages.dev) ) contiene 7 paquetes descargables + 2 carpetas de Google Drive con todo lo producido durante el mes 1 de operación con PAUER.

Los 7 paquetes son auto-contenidos: no necesitan ninguna cuenta · ningún token · ninguna conexión a sistemas externos para abrirse y usarse. Son archivos planos (HTML · PDF · SVG · PNG · MD · JSON) que cualquier persona técnica o no técnica puede abrir.

Las 2 carpetas de Drive contienen los archivos pesados: fotografía original (24 GB) y contenido publicable curado (~2 GB).

---

# 02

## SECCIÓN

# 2 · Cómo usar el Brand Kit

---

El **Sistema de Marca v3** (pack 01) es el documento canonical. Léelo primero.

Abre [sistema-de-marca/index.html](#) en cualquier navegador. Contiene 23 secciones interactivas: - Identidad · misión · visión · principios - Paleta de color con códigos HEX/RGB/CMYK + reglas de uso - Tipografía (Playfair Display + Cormorant Garamond + Lato + Montserrat) + descargas Google Fonts - Iconografía custom - Espaciado · radios · sombras - Aplicaciones (social · email · web · papelería) - Voz de marca · tono · palabras forbidden - Compliance médico (COFEPRIS · cédulas Dr.)

El **Brand Kit** (pack 02) tiene los logos en TODAS las variantes: - Horizontal · dark / cream / no-tagline / negro / terracota (6 SVGs source · 50 PNGs pre-exportados) - Isotipo · 5 variantes SVG + 49 PNGs - Perfiles sociales (10 plataformas con dimensiones exactas) - Favicon (11 archivos para web · iOS · Android) - Watermarks semi-transparentes - App icons

**Regla simple para no romper la marca:** - Logo nunca sobre fondo igual al color del logo (logo oscuro sobre fondo oscuro = no) - Mantén espacio libre alrededor del logo igual a la altura de la letra "S" - No estires · no cambies colores · no rotes - Usa el SVG cuando puedas (escala perfecta) · usa PNG solo si la plataforma no acepta SVG

---

# 03

## SECCIÓN

# 3 · Cómo editar el sitio web

El sitio actual vive en `sunterra-medspa.pages.dev` (Cloudflare Pages). Es **HTML puro · sin framework · sin build**.

El pack **06-sitio-web-codigo.zip** contiene: - `index.html` (todo el sitio · CSS inline · ~50 KB) - `gracias.html` (página post-formulario contacto) - `index.pdf` (referencia visual del sitio renderizado) - `README.md` (esta misma sección expandida)

## Para editar el sitio:

1. Abre `index.html` en cualquier editor de texto (VS Code · Sublime · Notepad++ · TextEdit)
2. Encuentra la sección que quieres cambiar (busca por texto)
3. Edita HTML directo
4. Guarda
5. Sube el archivo de vuelta a donde esté hospedado

## Si quieren mover el sitio a su propio dominio:

**Opción A · Mantenerlo en Cloudflare Pages** (recomendada · gratis · rápida): 1. Crear cuenta gratis en [cloudflare.com](https://cloudflare.com) 2. En el dashboard → Pages → Create a project → Direct Upload 3. Drag and drop la carpeta del sitio 4. Cloudflare asigna automáticamente una URL `.pages.dev` 5. Para usar dominio propio: comprar dominio (ej. en Namecheap · GoDaddy · Google Domains) → en Cloudflare Pages: Custom domains → Add → seguir instrucciones de DNS

**Opción B · Vercel** (también gratis · alternativa): 1. Crear cuenta en [vercel.com](https://vercel.com) 2. New project → Import → subir carpeta o conectar GitHub 3. Deploy 4. Vercel asigna URL `.vercel.app` 5. Para dominio propio: similar a Cloudflare

**Opción C · Netlify** (también gratis): - Mismo flujo · [netlify.com](https://netlify.com) → New site → Drag and drop

# 03

SECCIÓN · CONTINÚA

## 3 · Cómo editar el sitio web · continúa

---

**Opción D · Hosting tradicional** (cPanel · WordPress hosting · cualquiera que sirva HTML): - Subir `index.html` + `gracias.html` vía FTP/SFTP a la carpeta `public_html` o raíz - Sin configuración extra · el sitio es HTML estático

### Si quieren rediseñar el sitio:

- El brand kit (pack 02) y Sistema de Marca (pack 01) tienen TODOS los assets y reglas para que el nuevo diseñador respete la marca
  - Pueden usar herramientas no-code como Webflow · Framer · Wix · WordPress + Elementor · todo con el brand kit aplicado
  - O contratar a un diseñador que use Figma + Webflow
-

## 04

## SECCIÓN

## 4 · Decisiones de marca tomadas (y por qué)

Para que la próxima agencia entienda el "por qué" detrás del look y no rompa cohesión:

**Paleta · cálida vs fría:** Sunterra usa **paleta cálida** (terracota + cream + café) porque transmite calidez · cercanía · espacio acogedor. Decisión opuesta al típico medspa estéril blanco-azul. Diferenciador visual claro en el mercado QRO.

**Tipografía · Playfair + Cormorant + Lato:** - Playfair Display (display headings): elegancia editorial · evoca revistas premium - Cormorant Garamond (italic accents): toque femenino · cercano · personal - Lato (body): legibilidad alta · no pretenciosa La combinación dice "premium pero cercana" · no "lujo intocable".

**Voz de marca · amiga confiable:** Mishelle López como vocera principal · tono de "amiga que te explica claro". NO médico distante. NO influencer superficial. El balance es lo que diferencia a Sunterra.

**Autoridad médica como diferenciador #1:** Dr. Luis Armando López Viramontes (Céd. 1451240 + maestría 13158050) es el motor de confianza. Los reels v3 (pack 04) reescritos en mayo 2026 capitalizan esta autoridad · el approach skincare-influencer NO funciona en estética médica · el approach autoridad-médica sí.

**Compliance COFEPRIS estricto:** - Aviso publicidad folio 2622012002A00189 - Aviso funcionamiento folio 2622015056X00328 - Cero marcas registradas en contenido (toxina botulínica · no Botox®) - Cero adjetivos absolutos (mejor · único · garantizado) - Cero promesas de cura - CTA siempre "Mándame DM con KEYWORD" · nunca "Comenta X"

Esto último es CRÍTICO. La próxima agencia debe respetar las reglas de compliance o pone en riesgo licencia COFEPRIS · que es de la clínica · no transferible.

# 05

## SECCIÓN

# 5 · Lecciones aprendidas mes 1

Datos reales que pueden ahorrarle 30 días a la próxima agencia:

**Lo que funcionó:** - Reels con Mishelle hablando directo a cámara > B-roll-only - Stories con preguntas + stickers de respuesta > stories pasivas - CTAs específicos ("DM con VALORACION") > CTAs genéricos ("agenda") - Carouseles educativos sobre tratamientos > carouseles motivacionales - Posts con autoridad médica > posts tipo influencer

**Lo que no funcionó:** - Trends genéricos (audios virales) sin adaptarlos al vertical médico - Contenido sobre "skincare 101" (cremas · limpiador · SPF) · lo da cualquier influencer · cero diferenciador - Reels de 15-20s para temas médicos · son muy cortos para generar confianza · 30-45s mejor - Publicar sin geotag · 60-70% del alcance local viene del geotag

**Datos del shoot 6 mayo:** - Locación: SPA cons. 1008 Torre Médica Momentum (Juriquilla) - Equipment: iPhone 16 Pro vertical 9:16 + DJI Mic Mini lavalier + NEEWER RGB360 - Talent: Mishelle (vocera) + Dr. Luis López (autoridad) + 1 modelo B-roll (LFPDPPP firmado) - Duración: 1 sesión completa - Output: 6 reels + 4 reels BTS + B-roll editorial + fotografía editorial 381 archivos

**Frecuencia recomendada mes 2+ (basada en performance mes 1):** - 3 reels / semana (lunes · miércoles · viernes) - 4 stories / día (mañana · medio día · tarde · noche) - 1 carousel / semana (martes o jueves) - 1 post estático / semana (sábado · ambient lifestyle) - 1 sesión de fotografía / mes (refrescar visual sin saturar shoot mensual)

# 06

## SECCIÓN

# 6 · Calendario recomendado mes 2 (junio 2026)

Si la próxima agencia no tiene un plan propio, este es un punto de partida basado en lo que funcionó:

**Semana 1 (lun 2 - dom 8 jun):** - Reel · "Resultado real · 1 paciente · día 14 vs día 1" (manejo de expectativas) - Carousel · "5 preguntas que SÍ debes hacer antes de un tratamiento" - Stories · day-in-the-life en consultorio - Post estático · ambient

**Semana 2 (lun 9 - dom 15 jun):** - Reel · "¿El ácido hialurónico es permanente? Dr. responde" - Carousel · "Toxina botulínica · todo lo que debes saber antes" - Stories · poll sobre miedos comunes - Post estático · brand quote

**Semana 3 (lun 16 - dom 22 jun):** - Reel · "Cómo elegir tu primera valoración estética · 3 señales rojas" - Carousel · "Tu primera cita paso a paso (con timing)" - Stories · before/after de paciente con consentimiento - Post estático · ambient SPA

**Semana 4 (lun 23 - dom 29 jun):** - Reel · "Detrás de cámaras del próximo shoot" (BTS) - Carousel · "Resultados que vimos en mayo + cosas que aprendimos" - Stories · agradecimiento mes - Post estático · brand promise

Esto es solo sugerencia. La próxima agencia debe adaptar según métricas reales que vea en mayo (saves · DMs · profile visits · conversiones a valoración).

# 07

## SECCIÓN

# 7 · Compliance COFEPRIS · regla de oro

**Cualquier pieza de contenido pasa por estos filtros antes de publicarse:**

✅ Permitido decir: - "Toxina botulínica" · "ácido hialurónico" · "polinucleótidos" - "Tratamiento personalizado" · "valoración médica gratuita" - "Bajo supervisión del Dr. López, Cédula 1451240" - "Resultados pueden variar según cada paciente" - "Permisos COFEPRIS folio 2622012002A00189 y 2622015056X00328"

❌ Nunca decir: - Marcas registradas (Botox® · Restylane® · Juvederm® · Dysport®) - "El mejor · único · garantizado · milagroso · revolucionario" - "Cura" · "permanente" · "para siempre" - "Sin riesgo · 100% seguro · cero efectos secundarios" - Comparaciones directas con competencia ("mejor que X clínica") - Testimonios sin consentimiento escrito (LFPDPPP)

Si dudan de una frase, escríbanme al WhatsApp PAUER (footer del sitio) y la reviso antes de que la publiquen. Aunque ya no trabajemos con Sunterra, no quiero que metan a Mishelle en problemas con COFEPRIS.

# 08

## SECCIÓN

# 8 · Cuentas + accesos

---

Ver pack 07 ( [07-cuentas-accesos.pdf](#) ) para detalle paso a paso de: - Cómo transferir admin de Google Business Profile - Cómo agregar nueva agencia como editor de Instagram + Facebook (Meta Business Suite) - Cómo cambiar contraseñas de email signature - Cómo transferir Cloudflare Pages project (si Mishelle decide hospedar bajo su cuenta Cloudflare) - Qué credenciales nuestras deben caducar después del corte

---

## 09

## SECCIÓN

## 9 · Métricas a vigilar (no vanity)

Lo que importa medir mes 2 en adelante:

MÉTRICA	POR QUÉ IMPORTA	TARGET CONSERVADOR MES 2
<b>DMs cualificados / semana</b>	Lead real · agenda valoración	5-10
<b>Valoraciones agendadas / mes</b>	Conversión real	8-15
<b>Pacientes nuevos / mes</b>	Negocio crece	4-8
<b>NPS post-tratamiento</b>	Calidad servicio	≥8/10
<b>Saves rate carouseles</b>	Valor del contenido	≥4%
<b>Reach rate reels</b>	Algoritmo te empuja	30-50% del follower count

NO obsesionarse con: likes · followers · views. Esos son vanidad. Lo único que paga la renta son pacientes pagando.

# 10

## SECCIÓN

# 10 · Si tienen dudas

---

PAUER ya no trabaja activamente con Sunterra, pero: - **WhatsApp técnico:** +1 (833) 962-5682 (PAUER) · escriban si algo no abre o no funciona técnicamente - **Email:** hello@pauer.io · 24-48h response

No prestamos servicios de marketing ya · pero responder dudas técnicas del archivo entregado es lo mínimo profesional. Aquí seguimos para eso.

---

# 11

SECCIÓN

## Cierre

---

Mishelle · gracias por confiar en nosotros este mes. Sunterra fue nuestro primer cliente y aprendimos contigo más de lo que tú probablemente imagines. Te deseamos lo mejor con la próxima agencia · si en algún momento quieres volver a platicar · sin compromiso · aquí estamos.

— Equipo PAUER · Diego Torres Kuri mayo–junio 2026