Diseño de identidad gráfica como apoyo a la consecución de clientes potenciales para el servicio de Chequeo Médico Personalizado de la Fundación Cardioinfantil

Presentado por:

Diego Alejandro Rondón Romero

Director del trabajo:

Manuel José Rodríguez Posada

Universidad Santo Tomás

División de ciencias sociales

Facultad de diseño gráfico

Bogotá, Colombia

2019

Dedicatoría

A quienes toman el diseño gráfico más alla de una carrera profesional como un estilo de vida, a todos aquellos que ven esta disciplina como una manera de contribuir a la solución de diferentes problemáticas y sobre todo a los que sueñan despiertos.

Agradecimientos

A mi familia por el apoyo brindado en el transcurso de esta etapa de mi vida, a mis maestros por la constante disposición para compartir sus conocimientos y a mis compañeros por hacer parte de este proceso. Agradezco al departamento de comunicaciones y mercadeo de la Fundación Cardioinfantil, especialmente a Santiago González y Liliana Toro, de quienes aprendí tanto profesional como personalmente. A todos quienes de una u otra forma han hecho parte de esta experiencia y proceso, gracias.

El aprendizaje fue amplio, la práctica fue muy productiva, pero la experiencia fue lo más enriquecedor, gracias Fundación Cardioinfantil y Universidad Santo Tomás.

Tabla de contenido

1. Introducción……. 6

2. Justificación……. 7

3. Pregunta articuladora…….. 12

4. Objetivo general……...……..12

5. Tema de reflexión y análisis……... 12

5.1. Contexto del diseñador Gráfico con respecto al servicio de Chequeo Médico Personalizado de la Fundación Cardioinfantil ……... 13

5.2 Elementos pertenecientes y relacionados con la identidad gráfica…….……..…….....13

6. Discusión…….……..……..…....18

7. Bibliografía…….……..……..…...20

8. Anexos…….……..……..…..22

Tabla de anexos

Anexo 1. Manual de identidad corporativa FCI……...…..22

Anexo 1.1 Página del símbolo de corazón Cardio……..……22

Anexo 1.2 Pagina de tipografías y colores institucionales…….....23

Anexo 2. Nuevo Logosímbolo de CMP en diferentes versiones……...24

Anexo 3. Nueva carpeta de Chequeo Médico Personalizado……..…..25

Anexo 4. Nuevo membrete de Chequeo Médico Personalizado…….…..26

Anexo 5. Nuevo formato de historia clínica ce CMP…….…...27

Anexo 6. Nuevo formato de entrega de resultados CMP…….….28

Anexo 7. Nuevo formato de evaluación del servicio de CMP…….…..29

Anexo 8. Hablador para tiendas Granel…….……30

Anexo 9. Rompetráficos para tiendas Grannel……..…….31

Anexo 10. Brochure de servicios de CMP……..32

Introducción

La Fundación Cardioinfantil es considerada tercer mejor hospital a nivel Latinoamérica y primero en Colombia según la revista “Américaeconomía”, este cuenta con aproximadamente 50 servicios internos “De hecho, en las últimas dos décadas han creado un centro de investigación que no solo se encarga de generar conocimiento, sino de que se aplique y apropie en la parte clínica, la comunitaria, en los pacientes y sus familiares” (El Tiempo, 2018, p. 1), entre estos, Chequeo Médico Personalizado, el cual se encuentra en constante crecimiento, tanto económico como comunicacional; por esta razón el presente documento busca describir el proceso de diseño de la identidad gráfica para el servicio, con el objetivo de apoyar la consecución de clientes potenciales para el área.

Este proceso será expuesto de una manera que evidencie cómo a través del diseño gráfico se pueden originar resultados ante posibles falencias específicamente las que se encuentran inmersas dentro de las actividades llevadas a cabo en la fundación, pues el diseñador industrial colombiano y magíster en estética Juan Diego Sanín (2007) afirma que “puede decirse que el diseño gráfico es una disciplina que se encarga en general de solucionar problemas de diversa índole, y de las diferentes especificidades del diseño (Industrial, Espacios y Escenarios, Gráfico, Visual, Moda, Vestuario)” (Pág. 70)

Se presentará el proceso y consolidación de la nueva línea gráfica de este servicio, así como será descrita por medio de los 14 parámetros del diseñador Norberto Chaves la antigua identidad y el desarrollo de la nueva propuesta. Se demostrará la construcción de una identidad gráfica como un elemento que apoya la consecución de metas, según

la postura de diversos autores, como por ejemplo, Jorge Frascara (2000) que afirma, “el diseño visual se ocupa de la construcción de mensajes visuales con el propósito de afectar el conocimiento, las actitudes y el comportamiento de la gente. Una comunicación llega a existir porque alguien quiere transformar una realidad existente en una realidad deseada.” (pág. 5).

Por otra parte, el documento abordará el campo de la identidad gráfica, siendo esta una temática predominante durante el desarrollo de la carrera profesional, desde su planeación y construcción hasta su implementación.

Como parte fundamental de la construcción de la identidad gráfica se presentará la construcción de los elementos que la componen, la papelería básica, material POP y BTL. Como prueba del resultado y cumplimiento del objetivo de la construcción de la identidad gráfica, serán expuestos indicadores de antes y después por parte del servicio mencionado.

Finalmente, se plantearán y describirán los retos presentados durante el desarrollo del proyecto, los aprendizajes derivados de los mismos y el aporte de éstos a la construcción profesional como diseñador gráfico.

Justificación

El servicio de Chequeo Médico Personalizado de la Fundación Cardioinfantil nace en el año 2003

> *“El área de Chequeo Médico Personalizado es un servicio ambulatorio, con más de quince años de experiencia brindando acompañamiento y apoyo a las*

personas, familias y compañías nacionales y multinacionales que quieren evaluar su estado de salud de manera individual o grupal, en un centro a la vanguardia en servicios médicos y con un servicio integral llevado a cabo por profesionales con altas competencias, como los de la Fundación Cardioinfantil." (Rodriguez, 2018, pág. 53)

Parte de los recursos obtenidos por el servicio son destinados al programa social bandera de la Fundación Cardioinfantil "Regale una vida", por esto el servicio debe mantenerse firme comercialmente para así garantizar la continuidad del programa social. Actualmente, el diseño de la identidad gráfica para el servicio de Chequeo Médico Personalizado nace de una necesidad clara, basado en los 14 parámetros de Norberto Chaves y en las pautas de diseño de Andrés Morales, el servicio contaba con un sistema de identidad gráficamente no funcional; por su parte, el logotipo como se demuestra en la figura 1, carecía de reproducibilidad y riqueza gráfica, según Morales (2016), "para un logotipo, se deben tener en cuenta muchos elementos como la idea, el color, la tipografía, posición, distancias o la composición, y lograr que todos se combinen armónicamente. Así mismo que este sea versátil y reproducible. (p. 1).

Figura 1, *Antiguo logosímbolo de Chequeo Médico Personalizado de la Fundación Cardioinfantil*

En consecuencia, y apoyado en Morales, la poca calidad gráfica del logotipo y especialmente su alto peso y carga tipográfica es una de las razones principales para la construcción de una nueva identidad fresca y moderna que corresponda con el concepto y objetivo que posee el servicio, pues según Morales (2016), la tipografía no es estrictamente un conjunto de trazos, es por su parte un elemento que comparte historia, mueve emociones y transmite mensajes específicos. Es así como las tipografías serifadas, expresan un sentido clásico y tradicional y en algunos casos lucen anticuadas (P. 3,5).

El resto de piezas que componían dicho conjunto de identidad, no contaban con unidad gráfica o una dirección de arte conjunta, término que define el diseñador Colombiano Edwin Restrepo (2019), "como una serie de similitudes y de elementos que se complementan los unos a los otros, generando una gama alta de posibilidades y de expresiones dentro y fuera de las publicaciones periódicas" (Pág. 14.). Como se expone en las figuras 2, 3, 4 y 5; eran muy diversas y apelaban a una tendencia gráfica que lucía anticuada y carecían de versatilidad, aspecto que resalta Chaves como uno de los parámetros a tener en cuenta para la correcta visibilidad de la marca. Así mismo, el espacio en el cual se encuentra ubicado el servicio de Chequeo Médico Personalizado (CMP), no cuenta con ningún tipo de branding, lo que es necesario para apoyar la consecución del objetivo, pues para Matthew Healey (2009):

> El branding es el proceso de hacer concordar de un modo sistemático una identidad simbólica creada a propósito con unos conceptos clave, con el objetivo de fomentar expectativas y satisfacerlas después. Puede implicar la

identificación o la definición de estos conceptos; prácticamente siempre, supone el desarrollo creativo de una identidad (p.1)

Además, pese al objetivo del servicio nunca se habían diseñado pautas en ningún medio de comunicación ya fuese impreso o digital.

Es importante aclarar, que la Fundación Cardioinfantil está pronta a generar un cambio total de marca, por ende, se hace imperativo renovar la identidad de todos los servicios internos que en conjunto construyen la marca, siendo esta, otra razón considerable para tener en cuenta al momento de la renovación gráfica del servicio. De igual forma, la identidad de éste hace parte de la primera estrategia comunicativa del servicio, pues nunca antes se había propuesto alguna, para Chequeo Médico Personalizado.

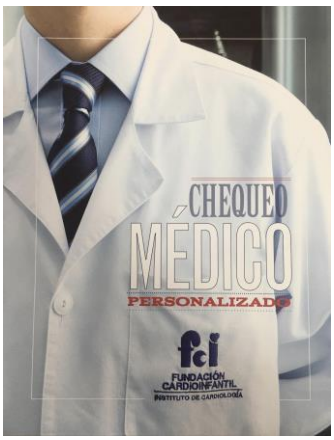


Figura 2, *carpeta antigua CMP*

Figura 3, *Antiguo Brochure de servicios CMP*

La antigua identidad gráfica del servicio de Chequeo Médico Personalizado de la Fundación Cardioinfantil, se encontraba compuesta por dos categorías gruesas: papelería básica, y material P.O.P. Las cuales se clasificaban de la siguiente manera:

Papelería básica: Logotipo, carpeta, plantilla para historia clínica impresa, plantilla de encuesta de satisfacción impresa y formato de entrega de resultados impresa.

CHEQUEO MÉDICO PERSONALIZADO

EVALUACIÓN DE SERVICIOS

En la Fundación Cardioinfantil – Instituto de Cardiología, nos interesamos en el mejoramiento continuo de la atención a nuestros usuarios.

Queremos conocer su opinión sincera e imparcial sobre los servicios recibidos durante la permanencia en nuestra Institución.

Agradecemos el tiempo que usted dedique en darnos su respuesta y estamos seguros que contribuirán al mejoramiento de la calidad de nuestros servicios en beneficio de las personas que en el futuro requieran.

Nombre | **Convenio**

Fecha DD MM AA **Edad** | **Sexo**

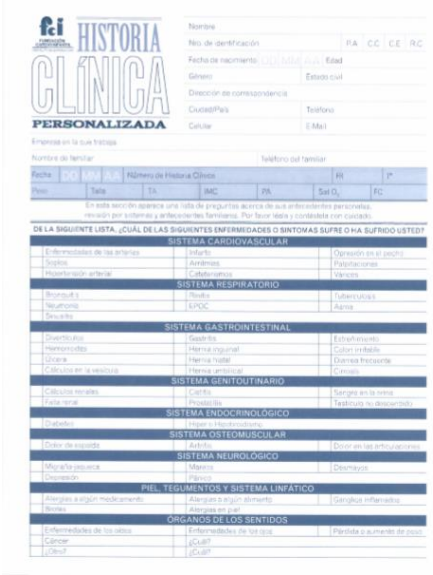
CALIFIQUE EN LAS CASILLAS TODAS LAS PREGUNTAS TENIENDO EN CUENTA QUE **0 ES NO APLICA, 1 MUY MALO, 2 MALO, 3 REGULAR, 4 BUENO Y 5 EXCELENTE**

PROCESO ADMINISTRATIVO	N/A	MM	M	R	B	E	Observaciones
Amabilidad del personal	0	1	2	3	4	5	
Claridad de la información	0	1	2	3	4	5	
Agilidad en el proceso	0	1	2	3	4	5	
Oportunidad en la información y en el servicio	0	1	2	3	4	5	
¿Las indicaciones que recibió sobre cómo debía presentarse a su Chequeo Médico, fueron?	0	1	2	3	4	5	

ATENCIÓN MÉDICA	N/A	MM	M	R	B	E	Observaciones
Amabilidad	0	1	2	3	4	5	
Confidencialidad y privacidad	0	1	2	3	4	5	
Claridad de la información	0	1	2	3	4	5	
Respuesta a sus inquietudes	0	1	2	3	4	5	
¿Las indicaciones y recomendaciones de los Médicos especialistas, fueron?	0	1	2	3	4	5	

OTROS SERVICIOS MÉDICOS	N/A	MM	M	R	B	E	Observaciones :
Optometría	0	1	2	3	4	5	
Oftalmología	0	1	2	3	4	5	
Audiometría	0	1	2	3	4	5	
Cardiología	0	1	2	3	4	5	
Gastroenterología	0	1	2	3	4	5	
Nutrición	0	1	2	3	4	5	
Urología	0	1	2	3	4	5	
Pediatría	0	1	2	3	4	5	
Ginecología	0	1	2	3	4	5	
Otros servicios: ¿Cuáles?	0	1	2	3	4	5	

Figura 4, *Antigua evaluación de servicios*



HISTORIA CLÍNICA PERSONALIZADA

Nombre

No de identificación | PA | CC | CE | RC

Fecha de nacimiento DD MM AA | Edad

Género | Estado civil

Dirección de correspondencia

Ciudad/País | Teléfono

Celular | E Mail

Empresa en la que trabaja

Nombre de familiar | Teléfono del familiar

Fecha DD MM AA | Número de Historia Clínica | RH | P°

Peso | Talla | TA | IMC | PA | Sat O_2 | FC

En esta sección aparece una lista de preguntas acerca de sus antecedentes personales, revisión por sistemas y antecedentes familiares. Por favor lea y conteste con cuidado.

DE LA SIGUIENTE LISTA, ¿CUÁL DE LAS SIGUIENTES ENFERMEDADES O SINTOMAS SUFRE O HA SUFRIDO USTED?

SISTEMA CARDIOVASCULAR		
Enfermedades de las arterias	Infarto	Opresión en el pecho
Soplos	Arritmias	Palpitaciones
Hipertensión arterial	Colesterolemia	Varices

SISTEMA RESPIRATORIO		
Bronquitis	Asma	Tuberculosis
Neumonía	EPOC	Apnea
Sinusitis		

SISTEMA GASTROINTESTINAL		
Diverticulosis	Gastritis	Estreñimiento
Hemorroides	Hernia inguinal	Colon irritable
Ulcera	Hernia hiatal	Diarrea frecuente
Cálculos en la vesícula	Hernia umbilical	Cirrosis

SISTEMA GENITOURINARIO		
Cálculos renales	Cáncer	Sangre en la orina
Falla renal	Prostatitis	Testículo no descendido

SISTEMA ENDOCRINOLÓGICO	
Diabetes	Alteración de la hormona tiroidea

SISTEMA OSTEOMUSCULAR		
Dolor de espalda	Artritis	Dolor en las articulaciones

SISTEMA NEUROLÓGICO		
Migraña/jaqueca	Mareos	Desmayos
Convulsión	Pérdida	

PIEL, TEGUMENTOS Y SISTEMA LINFÁTICO		
Alergias a algún medicamento	Alergias a algún alimento	Ganglios inflamados
Ronchas	Alergias en piel	

ORGANOS DE LOS SENTIDOS		
Enfermedades de los oídos	Enfermedades de los ojos	Pérdida o aumento de peso
Cáncer	¿Cuál?	
¿Otro?	¿Cuál?	

Figura 5, *Antiguo Historia Clínica*

Material P.O.P: Volantes de descuento para empresas y brochure de servicios.

Es así, cómo se identificó una falencia gráfica en la identidad, pues según la anterior definición de “unidad gráfica” del diseñador Edwin restrepo, se entiende que la cantidad de usos erróneos del logosímbolo, su baja calidad gráfica, estética y la posterior aplicación de estos en las diferentes piezas no permitían unidad gráfica conjunta que causara recordación y apoyara la consecución urgente del objetivo de carácter comunicativo y económico propuesto por el servicio, pues de dichos recursos obtenidos es destinado un 50% al programa social bandera de la Fundación Cardioinfantil, “Regale Una Vida”. Por lo anterior y atendiendo al perfil del diseñador gráfico Tomasino y a la disciplina en general del diseño gráfico, se propone una nueva

identidad gráfica para este servicio que apoye la consecución de clientes potenciales para el servicio de Chequeo Médico Personalizado.

Pregunta Articuladora

En búsqueda de un apoyo para el mejoramiento comercial y comunicativo del presente servicio y apelando a que el diseño gráfico, más allá de generar conceptos gráficamente estéticos, provee un beneficio a cualquier cliente u organización, el proyecto se enmarca bajo la siguiente pregunta articuladora:

¿Cómo el diseño de la identidad gráfica del servicio de Chequeo Médico Personalizado de la Fundación Cardioinfantil, apoya a la consecución de clientes potenciales?

Objetivo General

Diseñar una identidad gráfica que contribuya a la consecución de clientes potenciales para el servicio de Chequeo Médico Personalizado de la Fundación Cardioinfantil.

5. Tema de reflexión y discusiones académicas

A través de la experiencia durante la pasantía, diferentes servicios han manifestado conformidad y satisfacción con el trabajo realizado. Pues se ha identificado que varios procesos podrían optimizarse por medio del diseño gráfico, específicamente de la identidad gráfica; de esta manera se podría contribuir a la

consecución de los objetivos de diversos servicios pertenecientes a la Fundación Cardioinfantil. Por esta razón es necesario exponer el contexto del diseñador en el proyecto y el proceso de construcción gráfica hasta la pertinencia y funcionalidad de la identidad gráfica en una empresa.

5.1. Contexto del diseñador Gráfico con respecto al servicio de Chequeo Médico Personalizado de la Fundación Cardioinfantil

Durante el desarrollo de la pasantía, se identificó que el sector de la salud es muy sensible y limitado, pues al contar con un core de negocio tan importante como es el bienestar del ser humano, se generan muchas responsabilidades y gráficamente hay que ser muy cuidadoso con cada pieza realizada. No obstante, es allí en donde muchos conceptos y aptitudes adquiridas se ponen a prueba, pues específicamente el proyecto de diseño de la identidad gráfica para el servicio de Chequeo, fue encomendado desde los inicios de la práctica; por ende fueron realizados varios cambios por temas de sensibilidad con respecto al público objetivo del servicio. Así mismo, es el proyecto con más tiempo a su disposición y por consiguiente el más grande, dado su importancia y pertinencia para el cumplimiento de objetivos de la Fundación y el servicio como tal.

Entendiendo que el objetivo principal de Chequeo Médico Personalizado es obtener nuevos clientes potenciales para conseguir más recursos económicos y apoyar el programa social “Regale una vida”, es posible entender que desde el ámbito de la identidad gráfica se puede “afectar el conocimiento, las actitudes o el comportamiento de la gente, esta deben ser detectable, discriminable, atractiva, comprensible y convincente. Debe ser construida sobre la base de un buen conocimiento de la percepción visual y de la psicología del conocimiento y la conducta…” (Frascara, 2000, pág. 2)

5.2 Elementos pertenecientes y relacionados con la identidad gráfica

Para el pertinente desarrollo del proyecto, se realizó un ejercicio etnográfico en las instalaciones del servicio y de esta manera fue identificada información sobre el contexto de todo el portafolio e historia del Chequeo, así como los objetivos que buscan alcanzar de manera comercial, esto para generar un contexto y las primeras bases para iniciar el diseño, pues según los siete pasos del diseñador Occi Olachea (2013), la investigación es uno de los más importantes, "(…)tener una primera junta donde el diseñador identifique las expectativas del cliente, aclarando los puntos importantes en el proyecto de las dos partes, de esta manera se evitarán los desacuerdos generados por desconocimiento y se obtendrán las bases sobre las que descansará el diseño resultante…"(p.2).

La identidad gráfica, la cual está conformada por varios elementos, "hace referencia a la representación gráfica de la identidad corporativa, en forma de símbolos y señales como marcas, logotipos, decoración, estilo corporativo, vestuario del personal, papelería y elementos adicionales, Justo después de entender el contexto del servicio" (Chajet, Shachtman, 1998, pág. 12), lo que da paso a la construcción de un logosímbolo figura 7 que atendiera a los objetivos propuestos y que funcionara en todos los elementos en los que debe estar presente, es así como la construcción del mismo fue basada en los 14 parámetros de Norberto Chaves, resaltando de estos los principales, aquellos con los que no contaba la antigua identidad, pues según Chaves (2003), "Un buen logosímbolo debe contar con reproducibilidad, debe poder ser utilizado sobre cualquier sustrato, superficie o composición (…) Aunque debe contar con simplicidad, debe ser suficiente para el espectador, pues "los signos son suficientes no solo cuando alcanzan para cubrir las necesidades sino cuando , además, no sobran.

Cada elemento es importante y suficiente.” (pág. 17,18), es por lo anterior, que la nueva composición se fundamenta bajo un estilo gráfico, sencillo, versátil y moderno ya que para Chávez (2003), “(…) Todo identificador visual debe ser vigente, debe adecuarse a las actualizaciones estilísticas del momento aunque garantizando su permanencia por mucho tiempo” (pág. 17). Junto con el logosímbolo, fue definida una paleta cromática y una tipografía institucional propia de la Fundación Cardioinfantil.

Figura 7, Nuevo *logosímbolo de CMP*

Al definirse los aspectos de identidad, (logosímbolo, paleta cromática, gráficos complementarios y tipografías) se diseñaron las piezas propuestas y el rediseño de las que ya se encontraban. Se decidió, según el objetivo del servicio, las nuevas piezas que debían incorporarse, se puso en discusión cuales de estas debían removerse y cuales debían continuar. Por eso se propuso una nueva estructura para la identidad total del servicio, la cual quedó segmentada en las siguientes categorías y subcategorías:

Identidad: Logosímbolo en versiones vertical, horizontal, negativo, positivo y color, cobranding y en presencia con la marca sombrilla de la Fundación Cardioinfantil, recursos gráficos (complementarios), paleta tipográfica y paleta cromática.

Papelería básica: Carpeta, membrete**, s**obre para historia clínica y radiografías, plantilla para historia clínica impresa, plantilla de encuesta de satisfacción impresa, plantilla de entrega de resultados impresa y plantilla de oferta de chequeo impresa.

Branding y P.O.P: Vinilos para las instalaciones del servicio (promociones de otros servicios de la clínica, reconocimientos, logosímbolo en gran formato, volantes de descuento para referidos, presencia de marca en empresas aliadas (Grannel Gourmet), pautas en revista Semana y Capital Humano de Colsubsidio y brochure de servicios.

Material Digital: Plantillas para comunicados digitales, mailing y plantilla para posteos en redes sociales, videos informativos y mosca digital para contenido multimedia.

Más allá de generar piezas tácticas que correspondan en conjunto a una identidad gráfica, es preponderante resaltar la importancia de esta en un contexto empresarial ya que según el diseñador Rafael Pérez (2010), “la identidad corporativa además de ser un conjunto de características interdependientes de una organización, que le dan especificidad, estabilidad y coherencia, la hacen identificable, recordable y posicionable en la impronta de cada usuario” (pág. 4). Aspectos carentes en la antigua versión. Reiterando, el servicio de Chequeo nunca había pautado en ningún medio de comunicación, así que se crearon dos pautas, una para Revista Semana y otra para Capital Humano de Colsubsidio, las cuales se pueden apreciar en las figuras 6 y 7.

Figura 8, *Pauta para CH*

Figura 9, nueva *Portada Brochure de servicios*

Es necesario resaltar que la construcción de esta identidad gráfica, hace parte de una campaña comunicacional realizada por otros agentes y después de una medición y atendiendo a que Frascara (2000) indica que el "diseño al preocuparse por las reacciones del público frente a sus comunicaciones, la evaluación debe pasar a formar parte de su proceso" (pág. 5), La tabla 1 da muestra de las cifras antes y después de la implementación de la estrategia de la cual hace parte la identidad gráfica y el material P.O.P.

Después de la implementación de la estrategia

CHEQUEO MEDICO PERSONALIZADO	AÑO 2019												
	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	TOTAL
CHEQUEO MEDICO PERSONALIZADO													
TOTAL CHEQUEOS	332	303	349	306	309	289	323	353	347	0	0		2911
CONSULTAS O EXAMENES	21	24	38	23	30	16	25	24	45				246
TOTAL ACTIVIDADES	353	327	387	329	339	305	348	377	392	0	0	0	3157

Tabla 1, *Indicadores de ventas de Chequeo Médico Personalizado antes y después de la campaña de la cual hace parte la nueva identidad*

Resaltando que la identidad gráfica ha sido un tema constante durante el desarrollo profesional y la práctica en la pasantía, es evidente la contribución del presente proyecto al campo general del diseño gráfico pues más allá de lograr una composición estéticamente atractiva, el objetivo de la construcción de dicho sistema siempre se centró en el apoyo a la campaña que busca la consecución de clientes potenciales para el servicio, la transmisión de un mensaje claro y de un conjunto de valores y principios institucionales.

6. Discusión

Sin duda el aprendizaje y formación profesional adquirida durante la práctica ha sido beneficiosa, pero algo que es posible percibir claramente tras el desarrollo específico de este proyecto es el rol del diseñador gráfico y la importancia que éste puede llegar a poseer en un equipo comunicativo, pues el portal Factoría creativa (2017) define la labor del profesional de la siguiente manera, "El diseño gráfico es una actividad que tiene el fin de crear y proyectar mensajes a través de imágenes. Por eso, también se le puede llamar comunicación visual. Esta actividad ayuda a optimizar la comunicación, y ayuda a llegar a un público determinado" (p. 1). El poder con el que cuenta el diseñador y la habilidad desarrollada tanto en el campo universitario como en la experiencia laboral de pasantía permite coincidir con la perspectiva del diseñador gráfico Milton Glaser (1998) quien define el rol de este profesional como "un agente proveedor de soluciones comunicativas a diversas problemáticas, sociales o económicas." (pág.12).

Después de la experiencia durante la pasantía, es importante definir claramente la función de un diseñador en un contexto, pues comenta Paula Scher (2002) "un diseñador no se preocupa por la estética de un mensaje, debe preocuparse por la

efectividad y usabilidad de su estética a la hora de transmitirlo (...) debe siempre pensar la mejor forma de canalizar su mensaje y pensar como si fuese un receptor" (pág. 17). Comprendiendo el concepto circundante de la Fundación Cardioinfantil y retomando la sensibilidad con la que se debe tratar un tema como lo es la salud, Scher (2002) resalta que "el diseñador debe ponerse en posición de receptor también, pues es necesario entender cómo el público objetivo recibirá el mensaje, el cual está compuesto por muchos elementos, es decir, una fotografía, un color o una frase puede resultar disruptivos en las emociones del receptor y por ende no generar empatía con el diseño realizado" (pág. 22). Aunque el proyecto se realizó bajo mi autoría, es necesario resaltar el trabajo interdisciplinar que permitió un desarrollo óptimo del mismo, pues varios autores definen esta de la siguiente manera, "la interdisciplinariedad es una necesidad contemporánea para favorecer el proceso de creación, aprendizaje y desarrollo" (Llano, Gutiérrez, Stable, Núñez, Masó, Rojas, 2016, pág. 12). Pues el apoyo entre la comunicación social y el diseño gráfico fueron claves para el resultado que se obtuvo.

Desde lo aprendido en la formación profesional y después de experimentar el proceso de la identidad gráfica desde su construcción hasta su implementación e identificar el impacto positivo en las ventas del servicio, fue posible entender el valor que genera la identidad a los principios y aspectos diferenciadores de una empresa en una plataforma de mercado, en este caso el sector salud.

Como perspectiva personal y para concluir, la pasantía en la Fundación Cardioinfantil y específicamente el proyecto de diseño de identidad para el servicio de Chequeo Médico Personalizado, contribuyeron a la formación profesional, demostrando que el diseñador gráfico aun siendo practicante, cuenta con las bases, las

habilidades y la responsabilidad para desarrollar proyectos grandes e importantes en una institución. Así mismo desde un plano personal, el pertenecer a una empresa la cual cuenta con un apoyo social a niños con diversas patologías y el laborar con un equipo enfocado en aportar a la sociedad, contribuye a la construcción de un profesional más humano y de un desarrollo laboral más sensible.

Bibliografía

Aís, J. (01 de 01 de 2015). *Fluentis*. Obtenido de https://fluentis.es/calidad-grafica-marca/

Anonimo. (1 de 02 de 2017). *Factoria Creativa*. Obtenido de https://www.factoriacreativabarcelona.es/blog/la-importancia-del-diseno-grafico-publicidad/

Anónimo. (16 de 6 de 2018). *Semana*. Obtenido de Con el corazón en la ciencia: https://www.semana.com/vida-moderna/articulo/las-investigaciones-cientificas-de-la-fundacion-cardioinfantil/571271

Frascara, J. (1994). *DIseño y Comunicación* . Buenos Aires: Ediciones Infinito.

Frascara, J. (2000). *Diseño Gráfico para la gente* . Obtenido de http://www.fadu.edu.uy/seminario-producto/files/2012/09/Diseno_grafico_para_la_-gente_frascara.pdf

Frascara, J. (2000). *Diseño Gráfico para la gente* . Buenos Aires: Ediciones Infinito.

Glasser, M. (2000). *Art is work.* Estados Unidos: Thames and Hudson Ltd.

Healey, M. (2009). *¿Qué es el branding?* Barcelona: Paperback. Obtenido de https://ddd.uab.cat/pub/quepub/quepub_a2009n14/quepub_a2009n14p168.pdf

Llano, G. R. (6 de 2016). *Scielo*. Obtenido de La interdisciplanriedad: http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1727-897X2016000300015

López, L. D. (1 de 10 de 2017). *El diseño gráfico y de comunicación. Una aproximación al objeto de estudio y a la pertinencia de la profesión las PYMES y manufactureras en Colombia.* Obtenido de file:///C:/Users/WINDOWS%2010/Downloads/1847-Texto%20del%20art%C3%ADculo-2873-1-10-20170210.pdf

Morales, A. (24 de 02 de 2016). *Andrés Morales*. Obtenido de LA IMPORTANCIA DE LA TIPOGRAFÍA EN EL DISEÑO GRÁFICO: https://andresmorales.es/blog/importancia-tipografia-diseno-grafico/

Norberto Chaves, R. B. (2003). *"La marca corporativa" Gestión y diseño de símbolos y logotipos.* Obtenido de https://pablobranding.files.wordpress.com/2009/09/la-marca-corporativa.pdf

Olachea, O. (9 de 08 de 2013). *PAREDRO.* Obtenido de https://www.paredro.com/7-pasos-para-el-proceso-de-un-buen-diseno/

Pérez, R. C. (7 de 2010). *Identidad gráfica e imagen corporativa: Revisión conceptual e interrelación* . Obtenido de https://www.redalyc.org/pdf/4561/456145285002.pdf

Restrepo, E. (2019). *De la unidad gráfica análoga, hacia la unidad gráfica digital, en las universidades de Bogotá.* Bogotá: Universidad los Libertadores.

Rodriguez, A. (2018). *La Cardio, Fundación Cardioinfantil - Instituto de Cardiología, Informe de Gestió.* Bogota: Cardio, edición.

Sanín, J. D. (15 de 11 de 2007). *Perspectivas del diseño en las universidades colombianas*. Obtenido de https://s3.amazonaws.com/academia.edu.documents/6736861/Perspectivas_del_diseno.pdf?response-content-disposition=inline%3B%20filename%3DPerspectivas_del_diseno_en_las_universid.pdf&X-Amz-Algorithm=AWS4-HMAC-SHA256&X-Amz-Credential=AKIAIWOWYYGZ2Y53UL3A%2F2

Santacruz, D. (25 de 09 de 2019). *El Tiempo.* Obtenido de Fundación Cardioinfantil: 46 años de logros y avances: https://www.eltiempo.com/salud/fundacion-cardioinfantil-46-anos-de-logros-en-calidad-de-vida-para-los-pacientes-416518

Scher, P. (2002). *Make it bigger.* Estados unidos: Princeton Architectural Press.

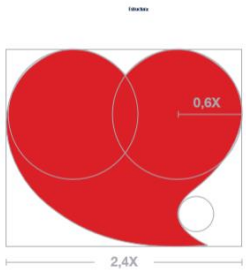
Universidad de Palermo, Facultad de diseño y comunicación. (s.f.). Obtenido de El diseño gráfico ante el espejo: https://fido.palermo.edu/servicios_dyc/publicacionesdc/vista/detalle_articulo.php?id_articulo=816&id_libro=122

Up Universidad de Palermo, Facultad de diseño y comunicación. (2006). Obtenido de https://fido.palermo.edu/servicios_dyc/publicacionesdc/vista/detalle_articulo.php?id_articulo=816&id_libro=122

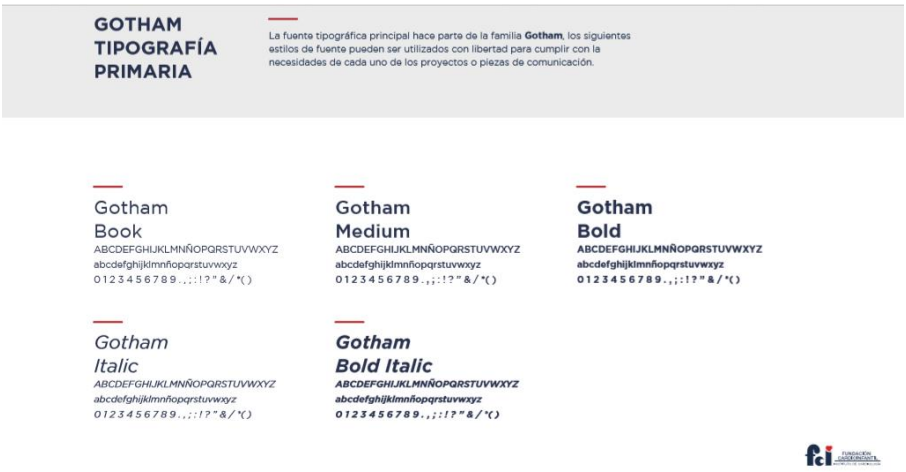
Anexos

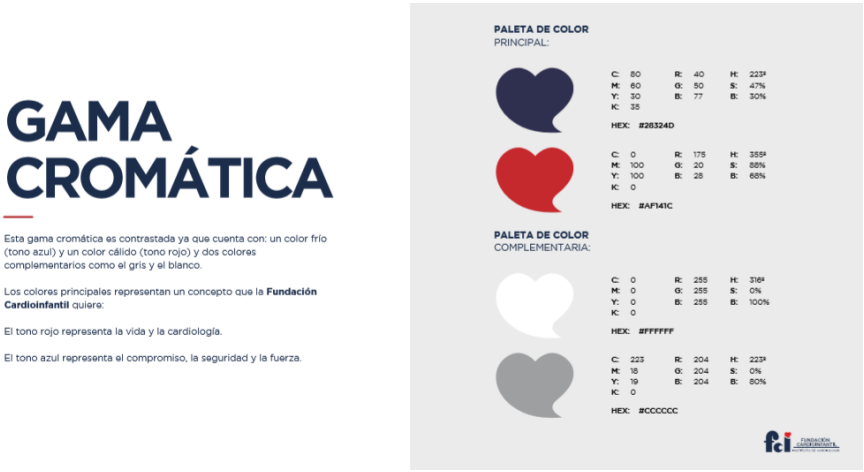
Anexo 1. *Manual de identidad Corporativa de la Fundación Cardioinfantil*

Anexo 1.1 *Página de símbolo del corazón*



Anexo 1.2 *Página de tipografías y colores institucionales*





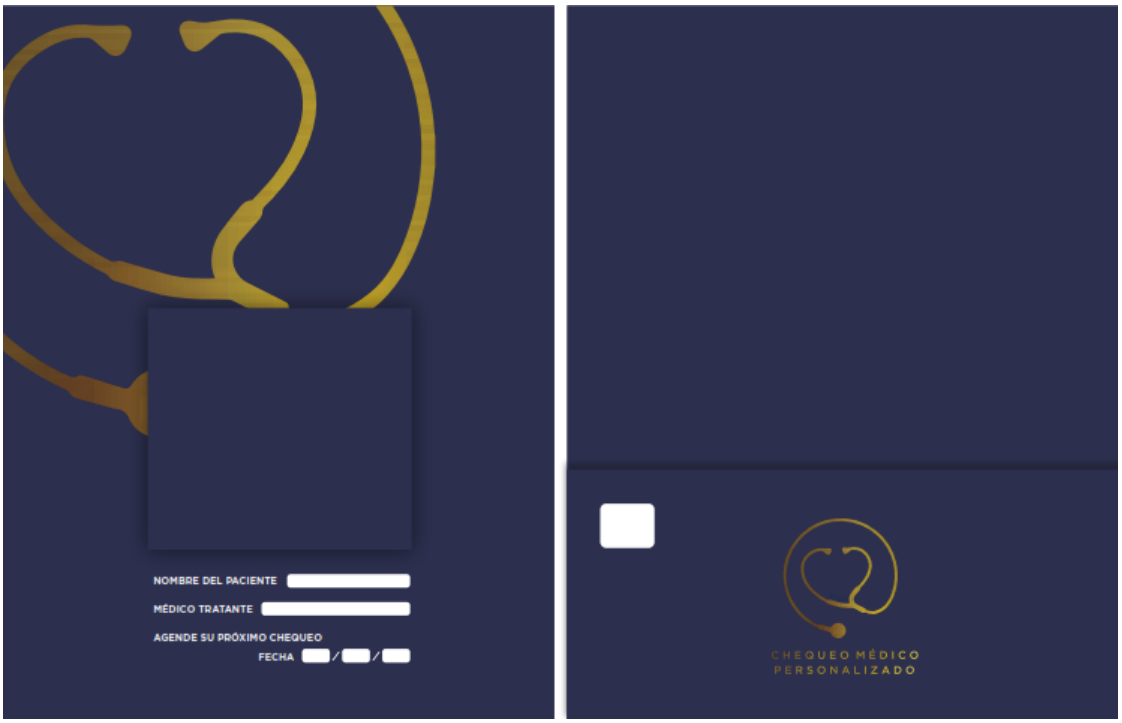
Anexo 2, *nuevo logosímbolo de Chequeo Médico Personalizado en diferentes versiones.*

Versión Color (dorado), representando lujo Exclusividad y tecnología, es la versión principal del logosímbolo, El corazón es el simbolo corporativo de la Fundación Cardioinfantil y se adaptó para la cosntrucción de la identidad del servicio.

Versión monocromática (azul)

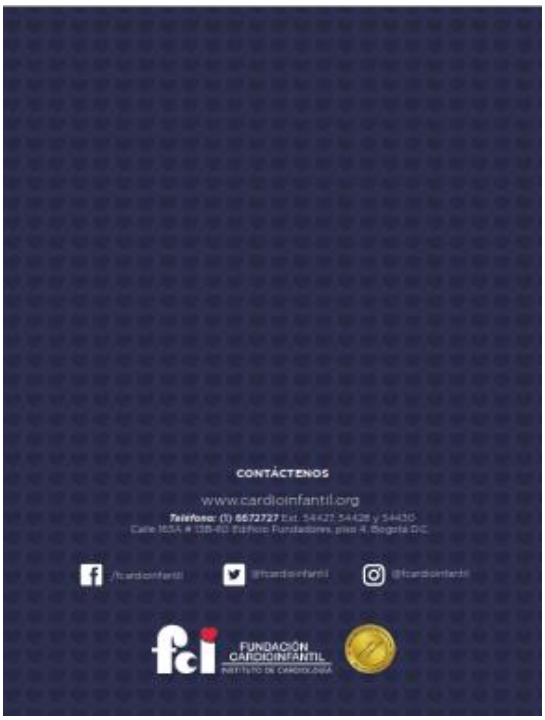
Versión monocromática (blanca)

Anexo 3, *Nueva Carpeta de Chequeo Médico Personalizado*



Vista interior de la carpeta, con compartimiento para cd, espacio en blanco para rellenar a mano, su color es netamente institucional y se utiliza el símbolo a manera de gráfica complementaria

Vista posterior de la carpeta con datos de contácto textura de corazón corporativo y color institucional



Mockup frontal de la carpeta en el cual el protagonista es el logosímbolo pues se busca el posicionamiento del mismo lo más pronto posible

Anexo 4, *Nuevo membrete de Chequeo Médico Personalizado*

CHEQUEO MÉDICO PERSONALIZADO
By Fundación Cardioinfantil

FUNDACIÓN CARDIOINFANTIL

Chequeo Médico Personalizado
Teléfono: +57 (1) 6672727 Ext. 54427, 54428 y 54430
Fundación Cardioinfantil - NIT: 860035992-2
www.cardioinfantil.org

@fcardioinfantil
/fcardioinfantil
@fcardioinfantil

Anexo 5, *Nuevo historia clínica de Chequeo Médico Personalizado*

HISTORIA CLÍNICA

CHEQUEO MÉDICO PERSONALIZADO

Nombres y Apellidos							
Nro. de identificación	C.C	C.E	R.C	P.A			
Fecha de nacimiento	DD	MM	AAAA	Edad		Género	M F
Número de contacto				E-mail			
Dirección de correspondencia				Ciudad / País			

Empresa en la que trabaja						
Nombre de familiar				Teléfono del familiar		
Fecha DD MM AAAA	Número de Historia Clínica			TA	FC	
FR	SatO2	T°	Peso	Talla	IMC	P. Abd

En esta sección aparece una lista de preguntas acerca de sus síntomas y antecedentes personales.
Por favor léala y contéstela con cuidado

MEDICAMENTOS

¿Toma algún medicamento?	SI	NO	
¿Cuál?	Dosis	Frecuencia	

ALERGIAS

Medicamentos	SI	NO	¿Cuál?
Alimentos	SI	NO	¿Cuál?

DE LA SIGUIENTE LISTA MARQUE CON UNA X, ¿CUÁL DE LAS SIGUIENTES ENFERMEDADES O SÍNTOMAS SUFRE O HA SUFRIDO EN LOS ÚLTIMOS 3 AÑOS?

SISTEMA CARDIOVASCULAR

Enfermedades de las arterias		Infarto		Opresión en el pecho	
Soplos		Arritmias		Palpitaciones	
Hipertensión arterial		Cateterismos		Otros	

SISTEMA RESPIRATORIO

Bronquitis		Rinitis		Tuberculosis	
Neumonía		EPOC		Asma	
Sinusitis		Otros			

SISTEMA GASTROINTESTINAL

Diverticulos		Cálculos		Hernia hiatal	
Hemorroides		Gastritis		Hernia umbilical	
Úlcera		Hernia inguinal		Estreñimiento	
Colon irritable		Diarrea Frecuente		Cirrosis	

SISTEMA GENITOURINARIO

Cálculos renales		Cistitis		Sangre en la orina	
Falla renal		Porstatitis		Testículo no descendido	
Otros					

SISTEMA ENDOCRINOLÓGICO

Diabetes		Hipertiroidismo		Hipotiroidismo	
Pérdida de peso		Aumento de peso		Otros	

SISTEMA OSTEOMUSCULAR

Dolor de espalda		Artritis		Dolor en las articulaciones	
Otros					

SISTEMA NEUROLÓGICO

Migraña - Jaqueca		Mareos		Desmayos	
Depresión		Pánico		Otros	

Anexo 6, *Nuevo formato para entrega de resultados*

CHEQUEO MÉDICO PERSONALIZADO
By Fundación Cardioinfantil

FUNDACIÓN CARDIOINFANTIL
INSTITUTO DE CARDIOLOGÍA

FORMATO PARA ENTREGA DE RESULTADOS

Yo _____ identificado con documento _____, certifico que he recibido a satisfacción los resultados de los exámenes correspondientes a Chequeo Médico Personalizado realizados el día (fecha) DD / MM / AA en la Fundación Cardioinfantil Instituto de Cardiología.

Quedando pendiente a la fecha:

_____ _____
_____ _____
_____ _____
_____ _____
_____ _____
_____ _____

Firmado a los ____ días del mes de _____ de 20___

NOTA Los resultados pendientes a la fecha de firma de este formato serán enviados por correo electrónico a la dirección registrada por usted en este mismo documento

Recibí: _____

C.C: _____

Correo electrónico: _____

Teléfono: _____

Dirección de correspondencia: _____

AVISO DE PRIVACIDAD AVISO DE PRIVACIDAD: De acuerdo a lo dispuesto en la Ley 1581 de 2012 y demás normas concordantes, ponemos a su disposición nuestra Política de Tratamiento de Datos Personales, la cual podrá consultar en la página web http://www.cardioinfantil.org/. Los datos, imágenes y grabaciones recolectados por nuestra institución serán utilizados en desarrollo de las funciones propias de la Fundación, entre ellas pero sin limitarse, la prestación de servicios de salud, auditorías, donaciones y mercadeo, de forma directa o a través de terceros. Como titular de la información, usted podrá ejercer sus derechos a conocer, actualizar, rectificar y/o suprimir sus datos personales, por lo que ponemos a su disposición para tal fin el correo electrónico datospersonales@cardioinfantil.org

Chequeo Médico Personalizado
Teléfono: +57 (1) 6672727 Ext. 54427, 54428 y 54430
Fundación Cardioinfantil - NIT: 860035992-2
www.cardioinfantil.org

@fcardioinfantil
/fcardioinfantil
@fcardioinfantil

Anexo 7, *Nuevo formato para evaluación de servicios*

CHEQUEO MÉDICO PERSONALIZADO
By Fundación Cardioinfantil

EVALUACIÓN DE SERVICIOS

Agradecemos el tiempo que usted dedique en darnos su respuesta y estamos seguros que contribuirán al mejoramiento de la calidad de nuestros servicios en beneficio de las personas que en el futuro requieran. **La Fundación Cardioinfantil** y el **Programa de Chequeo Médico Perosonalizado** nos interesamos en el mejoramiento continuo dela atención a nuestros usuarios.

Queremos conocer su opinión sincera e imparcial sobre los servicios recibidos durante la permanencia en nuestra institución.

Nombre _____ **Convenio** _____

Fecha _____

CALIFIQUE EN LAS CASILLAS TODAS LAS PREGUNTAS TENIENDO EN CUENTA QUE 0 ES NO APLICA, 1 MUY MALO, 2 MALO, 3 REGULAR, 4 BUENO Y 5 EXCELENTE.

PROCESO ADMINISTRATIVO	N/A	MM	M	R	B	E	OBSERVACIONES
Amabilidad del personal	0	1	2	3	4	5	
Claridad de la información	0	1	2	3	4	5	
Agilidad en el proceso	0	1	2	3	4	5	
Oportunidad en la información y en el servicio	0	1	2	3	4	5	
¿Las indicaciones que recibió sobre cómo debia presentarse a su Chequeo Médico, fueron ?	0	1	2	3	4	5	
ATENCIÓN MÉDICA	**N/A**	**MM**	**M**	**R**	**B**	**E**	**OBSERVACIONES**
Amabilidad	0	1	2	3	4	5	
Confidencialidad y privacidad	0	1	2	3	4	5	
Claridad de la información	0	1	2	3	4	5	
Respuesta a sus inquietudes	0	1	2	3	4	5	
¿Las indicaciones y recomendaciones de los Médicos especialistas, fueron?	0	1	2	3	4	5	
ATENCIÓN DE ENFERMERIA	**N/A**	**MM**	**M**	**R**	**B**	**E**	**OBSERVACIONES**
Amabilidad del personal	0	1	2	3	4	5	
Habilidad y destreza	0	1	2	3	4	5	
Explicación de los procedimientos realizados	0	1	2	3	4	5	
Atención oportuna a sus requerimientos	0	1	2	3	4	5	
Traslado a otras áreas	0	1	2	3	4	5	
¿Las indicaciones del personal de enfermería fueron?	0	1	2	3	4	5	
APOYO DIAGNÓSTICO	**N/A**	**MM**	**M**	**R**	**B**	**E**	**OBSERVACIONES**
Rayos X	0	1	2	3	4	5	
Ecografía	0	1	2	3	4	5	
Prueba de esfuerzo	0	1	2	3	4	5	
Ecocardiograma	0	1	2	3	4	5	
Laboratorio clínico	0	1	2	3	4	5	
Espirometría	0	1	2	3	4	5	
T.A.C.	0	1	2	3	4	5	
Medicina Nuclear	0	1	2	3	4	5	
Gastroenterología	0	1	2	3	4	5	
VALORACIÓN MÉDICA CON ESPECIALIDAD	**N/A**	**MM**	**M**	**R**	**B**	**E**	**OBSERVACIONES**
Optometría							
Oftalmología							

Anexo 8, *Hablador para tiendas Grannel Gourmet*

Anexo 9, *Rompe tráfico para tiendas Grannel Gourmet*

POPE JOAN SANDWICHES
TO GO...
THE POPE JOAN
THE CUBAN
THE SMOKER
THE SPANISH
THE VEGO
Porque sabemos que te preocupas por tu bienestar y salud, nosotros tenemos un regalo para tu corazón
20% DE DESCUENTO
Para clientes Granel Gourmet
Realízate un Chequeo Médico Personalizado Cada año
GRANEL

Anexo 10, *Brochure de servicios*

CHEQUEO MÉDICO
PERSONALIZADO

PREVENIR ES UNA FORMA CONSCIENTE DE VIVIR SALUDABLEMENTE

¿CÓMO SE REALIZA EL CHEQUEO MÉDICO PERSONALIZADO?
APROXIMADAMENTE 6 HORAS
Exámenes de laboratorio, imágenes diagnósticas y pruebas complementarias.
Valoraciones médicas adicionales (53 especialidades y subespecialidades según recomendaciones médicas).
Valoración inicial y final en medicina interna y análisis de resultados.
Seguimiento adicional de diagnósticos, tratamientos, órdenes médicas y recomendaciones.
PROTOCOLO DE SERVICIOS
SALA DE ESTANCIA VIP
Wi-Fi
Televisión por cable
Computador
Baño privado.
Servicio de parqueadero.
GASTRONOMÍA SALUDABLE
Chef especializado y menús saludables.
OTROS BENEFICIOS (A ELECCIÓN)
Kit de bienestar
Servicio de spa
Kit de alimentación saludable

ALTERNATIVAS PARA DIAGNOSTICAR SU ESTADO DE SALUD
Usted tiene diferentes opciones de diagnóstico con la última tecnología médica disponible para evaluar su estado de salud a través del Chequeo Médico Personalizado.
Chequeo médico Personalizado Hombre
Chequeo médico Personalizado Mujer
Chequeo médico Senior
Chequeo médico pediátrico y adolescente

CHEQUEO MÉDICO
PERSONALIZADO
MUJER
Atención **médica integral**, entrevista inicial, examen físico, cuestionario y evaluaciones, entrevista final e instrucciones.
Cualquier procedimiento adicional identificado por el especialista y no contemplado en el **Chequeo Médico Personalizado MUJER**, pero aprobado previamente por salud, será cotizado de acuerdo con las tarifas vigentes de la Fundación Cardioinfantil.
EXÁMENES
Prueba de esfuerzo.
Ecografía abdominal y pélvica.
Ecografía de mama o mamografía según la edad.
Evaluación oftalmológica, optometría y audiometría.
Radiografía de tórax.
Citología ginecoobstétrica.
Exámenes de laboratorio: cuadro hemático, parcial de orina, colesterol total, HDL, LDL, triglicéridos, creatinina, glicemia en ayunas, nitrógeno ureico, T3 y T4 Total para evaluar la función de tiroides, sangre oculta en materia fecal, ácido úrico, fosfatasa alcalina, transaminasas, coprológicos, bilirrubinas, gamaglutamil transferasa, serología para evaluar sífilis.
Consulta de nutrición y/o psicología de acuerdo a indicación médica.

CHEQUEO MÉDICO
PERSONALIZADO
SENIOR
Ofrece atención integral para la población mayor, en cabeza del área de Geriatría. Teniendo en cuenta las enfermedades más comunes de las personas de la tercera edad, se realizan los exámenes específicos y se comparte una serie de recomendaciones para el paciente y su familia o cuidadores. Los usuarios de este servicio reducen su incidencia de hospitalizaciones y cuentan con apoyo médico para saber cómo proceder ante cuadros clínicos, lo que repercute en una mejor calidad de vida.
EXÁMENES
Valoración por Geriatría
Rayos X de tórax
Ecografía abdominal y pélvica
Osteodensitometría
Evaluación oftalmológica, optometría y audiometría.
Mamografía (mujer)
Valoración de nutrición
Valoración por dermatología
Valoración por Geriatría
Electrocardiograma
Cuadro hemático, perfil lipídico, bun, creatinina, TSH, T4 LIBRE, glicemia, ácido úrico, fosfatasa alcalina, vitamina D 25 HIDROXI, ALT, ASAT, Gamaglutamil, bilirrubinas, albúmina y serología.
Parcial de orina
Coprológico, sangre oculta
PSA (hombres)
Valoración inicial y final con Geriatría.

EXÁMENES
Prueba de esfuerzo.
Radiografía de tórax.
Ecografía abdominal y pélvica.
Exámenes de laboratorio: cuadro hemático, parcial de orina, colesterol total, HDL, LDL, triglicéridos, creatinina, glicemia en ayunas, nitrógeno ureico, antígeno prostático específico, TSH y T4 Total para evaluar la función de tiroides, sangre oculta en materia fecal, ácido úrico, fosfatasa alcalina, GOT, GPT para medir las enzimas hepáticas, serología para evaluar sífilis, coprológico, bilirrubinas, gamaglutamil transferasa.
Evaluación oftalmológica, optometría y audiometría.
Consulta de nutrición y/o psicología de acuerdo a indicación médica.
CHEQUEO MÉDICO
PERSONALIZADO
HOMBRE
Atención **médica integral**, entrevista inicial, examen físico, cuestionario y evaluaciones, entrevista final e instrucciones.
Cualquier procedimiento adicional identificado por el especialista y no contemplado en el Chequeo Médico Personalizado HOMBRE, pero aprobado previamente por salud, será cotizado de acuerdo con las tarifas vigentes de la Fundación Cardioinfantil.

CHEQUEO MÉDICO
PEDIÁTRICO Y
ADOLESCENTE
Está diseñado para niños y adolescentes, y ofrece recomendaciones para evitar el desarrollo de enfermedades que pueden ser tratadas tempranamente. Un pediatra evalúa en un comienzo al paciente y determina cuáles son los exámenes necesarios para completar su diagnóstico. Este servicio facilita la identificación de patologías en la temprana edad, y con ello su tratamiento, lo que permite evitar complicaciones de salud a largo plazo.

EQUIPO MÉDICO CIENTÍFICO PARA CHEQUEO MÉDICO PERSONALIZADO.
MÉDICOS INTERNISTAS
GERIATRAS
UROLOGOS
CIRUJANOS GENERALES
CARDIÓLOGOS
OTORRINOLARINGÓLOGOS
GASTROENTERÓLOGOS
PEDIATRAS
GINECÓLOGOS
PSIQUIATRAS
NEUMÓLOGOS
NEUROLOGOS
DERMATÓLOGOS
RADIÓLOGOS

SEGUIMOS CONSTRUYENDO BIENESTAR
En la Fundación Cardioinfantil sabemos que la experiencia para nuestros pacientes va más allá de la consulta médica, la tecnología diagnóstica o el sentido humano con el que brindamos atención a quienes lo necesitan. Por ello, y pensando en brindar cada vez más alternativas de atención y salud, contamos con la Torre de Especialistas, un edificio de doce pisos que suma 8.000 mts2 de construcción, en el que confluyen todas las disciplinas médicas al servicio de nuestros pacientes y sus familias.
En la Fundación Cardioinfantil encuentra una respuesta médica para cada necesidad
53 Especialidades médico-quirúrgicas
132 consultorios
Extensión hospitalaria
Optimización de tiempos
Espacios de bienestar
Arquitectura medioambiental
Terraza ecológica

20% DE DESCUENTO
en Chequeo Médico Personalizado
10% de descuento en Chequeo Senior, pediátrico y adolescente
CONTÁCTENOS
www.cardioinfantil.org