

**UNIVERSIDAD AMAZÓNICA DE PANDO**  
**ÁREA DE CIENCIAS SOCIALES Y HUMANÍSTICAS**  
**CARRERA CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN SOCIAL**



**PROPUESTA DE LA NUEVA IDENTIDAD VISUAL  
DEL SERVICIO DEPARTAMENTAL DE SALUD  
PANDO (SEDES PANDO)**

**PROYECTO DE GRADO PARA OPTAR AL GRADO ACADÉMICO  
DE LICENCIADA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN SOCIAL**

Autor: Univ. Jennifer Xiomara Nosa Menezes

Tutor: Lic. Oscar Montaña Coca

COBIJA – PANDO – BOLIVIA

2019

UNIVERSIDAD AMAZÓNICA DE PANDO  
ÁREA DE CIENCIAS SOCIALES Y HUMANÍSTICAS  
CARRERA CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN SOCIAL

PROPUESTA DE LA NUEVA IDENTIDAD VISUAL DEL SERVICIO  
DEPARTAMENTAL DE SALUD PANDO (SEDES PANDO)

Proyecto de Grado sometida a consideración de la Universidad Amazónica de Pando, del Área de Ciencias Sociales y Humanísticas y la Carrera Ciencias de la Comunicación Social

Requisito para optar el grado de:

Licenciada en Ciencias de la Comunicación Social

Por

Jennifer Xiomara Nosa Menezes

Cobija – Pando – Bolivia

Este Proyecto de Grado ha sido aceptado por la Universidad Amazónica de Pando, la Dirección del Área de Ciencias Sociales y Humanísticas y aprobada por el Tribunal.

Firmantes:

.....

M.sc. Carol Carlo Duran

**DIRECTORA DEL ÁREA DE CIENCIAS SOCIALES Y HUMANÍSTICAS**

.....

Lic. Alfredo Aparicio Callaú

**TRIBUNAL**

.....

Lic. Luis Balderrama Balcazar

**TRIBUNAL**

.....

Lic. Guillermo Tiñini Zelada

**TRIBUNAL**

.....

Lic. Oscar Montaña Coca

**TUTOR**

.....

Univ. Jennifer Xiomara Nosa Menezes

**POSTULANTE**

## **DEDICATORIA**

El presente proyecto de grado se lo dedico a mi amado Dios que en los 5 años de aprendizaje me proveyó de capacidades y talentos en el desarrollo de mi formación académica.

Y a mis padres que son mi fuente de fuerza, los amo infinitamente.

Todo esto es por ustedes, los honro. Papi y Mami.

## **AGRADECIMENTOS**

Primeramente agradezco a Dios por todo, absolutamente por todo.

A mis padres por todo el apoyo moral y económico.

A mis amigos que en el proceso de estos 5 años nos apoyamos mutuamente Masiana y Armando, los amo.

## ÍNDICE DE CONTENIDOS

Dedicatoria.....	ii
Agradecimientos.....	iii
Índice de contenidos.....	iv
Índice de tablas.....	viii
Índice de figuras.....	ix
Lista de anexos.....	x
Resumen ejecutivo.....	xi

### Introducción

## CAPÍTULO I

<b>ANÁLISIS SITUACIONAL Y PRESENTACIÓN DEL PROBLEMA.....</b>	<b>2</b>
1.1. Antecedentes generales.....	2
1.1.2. Descripción del problema.....	3
1.1.3. Objetivo general.....	4
1.1.4. Objetivos específicos.....	4
1.1.5. Justificación.....	5

## CAPÍTULO II

<b>MARCO METODOLÓGICO.....</b>	<b>7</b>
2.1. Metodología.....	7
2.1.1 Tipo de Investigación.....	7
2.1.2. Enfoque de la Investigación.....	7
2.1.3. Población y Muestra.....	8
2.1.3.1. Población.....	8

2.1.3.2.	Muestra.....	8
2.2.	Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	9

### **CAPÍTULO III**

<b>MARCO REFERENCIAL.....</b>	<b>13</b>	
3.1.	Marco Legal.....	13
3.2.	Marco Teórico.....	13
3.3.	Marco Conceptual.....	24
3.3.1.	Identidad Corporativa.....	24
3.3.2.	Manual Corporativo.....	25
3.3.3.	Diseño Gráfico.....	25
3.3.4.	Tipografía.....	25
3.3.5.	Filosofía Corporativa.....	26
3.3.6.	La Marca.....	26
3.3.7.	Cultura Corporativa.....	26
3.3.8.	Identidad Visual.....	27
3.3.9.	Imagotipo.....	27
3.3.10.	Logotipo.....	27
3.3.11.	Isologo.....	27
3.3.12.	Isotipo.....	28

### **CAPÍTULO IV**

<b>DIAGNÓSTICO.....</b>	<b>29</b>	
4.1.	Resultados del diagnóstico.....	29
4.1.1.	Antecedentes.....	29
4.1.2.	Descripción socio cultural.....	31

4.1.2.1.	Identidad Corporativa.....	33
4.1.3.	Análisis FODA.....	42
4.1.4.	Justificación del Diagnóstico.....	48
4.2.	Selección, jerarquización y priorización de necesidades.....	48

## **CAPÍTULO V**

<b>DISEÑO DEL PROYECTO.....</b>	<b>51</b>	
5.1.	Denominación y naturaleza del proyecto.....	51
5.1.1.	Descripción del Proyecto.....	52
5.1.2.	Justificación del proyecto.....	54
5.1.3.	Marco institucional.....	55
5.1.4.	Finalidad del proyecto.....	56
5.1.5.	Objetivos.....	56
5.1.6.	Componentes, actividades y productos.....	56
5.1.6.1.	Componentes del proyecto.....	57
5.1.6.2.	Actividades.....	57
5.1.6.3.	Productos.....	58
5.1.7.	Métodos y técnicas.....	62
5.1.8.	Metas e indicadores.....	65
5.1.9.	Beneficiarios directos e indirectos.....	65
5.1.10.	Localización física y cobertura espacial.....	66
5.1.11.	Organización de la evaluación.....	66
5.2.	Marco Administrativo.....	67
5.2.1.	Equipo de Gestión.....	67
5.2.2.	Organigrama.....	68

5.2.3.	Cronograma de actividades.....	69
5.2.4.	Determinación de los recursos necesarios.....	70
5.2.4.1.	Recursos humanos.....	70
5.2.4.2.	Recursos materiales.....	71
5.2.4.3	Recursos financieros.....	72
	Recomendaciones.....	74

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

## ANEXOS

## ÍNDICE DE TABLAS

	<b>Pág.</b>
Tabla 1	Categorías de signos..... 17
Tabla 2	Misión y Visión del SEDES Pando..... 34
Tabla 3	Análisis FODA..... 42
Tabla 4	Selección, jerarquización y priorización de necesidades..... 49
Tabla 5	Actividades para el desarrollo de aplicabilidad de la nueva identidad visual. 57
Tabla 6	Metas e indicadores..... 65
Tabla 7	Cronograma de actividades..... 69
Tabla 8	Recursos Humanos..... 71
Tabla 9	Recursos Materiales..... 71
Tabla 10	Recursos Financieros..... 72

## ÍNDICE DE FIGURAS

	<b>Pág.</b>
Figura 1 Gráfico de la triada de Charles Peirce.....	15
Figura 2 Círculo Cromático.....	20
Figura 3 Gama de colores cálidos y fríos.....	21
Figura 4 Relaciones de armonía y contraste.....	21
Figura 5 Isologo SEDES Pando2005.....	37
Figura 6 Isologo SEDES Pando 2006-2008.....	38
Figura 7 Isologo SEDES Pando 2009-2010.....	39
Figura 8 Isologo SEDES Pando 2010-2012.....	39
Figura 9 Isologo SEDES Pando 2013-2016.....	40
Figura 10 logotipo SEDES Pando 2017-2019.....	41
Figura 11 línea de tiempo isologos de SEDES Pando 2005 -2019.....	52
Figura 12 Imagotipo del SEDES Pando.....	59
Figura 13 Isotipo .....	59
Figura 14 Tipografía.....	59
Figura 15 Brazos.....	60
Figura 16 Símbolo de Salud.....	60

Figura 17 Colores Institucionales .....	61
Figura 18 Proceso de diseño de la identidad institucional- Marcelo Zaposnik.....	63
Figura 19 Organigrama.....	68

## LISTA DE ANEXOS

- ANEXO 1 Entrevista con Dr. Kuniaki Murakami.....
- ANEXO 2 Entrevista Funcionarios del Unidad de Promoción y Salud del SEDES Pando
- ANEXO 3 Entrevista con el creador de las anteriores marcas de SEDES Pando.....
- ANEXO 4 Observación No participante.....
- ANEXO 5 Fotografía reunión con consejo técnico reducido.....
- ANEXO 6 Fotografía reunión de validación de la propuesta con el consejo técnico reducido
- ANEXO 7 Fotografía Validación de los instrumentos.....
- ANEXO 8 Encuesta basada en la escala de Likert.....
- ANEXO 9 Historia de Vida Ademar Vidaurre.....
- ANEXO 10 Revisión documental.....
- ANEXO 11 Actas de validación de instrumentos.....

## RESUMEN EJECUTIVO

El presente proyecto de grado es una propuesta de identidad visual para el Servicio Departamental de Salud Pando, que tiene por objetivo en la presentación de un nuevo diseño de la identidad visual y la elaboración de un manual que permita el manejo adecuado de su identidad visual, trabajo que fue ejecutado en base a la identidad corporativa del SEDES Pando

A su vez, resaltar que la institución es dependiente del Gobierno Autónomo Departamental de Pando, que verifica, regula, cumple y hace cumplir las normas y reglamentos en el área de salud a los diferentes centros de salud públicos y privados, y que trabaja en la prevención de enfermedades en el departamento.

Por otro lado, en el proceso investigativo se consideró utilizar la teoría del signo de Charles Sanders Peirce, la teoría de color de Goethe, La marca de Joan Costa y aporte de diferentes investigaciones afines con el tema realizado en el presente proyecto de grado.

En el proceso de construcción de la identidad visual, se consideró los resultados obtenidos en el diagnóstico de la institución; tomando en cuenta el enfoque salubrista con el que trabaja el SEDES Pando con el fin de brindar atención de calidad y calidez a las familias del departamento de Pando.

En conclusión, se espera que la propuesta del proyecto de grado, pueda implementarse por parte de la institución, considerando que es importante que una institución pueda cumplir con normas en identidad corporativa y visual, que permitirá un trabajo ordenado y adecuado internamente.

## **Introducción**

El presente proyecto de grado titulado “Propuesta de la nueva identidad visual del Servicio Departamental de Salud Pando”, es un proyecto pensado en la necesidad que actualmente las diferentes instituciones del departamento de manera visual tienen, la identidad corporativa es muy importante ya que es la que refleja todas las características e identidad de una institución.

Por ello que la propuesta de esta nueva identidad visual del SEDES Pando, plantea como resultado final la entrega de una Manual de Identidad Visual de la institución, en el que se introduce todas las normas que debe seguirse para el uso adecuado y correcto de su identidad visual.

La identidad visual del SEDES Pando está construida como base la identidad corporativa de la institución. Por otro lado, los objetivos del presente proyecto es el análisis de su identidad corporativa, en la construcción en el diseño de su nuevo logotipo y finalmente en la entrega de una manual de identidad visual para el Servicio Departamental de Salud Pando. El manual será de apoyo si la institución decide aplicarlo y ejecutarlo.

Asimismo, en el desarrollo de trabajo de campo se utilizaron diferentes instrumentos para conocer el estado actual de su identidad corporativa, en la observación de diferentes elementos que componen la institución respecto a la visualización del logotipo que actualmente maneja y en el conocimiento del desarrollo de los diferentes logotipos que el SEDES Pando utilizó a lo largo de sus gestiones en el departamento.

Además, los resultados obtenidos en el diagnóstico demuestran otras problemáticas en la institución, que se considera verificar para una futura investigación académica o por la misma institución, con el fin de plantear soluciones en favor al Servicio Departamental de Salud Pando.

# **CAPÍTULO I**

## **ANÁLISIS SITUACIONAL Y PRESENTACIÓN DEL PROBLEMA**

### **1.1. Antecedentes Generales**

Conocer los fundamentos históricos de la identidad visual e imagen corporativa es importante para el desarrollo del presente proyecto, resaltando cómo la identidad corporativa evolucionó a través de la historia y tecnología, basándose en las necesidades personales, institucionales, comerciales, etc. Para el surgimiento de nuevas teorías, que permitieron la creación de hechos que dan lugar a la construcción de una identidad visual en diferentes contextos: laboral, comercial, institucional y otros.

El Servicio Departamental de Salud se crea a través del Decreto Supremo 25233 del 27 de Noviembre de 1998, Art. 2, el cual establece el modelo básico de organización, atribuciones y funcionamiento de los Servicios Departamentales de Salud dentro de las previsiones del Decreto Supremo N° 25060 que presenta la estructura orgánica de las Prefecturas de Departamento y disposiciones vigentes en materia de salud.

Sin embargo, en Pando el funcionamiento del SEDES surge después del decreto supremo N° 25233 y expande su trabajo en las provincias del departamento, como lo menciona Ademar Vidaurre que- “Desde el momento que cambia a SEDES PANDO el trabajo continuó siendo el mismo y fue creciendo, porque antes el personal era reducido, en el tiempo de Unidad Sanitaria; el cambio nos fortaleció y nos ayudó a crecer”, (Comunicación personal, 03 de septiembre.2019) permitió que se pueda llegar a diferentes lugares del departamento.

La identificación de SEDES Pando es importante para el desarrollo de su propia identidad. Asimismo, Caldevilla ( 2009) expresa que la identidad corporativa marcó un antes y un después en la comunicación persuasiva empresarial, pues apareció como la última rama específica de la comunicación visual y del diseño.(...) hoy la identidad corporativa gestiona la comunicación y el paisaje visual, y es considerada en su globalidad la marca visual del poder.

A la vez, el Servicio Departamental de Salud Pando por medio de su logotipo que actualmente utiliza, demuestra la implementación del modelo de salud SAFCI, sin embargo, los logotipos utilizados anteriormente sufrieron modificaciones drásticas y en otras leves actualizaciones (que están descritas en el diagnóstico del presente proyecto de grado) que fueron creadas por las necesidades del contexto en cada gestión.

Actualmente la identidad visual de SEDES Pando es representada por el modelo de salud SAFCI que incorpora a la familia como elemento importante para la atención integral en calidad de salud. Asimismo, destaca la representación del departamento mediante un mapa del territorio de Pando.

### **1.1.2. Descripción del Problema**

La identidad corporativa de una institución o empresa es muy importante en la actualidad, por medio de ella se conoce la cultura institucional que es la personalidad, el comportamiento y la filosofía que desarrolla una institución o empresa. Es importante tener clara la visión del trabajo que las instituciones públicas y privadas desarrollan para crear en la mente de sus públicos la representación de su identidad visual y cultural.

Se identifica en el Servicio Departamental de Salud (SEDES PANDO) la no representatividad de una identidad visual que identifique la institución adecuadamente, como menciona el director de la institución el Dr. Kuniaki Murakami la imagen actual (aclarar que cuando él se refiere a imagen, describe el logotipo actual de la institución) es antigua y no atrayente y veo la necesidad de un cambio (Comunicación personal, 11 de febrero. 2019).

Además, que en una reunión realizada con el director interino y jefes de unidades, mencionaron que se podría ver la opción de una propuesta nueva de la identidad visual para el Servicio Departamental de Salud Pando, que puede reflejar el trabajo que realiza la institución y que resalte no solamente a la familia, si no que pueda existir una representación del personal de salud que cumple también con sus servicios interno en SEDES Pando.

Es necesario saber que la identidad visual que actualmente presenta el Servicio Departamental de Salud no está construida adecuadamente, esto quiere decir que no está diseñada de acuerdo a los términos y principios de diseño.

Por otro lado, la identidad visual se asegura dentro de los “sistemas erráticos”, ya que es una imagen progresiva, que no se puede aprehender ni recibir desde la observación de una propuesta o hecho comunicativo unitario, sino tras la acumulación de sucesivos impactos que la van configurando (Caldevilla, 2009, p.5).

Finalmente, bajo los términos de diseño y análisis de normas que definan el uso del manejo adecuado de la identidad visual del Servicio Departamental de Salud, es que se propone un nuevo diseño de la identidad visual del Servicio Departamental de Salud Pando como aporte en el desarrollo y adaptación de la institución a estos tiempos modernos.

### **1.1.3. Objetivo General**

- Proponer un nuevo diseño de identidad visual para el Servicio Departamental de Salud Pando, que exprese los componentes de su identidad corporativa.

### **1.1.4. Objetivos Específicos**

- Describir la identidad corporativa del Servicio Departamental de Salud SEDES Pando.
- Analizar las características históricas y cronológicas de la identidad visual de SEDES Pando.
- Analizar la presencia de la marca en diferentes materiales de divulgación.

### **1.1.5. Justificación**

El presente proyecto de grado propone elaborar un diseño nuevo de la identidad visual coherente con la identidad corporativa del Servicio Departamental de Salud (SEDES PANDO). Considerando la petición personal del director técnico de la institución Dr. Kuniaki Murakami Vaca, que manifestó la necesidad de renovación del logotipo actual que representa la institución, con el objetivo de analizar y estudiar la propuesta para un posible cambio, tomando en cuenta que la institución no cuenta con un manual de identidad visual que especifique el uso correcto de su identidad.

Actualmente el Servicio Departamental de Salud (SEDES PANDO) cuenta con un logotipo que le identifica, el mismo fue modificado a principio de este año por Distefano Olvea Vargas, funcionario de la institución; sin embargo, se visualiza la problemática en el diseño que la misma presenta; dado que su diseño no posee estética y simetría adecuada, a simple vista.

Se considera que el aporte de este proyecto será importante y significativo para la institución, tomando en cuenta que el Servicio Departamental de Salud (SEDES PANDO) se relaciona, supervisa y coordina trabajos con las diferentes unidades dentro de la institución y con los centros de salud de la ciudad y desarrolla programas de prevención en diferentes temas de la salud, por lo que la identidad visual es “vista” por todos quienes integran esta red de comunicación interna y externa. Asimismo, el aporte académico podrá dejar directrices para investigaciones o proyectos futuros similares a este, para que puedan ser desarrollados en la formación universitaria y profesional.

El en ámbito académico, la investigación y el estudio realizado en el proyecto de grado, ayudará en el desarrollo de futuras propuestas en identidad visual o corporativa para otras instituciones o empresas que estén interesadas en generar un uso adecuado de su identidad visual, por otro lado, beneficiará a los estudiantes de áreas afines a la comunicación social o ingeniería comercial, como aporte a diferentes documentos académicos que realicen en la universidad.

El Servicio Departamental de Salud (SEDES PANDO), se beneficiará con un Manual de Identidad Visual y del cual podrá proyectar una nueva imagen corporativa, esto permitirá que la institución pueda en un futuro implementar su nueva identidad utilizando las normas correctas plasmadas en el manual, esto facilitará el manejo adecuado de su identidad visual, basado en los criterios y normas, las mismas que serán creadas internamente en base a la identidad corporativa que desarrolla la institución.

Finalmente, en el margen legal dentro de la institución, se podrá crear una resolución que el consejo técnico reducido podrá en un futuro aprobar, para que se pueda realizar el cambio correspondiente de la identidad visual.

## **CAPÍTULO II MARCO METODOLÓGICO**

### **2.1. Metodología**

#### **2.1.1. Tipo de Investigación**

En el desarrollo del presente trabajo de grado se entiende que “la investigación exploratoria examina un tema o problema de investigación poco estudiado o que no ha sido abordado antes. Con una característica de flexibilidad, permite descubrir puntos de vistas no identificados previamente por el investigador” (Hernández, Fernandez, Baptista, Méndez, y Mendoza, 2014, p. 79). Por lo tanto, su aplicación debe coadyuvar en el desarrollo de la investigación propuesta.

La investigación exploratoria permite la aproximación al problema planteado en el perfil de proyecto, así mismo se consideró que el tema propuesto, es poco abordado en el contexto actual ya que no existen fuentes que aborden el tema planteado.

Por lo tanto, se identifica el o los problemas de la identidad visual del Servicio Departamental de Salud SEDES PANDO por medio de la aplicación de los instrumentos de recolección de datos.

#### **2.1.2. Enfoque de la Investigación**

El enfoque cualitativo como el término lo indica busca definir las cualidades de algún fenómeno de interés, es de naturaleza social, ya que su principal mecanismo de medición es la

percepción de los individuos de una población objeto de estudio, o que han sido testigos del problema que se desea evaluar.

Además, permite que el investigador analice y demuestre los resultados obtenidos para la afinación de la pregunta de investigación, el cual, revela y define nuevas interrogantes en el transcurso de la investigación que se pueden desarrollar en el proceso de recolección de datos. Este enfoque perfecciona y responde a la pregunta de investigación planteada en el perfil de proyecto realizado anteriormente al proyecto de grado.

### **2.1.3. Población y Muestra**

#### **2.1.3.1. Población**

El universo poblacional es descrito por Parra (2006), como un conjunto de elementos, seres u objetos los cuales presentan características y observaciones que se pretenden medir en una investigación determinada.

La población establecida en el perfil de proyecto es el Servicio Departamental de Salud Pando, considerando que el SEDES PANDO es una institución pública dependiente del Gobierno Autónomo Departamental de Pando que brinda sus servicios hace varios años en el departamento de Pando, y que aporta en el desarrollo en el tema salud; situación que resalta como principal fundamento a los funcionarios de la institución que brindan su conocimiento y aportan en el desarrollo funcional de la misma. La población determinada para la contribución de información en el presente proyecto de grado, fueron los funcionarios del Servicio Departamental de Salud SEDES PANDO.

#### **2.1.3.2. Muestra**

Se entiende por muestreo al procedimiento empleado con la finalidad de obtener una muestra a partir de una unidad poblacional definida con anterioridad. (Parra, 2006). Para la unidad muestral del presente documento se considera los siguientes criterios de elegibilidad:

1. Funcionarios del Servicio Departamental de Salud
  - a) Director del Servicio Departamental de Salud Pando
  - b) Dos funcionarios de la Unidad de Promoción de la Salud y Comunicación Social del SEDES Pando.
  - c) Funcionario con mayor antigüedad laboral de la institución.
  - d) Creador de los logotipos de SEDES Pando.
  - e) Tres funcionarios con antigüedad mayor a 6 años en la institución, de 6 programas y 4 unidades de SEDES Pando.

## **2.2. Técnicas e Instrumentos de recolección de datos**

Se determinan las siguientes técnicas de recolección de datos para la respectiva investigación; entrevista, historia de vida, observación no participante, encuesta (escala de Likert) y revisión documental, permitieron el acercamiento personal a los funcionarios de la institución y que facilitó el acceso a información, finalmente, la revisión documental que permitió el desarrollo del proyecto con aporte de autores e investigaciones científicas que estén relacionadas con el tema definido en el perfil de proyecto.

La entrevista para Denzin y Lincoln (2005) es “una conversación, es el arte de realizar preguntas y escuchar respuestas” (P. 643). Por tanto, esta técnica desarrolla la comunicación personal del entrevistador con el entrevistado.

Como técnica de recogida de datos, está fuertemente influenciada por las características personales del entrevistador. Esta definición, demasiado genérica y poco operativa, incluye cualquier encuentro entre dos personas, un investigador y su entrevistado, en el que el investigador hace preguntas que pueden ir desde las encuestas de opinión o los cuestionarios, es decir, instrumentos altamente estructurados, y las entrevistas abiertas donde es posible, incluso, que el investigador sea preguntado e interpelado por el informante.

Las entrevistas se aplicaron al director técnico de la institución, a dos funcionarios de la unidad de promoción y comunicación y al creador de los diferentes logotipos del SEDES. Se obtuvo la información necesaria para corroborar el problema identificado. Asimismo, se logra conocer los puntos de vistas con respecto a la actual identidad visual del Servicio Departamental de Salud SEDES Pando.

El director de la institución, se buscó conocer desde la percepción personal como él se identifica con el actual logotipo, la descripción de la institución y que mencione los principios y valores importantes para el SEDES, por otro lado, con los dos funcionarios de la unidad de promoción y comunicación, se desarrolló las descripciones con respecto a los colores instituciones, del logotipo actual de los elementos pictográficos que contiene y la importancia de contar con un manual de identidad visual.

Asimismo, se aplicó la entrevista al creador de los diferentes logotipos anteriores utilizados en SEDES Pando, entrevista que permitió responder al análisis histórico y cronológico de la creación de los 6 logotipos creados desde el año 2005 hasta 2019, aporte que ayudó significativamente en el desarrollo del proyecto de grado.

La historia de vida, consiste básicamente en el “análisis y transcripción que efectúa un investigador del relato que realiza una persona sobre los acontecimientos y vivencias más destacados de su propia vida” (García, 1995, p.42). Este análisis supone todo un proceso de indagación, a través de una metodología fundamentada en entrevistas y charlas entre investigador y protagonista, sobre los sentimientos, la manera de entender, comprender, experimentar y vivenciar el mundo y la realidad cotidiana, de este último, intentando conferir, finalmente, una unidad global al relato o bien dirigirlo hacia un aspecto concreto, que es el especialmente analizado por el investigador.

Además, la historia de vida conforma una perspectiva fenomenológica, la cual visualiza la conducta humana, lo que las personas dicen y hacen, como el producto de la definición de su mundo. La historia de vida propuesta como recolección de datos, permitió conocer desde

experiencia propia la descripción de los inicios de SEDES Pando en el departamento y experiencias personales en el ámbito laboral.

La historia de vida en el presente proyecto, fue aplicada al funcionario más antiguo de la institución, Ademar Vidaurre que actualmente es el encargado del programa de Malaria del SEDES Pando, aportó en el sustento histórico del funcionamiento del SEDES en el departamento, su creación y vivencias personales que el mismo presencié en su momento.

La observación no participante se caracteriza por no desarrollar una intervención directa con el objeto de estudio:

La observación no participante se trata de una observación realizada por agentes externos que no tienen intervención alguna dentro de los hechos; por lo tanto no existe una relación con los sujetos del escenario; tan sólo se es espectador de lo que ocurre, y el investigador se limita a tomar nota de lo que sucede para conseguir sus fines. (Campos y Lule, 2012, p.53).

En este sentido su aplicabilidad en la presente propuesta, aportó en la percepción visual de la presencia de la identidad visual actual en la institución y en diferentes materiales o medios visuales como fueron, hojas membretadas, diseños de gigantografías, la presencia de su logotipo en la página de Facebook, la misión y visión, los colores institucionales, etc. También, permitió observar el comportamiento de los funcionarios de la institución con respecto a la atención a los clientes que realizan diferentes trámites e incluso consultas en la institución.

Por otro lado, la necesidad de medir y analizar las actitudes con respecto a la identidad visual actual de SEDES, fue importante en desarrollo investigativo siendo que “Una escala de Likert requiere que el entrevistado indique el grado de acuerdo o desacuerdo con respecto a una variedad de afirmaciones relacionadas con el objeto de estudio o situación que se busca medir de las actitudes” (Aaker y Day, citado en Martínez, 2012, p.3). Por lo tanto, su desarrollo en el presente proyecto de grado aporta de manera significativa.

Se consideró realizar una encuesta basada en la escala de Likert, que permitió realizar preguntas escalares que miden la intensidad de la respuesta, y de manera científica ayudaron a medir las actitudes que pueden tener hacia la identidad visual y la convivencia laboral en el Servicio Departamental de Salud Pando.

La encuesta basada en la escala de Likert, se desarrolló a un total de 30 funcionarios de 6 programas (Programas de Dengue, Zika y Chikunguya, salud sexual y Reproductiva, malaria, epidemiología, salud ambiental, promoción de la salud) y 4 unidades (Unidad de R.R.H.H., Administración, Farmacia, Redes y servicio) del Servicio Departamental de Salud Pando. Asimismo, el criterio que permitió delimitar la muestra de los diferentes programas y unidades de la institución fue el periodo laboral, mismo que debía ser mayor a 6 años.

La revisión documental definida por Alfonso “es un procedimiento científico, un proceso sistemático de indagación, recolección, organización, análisis e interpretación de información o datos en torno a un determinado tema. Al igual que otros tipos de investigación, éste es conducente a la construcción de conocimientos” (citado en Morales, s./f.). Por tanto, el desarrollo de la revisión documental debe estar direccionado al objeto de estudio planteado en cualquier trabajo investigativo.

La revisión documental en el desarrollo del proyecto de grado, permitió identificar investigaciones elaboradas con anterioridad, las autorías y sus discusiones, delinear el objeto de estudio; consolidar autores para elaborar una base teórica, que bridaron el sustento científico en el desarrollo del proyecto de grado propuesto.

## **CAPÍTULO III**

### **MARCO REFERENCIAL**

#### **3.1. Marco Legal**

El SEDES se creó a través del decreto supremo 25233 del 27 de noviembre de 1998 art. 2 (naturaleza institucional), ratifica su vigencia por la disposición transitoria décima segunda de la ley 031, LMAD de 19 de Julio de 2010; en la que se establece el modelo básico de organización, atribuciones y funcionamientos de los servicios departamentales de salud (SEDES).

Artículo 1° (Objeto) El presente Decreto Supremo tiene por objeto establecer el modelo básico de organización, atribuciones y funcionamiento de los Servicios Departamentales de Salud, dentro de las previsiones del Decreto Supremo N° 25060 y las disposiciones vigentes en la materia de salud.

Artículo 4° (Marco Legal) El SEDES desarrolla sus actividades en el marco del ordenamiento legal que rige el Sistema Nacional de Salud, así como en el marco de la Leyes 1178 de Administración y Control Gubernamentales, 1654 de Descentralización Administrativa, 1551 de Participación Popular, y sus respectivos reglamentos, Ley Orgánica de Municipalidades, y las normas de organización del Poder Ejecutivo.

#### **3.2. Marco Teórico**

El presente proyecto de grado, tiene por objetivo proponer un nuevo diseño de identidad visual para el Servicio Departamental de Salud, para este efecto y por tratarse de un trabajo

académico científico, el mismo se adscribe a posturas teóricas que se ajustan coherentemente con el objeto de estudio en cuestión. Esto responde en el cómo se puede expresar los componentes de la identidad corporativa, para proponer un nuevo diseño de la identidad visual del Servicio Departamental de Salud Pando.

Inicialmente se debe considerar que cuando se hace referencia a identidad corporativa, Costa define la misma como “el ADN de la empresa, los cromosomas de su génesis, que son la herencia de los caracteres de su emprendedor fundador, y que están inoculados en aquella en el acto de instituir, en el espíritu institucional de la organización” (2003, p.3). Se entiende la importancia del desarrollo de una identidad corporativa en cualquier institución, empresa, organización, etc.

Por otro lado desde un enfoque del diseño y particularmente haciendo alusión a la identidad visual, esta hace referencia tal como lo expone (Jordá, citado en Quesada).

Son elementos verbales o lingüísticos, nombre de la empresa o los nombres de las marcas de los productos o servicios que comercializa y los elementos gráficos; el logotipo, el color corporativo que constituyen la manifestación clara de la identidad corporativa, de tal manera que resulta difícil no pensar en el nombre o el logotipo cuando hablamos de una determinada empresa o institución. (pp.38-39).

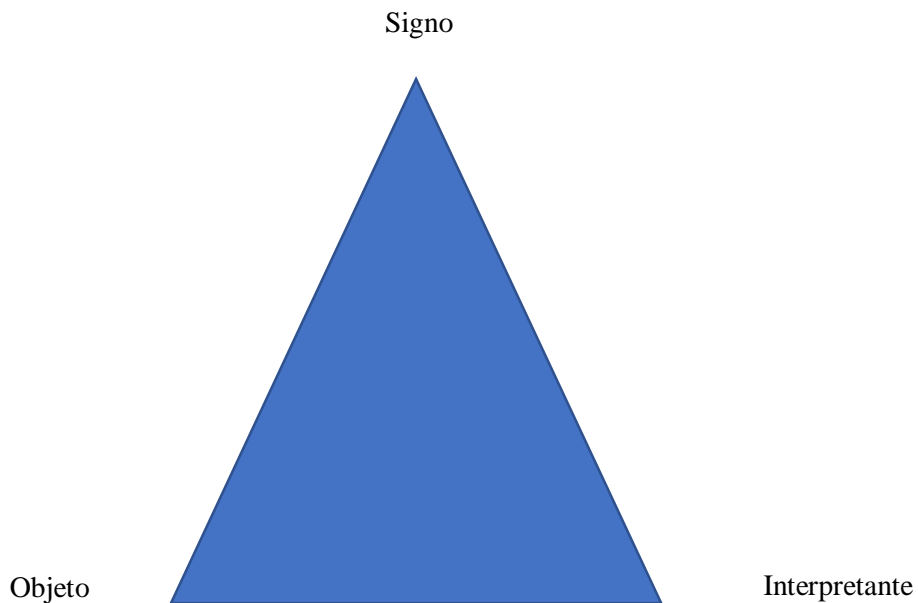
En este entendido, el desarrollo del proyecto tomará curso bajo la guía teórica de tres postulados, entre ellos: la teoría del signo, la marca y la teoría del color. Estos coadyuvarán a fundamentar consistentemente la propuesta de identidad visual en favor del Servicio Departamental de Salud.

### **Teoría del signo**

La teoría del signo tiene como unos de sus máximos exponentes a Charles Sanders Peirce y por su amplio nivel de estudio respecto a este fenómeno, el presente proyecto de grado se basará en el dicho autor para fundamentar ciertas características de la propuesta.

Peirce divide la semiótica en sintaxis, semántica y pragmática. La sintaxis se define como la parte de la semiótica que estudia la relación de los signos entre sí. La semántica es la parte de la semiótica que estudia la relación de los signos con su significado. Y la pragmática es la parte de la semiótica que estudia la relación de los signos con sus usuarios (Salguero, 2001 p. 12).

Con lo anteriormente expuesto, es necesario establecer la relación de la teoría del signo y el diseño gráfico y por lo tanto delimitar el estudio del signo. Peirce manifiesta sobre la teoría del signo, como un “proceso de significación con una estructura triádica fundamental, conformada por un objeto, un signo y un “interpretante” o concepto en la mente del intérprete”. (Citado en Rodríguez, 2003). A continuación en la presente figura, se puede advertir la estructura triádica fundamental al que hace referencia Peirce.



*Figura 1. Representación de la triada- Charles Peirce*

*Fuente: Elaboración Propia, 2019.*

Si se pone en práctica esta postura con el presente proyecto a manera de comprender el proceso de la significación, se puede concluir que: el objeto sería la institución como tal (SEDES PANDO), el signo, aquello que lo representa (logotipo actual, colores corporativos, tipografía, etc), finalmente el interpretante, lo que se puede construir conceptualmente a partir del signo; o dicho de otra manera, la percepción del personal de SEDES respecto a su identidad visual.

Habiendo descrito aspectos fundamentales sobre esta teoría, habrá que delimitar este campo de estudio para fines particulares del presente trabajo, por lo cual es importante considerar la postura de (Haidar, citado en Karam, s. f.):

Ha hecho un resumen interesante sobre los problemas y objetos de esta semiótica más amplia que integra a la icónica. Para esta autora, en la delimitación de la semiótica visual hay que considerar los siguientes problemas: definir qué es lo visual y cómo trabaja esta dimensión las semióticas (por ejemplo, las formas, los colores, las perspectivas, los volúmenes); establecer las relaciones entre lo visual y lo verbal, que han cumplido diferentes funciones y han sido distintas en diversas culturas y épocas históricas; estudiar y analizar las diferencias entre lo visual estático y lo visual cinético; y finalmente analizar los problemas relacionados con el iconismo y los diferentes grados de iconicidad de la imagen (p.3).

Por otro lado (Haidar, citado en Karam, s. f.) destaca que la clasificación de la semiótica visual presenta tres grandes áreas:

- a) La semiótica de la imagen estática (imágenes icónicas, indiciales, simbólicas, estéticas)
- b) La semiótica de la imagen dinámica (v.g. lenguaje de los sordomudos, mímica, teatro, tv., etc.)
- c) Una semiótica visual que se puede relacionar con el espacio (arquitectura, escultura) o bien otras manifestaciones existe ya de hecho una "semiótica de la moda", una "semiótica de la arquitectura", que se vincula con la "visual".

Por lo tanto, se puede concluir que el grado razonable del análisis semiótico, no es un acto de lectura o mera justificación de una interpretación; se trata de un acto de exploración de las raíces, condiciones y mecanismos de la significación, sus relaciones que producen los efectos y la medida en la que están diciendo lo que dicen. En ese sentido, atribuyendo al párrafo anterior, será la semiótica de la imagen estática la que permitirá converger tanto en el análisis del contenido como en el desarrollo de la propuesta.

Bajo esa premisa, Peirce, sugiere que cualquier cosa interpretable es un signo y el hecho de que los hombres usen signos para comunicarse es lo que los hace humanos “La palabra o signo que el hombre usa es el hombre mismo” (Citado en Salguero, 2001, P. 4). Por ello, distingue entre numerosos tipos de signos diferentes, aunque la distinción más extendida es la que realiza según la relación de representación de los signos:

- a) Icono. Un icono es aquel signo que se refiere a un objeto en virtud de sus caracteres propios, de modo que se establece una relación de semejanza al poseer el signo algunos de dichos caracteres (v. gr.: fotografías, planos, diagramas).
- b) Índice. Un índice (o indicio) es un signo que trae a la “mente” del interpretante la imagen de lo significado mediante una relación de efecto a causa en el sentido de que tomamos algo como signo de otra cosa porque consideramos que ha sido causalmente afectado por ella (v. gr.: humo y fuego, huella y animal).
- c) Símbolo. Un símbolo es un signo que no mantiene ninguna relación con el objeto que representa excepto porque convencionalmente se le ha asignado dicho significado (v. gr.: la luz roja de los semáforos, las palabras de una lengua).

**Tabla 1** *Categorías de Signos*

<b>Categorías Ontológicas</b> <b>Categorías Fenomenológicas</b> <b>Formales</b>	<b>I</b> <b>Posibilidad Percepción,</b> <b>"algo", ¿Qué?</b> <b>Categoría primera</b> <b>Representamen</b>	<b>II</b> <b>Actualidad Hechos,</b> <b>"este", ¿Cómo?</b> <b>Categoría Segunda:</b> <b>El objeto</b>	<b>III</b> <b>Ley Pensamiento,</b> <b>Significado, ¿Por</b> <b>qué?</b> <b>Categoría Tercera:</b> <b>De La Ley</b>
<b>Categoría Primaria:</b> <b>Representamen</b> <b>Cualidad o</b> <b>posibilidad</b>	Cualisigno Un Representamen formado por sus cualidades formales. Pura cualidad. Ejem. Color verde, una mancha de color en un cuaderno abstracto. Lo verde (verdoso) más que el color mismo.	Sinsigno Un Representamen formado por una realidad física existente. Distinción. Ejem. Una señal de tránsito en una calle específica. El retrato de la Mona lisa, la filmación en director de TV, un rotulo de carreteras.	Legisigno Un Representamen formado por la ley regularidad Ejem. El sonido del silbato del árbitro en un partido de futbol; una conversación iconográfica, el modelo de la cruz.

<b>Categoría Segunda: El objetivo o Existencia</b>	<b>Icono</b> El signo se relaciona con su objeto por tener alguna semejanza con este. Similaridad. Ejem. Fotografía, un retrato, un diagrama, una formal	<b>Índice</b> El signo se relaciona con su objeto una convención contigüidad. Ejem Una flecha indicadora, una mancha de aceite.	<b>Símbolo</b> El signo se relaciona con su objeto en términos de casualidad. Aserción Ejem. Valeta del tiempo, síntoma médico.
	<b>Rema</b> El signo se representa para el interpretante como una posibilidad. Terminio. Ejem. Un concepto; cualquier signo visual como término de un posible enunciado.	<b>Decisigno</b> El signo se representa para el interpretante como un hecho proposición concreta. Relación al interior de la proposición. Ejem. Un enunciado descriptivo; dos signos visuales unidos de manera que se puede deducir una relación	<b>Argumento</b> El signo se representa para el interpretante como una razón. Como principio articulador y descriptivo del conjunto argumentativo, relación con la ley.
<b>Categoría Tercera: De La Ley o posibilidad</b>			

Fuente: Karam, 2014.

## La Marca

La marca es objetivamente, un signo sensible, al mismo tiempo signo verbal y signo visual; son la materia sensible de la marca. En una primera aproximación, una marca es, pues, una moneda de dos caras o un doble signo Costa (2004). Por lo tanto, se evidencia que la marca es un signo que tiene una representación importante en el contexto que se desarrolle.

Es signo verbal porque las marcas deben circular con la gente y entre ella, lo que no se nombra, no existe. La marca es ella misma un valor de cambio, de intercambio, por eso la marca es, ante todo y en su génesis, un signo lingüístico y deber ser necesariamente así para que todos puedan designarla, verbalizarla, escribirla e interiorizarla.

Se describe el signo lingüístico, como signo visual que compone el logo, el símbolo, el color porque la marca necesita estabilizarse, fijarse en el espacio visible y no solo audible, siendo que necesita ser mostrada constantemente sobre soportes diversos. La

memoria visual es más fuerte que la memoria auditiva. Por eso el nombre necesita ser visto (Costa, 2004, pp.19-20).

Si la marca es ante todo un signo, debemos recordar que la función de los signos es significar. Esta derivación del signo al significado nos lleva de lo puramente sensorial (nombre, grafismo) a lo mental. Este paso implica la semiótica en la mente de los individuos llamada “semiosis”, proceso mencionado por Charles Sanders Peirce.

Por otro lado, la marca se desdobra generalmente en otra clase de signo, no de carácter lingüístico, sino icónico, es el símbolo de la marca o la marca símbolo. Como tal este es símbolo de sustitución, que sustituye el nombre e incluso el logo.

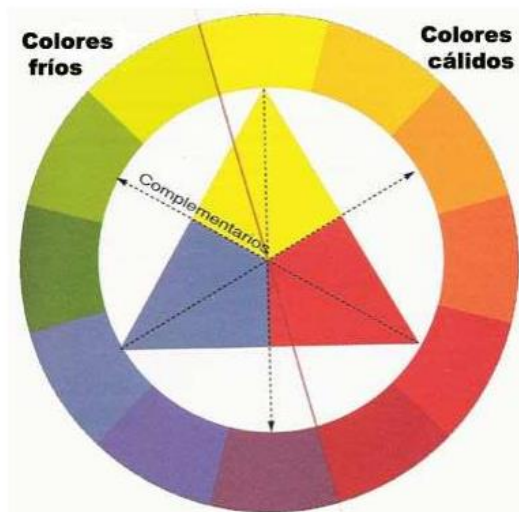
## **La teoría del color**

Es necesario comprender que la teoría de los colores, en particular en su desarrollo se ha retardado incalculablemente al haber sido con frecuencia relacionada con la óptica, una ciencia que no puede prescindir de las matemáticas; a pesar de que la teoría del color, en estricto rigor, puede ser abordada absolutamente independiente de la óptica (Goethe, citado en Calvo, s./f.). Por lo tanto se aborda el tema correspondiente para enriquecimiento del presente proyecto de grado.

El color es uno de los medios más subjetivos con el que cuenta el diseñador. Dado que la percepción del color es la parte más simple, más emotiva del proceso visual, tiene una gran fuerza y puede emplearse para expresar y reforzar la información visual. Los colores también dan sensación de movimiento, que pueden expresar emociones y hacer sentir bien al espectador.

El estudio de la influencia psicológica de los colores, es hoy en día una ciencia que se aplica a muy diferentes campos debido a la importancia que puede tener en los ambientes. También hay que tener en cuenta, que el color puede cambiar su significado dependiendo del país, cultura o contexto.

Respecto a la importancia de los colores en la aplicación en la presente propuesta de identidad visual, se considera muy importante comprender la reacción humana a los colores; y su investigación fue la piedra angular de la actual psicología del color que desarrolló un triángulo con tres colores primarios rojo, amarillo y azul. Tuvo en cuenta que este triángulo como un diagrama de la mente humana y relacionó a cada color con ciertas emociones (Goethe, citado en Calvo, s./f.). Por lo tanto se manifiesta los colores como elementos que desarrollan diferentes actitudes y emociones en las personas.



*Figura 2 Círculo Cromático*

*Fuente: Psicología del Color, s./f.*

Considerando el aporte de Goethe, en la utilización de los colores de la actual marca que maneja el Servicio Departamental de Salud Pando, se visualizó dos colores que aplican desde la gestión 2005 hasta 2019, el verde y el blanco que son colores seleccionados de acuerdo al contexto institucional y espacial en la que se encuentra SEDES Pando.

Sin embargo, el verde es único que color que formaría parte del círculo cromático, considerado un color frío. Evidenciando la inexistencia de una teoría adecuada en la aplicación de las anteriores marcas utilizadas del Servicio Departamental de Salud Pando.

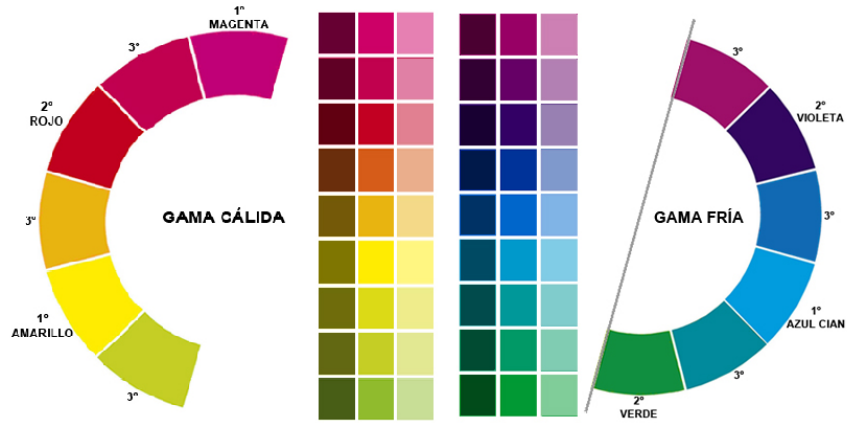


Figura 3 Gama de colores Cálidos y Fríos.

Fuente: Psicología del Color, s./f.

Por otro lado, la composición de los colores utilizados en la marca actual de la institución, se debe a la interpretación personal de las personas responsables de darle su significado, siendo que el color verde representa la amazonia pandina; lugar espacial de la institución, y el blanco que representa al sector de la salud.

Relaciones de armonía y contraste

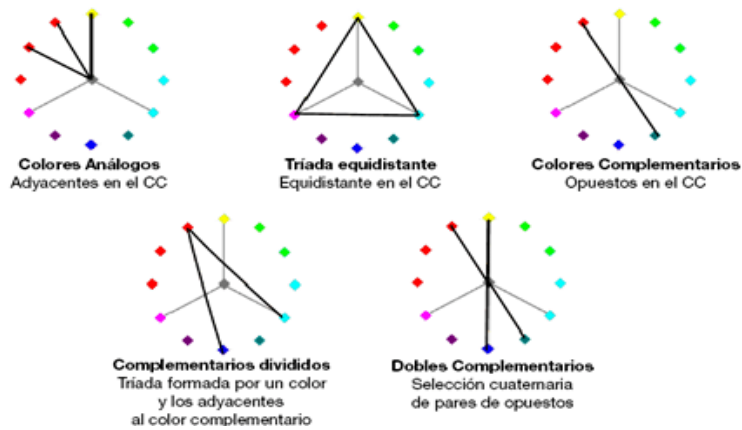


Figura 4 Relaciones de armonía y contraste

Fuente: Psicología del Color, s./f.

Asimismo, considerando la descripción de armonización y contraste por parte del autor, en la identidad visual que actualmente utiliza el SEDES Pando, no cumpliría con la teoría menciona, siendo que el color blanco es una combinación de los colores y es considerado un color neutro, por otro lado el verde es un color considerado frio en el círculo cromático; que su significado es la representación de la naturaleza y la humanidad.

Con respecto a los manuales, se debe tomar en cuenta que los manuales de identidad o manuales de marca según Uzkiaga se debe tener en cuenta los siguientes componentes a especificar: “Significado de Logotipo, Composición de Logotipo, Colores Corporativos, Tipografías, Tamaños mínimos de Reproducción y especificaciones para Tamaños Especiales, Papelería Corporativa, Uso de la Imagen en diferentes Aplicaciones” (citado en Pachón y Ramírez, 2015, p.32). Por lo tanto, esto adquiere una importancia vital en el momento de construir una manual de identidad visual.

Seguir los parámetros de composición en un manual de identidad visual o corporativa, es importante, porque permite la utilización adecuada de su marca o identidad en el desarrollo de diferentes productos o contenidos que una organización, empresa, institución, etc. desee aplicar.

Con respecto a la identidad corporativa e identidad visual de una institución, organización, empresa, etc. se menciona diferentes estudios realizados por autores y trabajos de grado con respecto al tema abordado en el presente proyecto de grado, con el fin de aportar en el enriquecimiento de conocimiento al tema planteado.

Por otro lado, el proceso de planificación de la imagen corporativa y la comunicación, analiza cómo la planificación de la imagen corporativa adquiere una relevancia fundamental en el proceso de dirección estratégica en la empresa, Jiménez y Rodríguez (2007) analizan el proceso desarrollado por las empresas para la creación y consolidación de una imagen de marca corporativa fuerte y positiva en la mente de los consumidores la marca corporativa, se constituye

como activo intangible de primer orden, considerando que el paso inicial para la construcción de una imagen es la creación de una identidad.

Se considera que los elementos estratégicos y el grado de poder económico son agentes que cambian constantemente, esto provoca una transformación del entorno económico y competitivo de las empresas. Por otro lado, establecer una posición estable en el mercado es un objetivo primordial, es importante crear un interés de permanencia en la mente de los agentes que interactúa con la empresa o institución para fomentar la imagen de la misma.

Sin embargo, en la creación y construcción de la imagen corporativa, la comunicación que desarrolle la empresa será fundamental para su crecimiento. Por lo tanto, es por medio de una efectiva comunicación corporativa que la empresa logrará desarrollar y mantener relaciones cordiales de entendimiento y compromiso con los diversos grupos claves con el cual se relacione.

En relación a la identidad corporativa, Pintado y Sánchez (2009) comprenden el concepto de la identidad corporativa, así como las diferencias entre identidad e imagen, además de los factores ligados a ambas nociones. Por otra parte, se analiza los elementos que habitualmente se puede manifestar la imagen corporativa: edificios o entornos, productos y su presentación, logotipos y colores corporativos, personalidades, iconos corporativos y la comunicación. Por lo tanto, se reflexiona sobre las situaciones que suelen implicar modificaciones en la imagen corporativa como: la globalización, un entorno cambiante, las privatizaciones, etc.

Entonces, la representatividad del contexto interno de una institución tiene un rol importante en el crecimiento y desarrollo de la empresa, institución o lugar en el cual se desarrolle la identidad corporativa; ya que el fortalecimiento de esta área podrá definir los elementos y condiciones para realizar trabajos de manera eficiente y responsable.

Por otro lado, la gestión profesional de la imagen corporativa se desarrolla con Briançon (2007) que resalta que la misma debe ser trabajada desde un nuevo ámbito de la comunicación: el del paradigma del siglo XXI que se desprende de una comprensión nueva de la gestión empresarial: importa más lo que se hace que lo que se dice. En este sentido quien lo diga entiende que los activos intangibles son más valiosos que los tangibles, por ello este nuevo profesional de la comunicación es un director, un Dircom, que tiene a su cargo el recurso más valioso de la organización: su imagen, unida a su cultura e identidad corporativa.

Por lo tanto, la necesidad de profesionales que adopten una visión futurista sobre la percepción de la identidad corporativa de una empresa o institución es esencial para la aplicación y elaboración de estrategias y planificaciones comunicacionales, que conlleven a un efectivo trabajo de posicionamiento de la marca.

Además, se desarrolla la construcción de la imagen institucional de la Universidad Mayor de San Andrés, lo cual Daza (2010) brinda y señala las herramientas necesarias para el uso adecuado de la imagen institucional, presenta las directrices para la presentación de los mensajes institucionales en cada una de las áreas de la respectiva institución. En este sentido es un trabajo que permitió conocer las directrices de investigación de trabajo de grado y en la construcción de la imagen institucional de la universidad.

Por lo tanto, el manual no se reduce solamente a la implementación de elementos gráficos (nombre, logotipo), este representa el conjunto de valores que permiten que la Universidad se proyecte ante una sociedad cambiante, con una imagen sólida y reconocida de manera interna y externa.

### **3.3. Marco Conceptual**

**3.3.1. Identidad Corporativa.** - La identidad corporativa es “la unión de los diferentes elementos que una empresa, una marca o una compañía utiliza para distinguirse del resto” (León, 2015, p.10). Por tanto, estos elementos se podrían destacar el logotipo o el merchandising,

pasando por elementos más complejos, como la forma de actuar, de negociar o de responder a ciertos eventos

Este conjunto de elementos hace lo que es la identidad corporativa y dicha identidad, además, es compartida por todos los miembros que trabajan en la empresa y, además, sirve para identificarla del resto de empresas del mercado.

**3.3.2. Manual Corporativo.-** El manual corporativo “es una guía que permite unificar criterios y normalizar el manejo de la imagen gráfica y corporativa de la misma” (Bilnea, 2014, p.15). Por lo tanto, es una guía sencilla que orienta a los miembros de la empresa, colaboradores y proveedores en la forma de hacer un buen uso de los lemas y signos institucionales.

El seguimiento de dichas normas o directrices de este manual suele ser de carácter obligatorio y solo podrán hacer uso de él quienes estén autorizados, ya que dicha coherencia en la imagen visual ayuda al reconocimiento y el posicionamiento de la empresa en el mercado.

**3.3.3. Diseño Gráfico.-** Se entiende por diseño gráfico a la “práctica de desarrollo y ejecución de mensajes visuales que contemplan aspectos informativos, estilísticos, de identidad, de persuasión, tecnológicos, productivos y de innovación” (Bembibre, 2008, p.8). Por lo tanto es importante comprender el concepto de diseño gráfico en el desarrollo del presente trabajo de grado.

**3.3.4. Tipografía.-** Etimológicamente la tipografía (del griego τύπος *típos*, golpe o huella, y γράφω *gráfo*, escribir) es el arte y técnica del manejo y selección de tipos, originalmente de plomo, para crear trabajos de impresión.

Por otro lado, la tipografía definida por Díaz (2011) no solo enfoca en los símbolos, letras o símbolos, si no enmarca un contexto amplio que desarrolla los diferentes textos existentes:

Trata el tema de las letras, símbolos, números que están en un texto impreso que puede ser físico o electromagnético, la tipografía estudia el tamaño, la forma, el diseño y como se relacionan unos tipos con los otros, como se relacionan visualmente entre ellos, como influye la tipografía en la sociedad, etc (p.20).

**3.3.5. Filosofía Corporativa.-** La determinación de una filosofía es importante, es necesario conocer lo mencionado por Corvo (2018):

La filosofía empresarial es el conjunto de principios que rigen el trabajo en la empresa, la declaración de misión enuncia por qué trabaja la empresa y el código de ética habla sobre los valores de la empresa al hacer el trabajo (p.10).

En este sentido adquiere una importancia vital en las organizaciones, empresas, instituciones, etc. Por otro lado, la filosofía corporativa es un elemento de gran importancia para las organizaciones en general, ya que define los objetivos a cumplir y sus principios, lo que a su vez permite su evolución y competitividad.

**3.3.6. La Marca.** – Una marca es el sello que distingue a una empresa de otra, es la que identifica cual es el servicio que se ofrece o el producto que se vende, para el consumidor esta es la que fija sus preferencias a la hora de comprar bienes de consumo en general.

El valor de la marca, ésta por si sola ya tiene identidad propia “transmite un mensaje, le da la bienvenida al consumidor, le da un abre boca de lo que ella representa, proporciona estatus, sugiere calidad, prestigio, moda, etc” (Neira, 2017, p.8). Por lo tanto, la imagen de una buena marca vale más que mil palabras.

**3.3.7. Cultura Corporativa.** - La Cultura Corporativa es el conjunto de valores, costumbres, hábitos y creencias compartidas de una empresa. En la realidad, no se va a limitar a lo positivo, algunos de los componentes pueden ser negativos.

Toda empresa tiene su propia cultura y es el recurso humano el que genera la cultura de una organización, líderes y colaboradores “una cultura debe propiciar que los miembros de la

organización vivan sus valores y proveer de un clima propicio para la acción en la dirección marcada por la estrategia” (Anónimo, 2007, p.13). En este sentido se puede desarrollar espacios de estabilidad laboral en diferentes contextos de trabajos.

**3.3.8. Identidad Visual.-** Es importante entender que la “identidad visual supone la representación visual de una organización, incluyendo su logo, diseño, tipografía y colores” (Nuño, 2017, p.16). En este sentido, esta identidad visual refleja los valores y filosofía de la marca en cuestión. A través de la identidad visual los clientes y personal interno identifican rápidamente los valores de una compañía o institución.

**3.3.9. Imagotipo.-** Con respecto al imagotipo “es una de las forma de representación gráfica de una marca. En este, el icono y el nombre de la marca forman una unidad visual, es decir, ambas conforman un conjunto visual” («Significado de Imagotipo», s./f., p.6). Por otro lado en el imagotipo, se combinan el icono y el texto en una única composición. En esta composición, ambos elementos constituyen un todo debidamente armonizado e interdependiente, sin estar fusionados

**3.3.10. Logotipo.-** El logotipo es un diseño gráfico que representa la imagen corporativa e identidad visual de una marca “el logotipo, o también llamado simplemente logo, es definido estrictamente en el área del marketing como el diseño tipográfico, o sea, el diseño del nombre de la marca en sí” («Significado de Logotipo», s./f., p.9). En este sentido, el logotipo en este sentido tiene dimensiones, colores, formas y disposiciones específicas y reguladas del nombre de una empresa o institución

**3.3.11. Isologo.-** La interpretación de un Isologo es un “elemento de comunicación visual para representar marcas, empresas, instituciones, productos o servicios, el cual se caracteriza por entrelazar de manera indivisible el logo (texto) y un símbolo gráfico” («Significado de Isologo», s./f., p. 8). Por tanto, este adquiere un significado importante para la interpretación de los tipos de logos que existen.

**3.3.12. Isotipo.-** Un isotipo es un “símbolo pictográfico, un ícono o, en general, una imagen que acompaña a los logotipos, pero que es diferente de éstos, pues no incluye caracteres, números o voces, sino que es algo puramente visual” (Harada, s./f., p.3). Además, el valor de este tipo de propuesta fue rápidamente capitalizado por el mundo de la publicidad en beneficio de la colocación de marcas en el mercado.

## **CAPÍTULO IV**

### **DIAGNÓSTICO**

#### **4.1. Resultados del diagnóstico**

##### **4.1.1. Antecedentes**

El Servicio Departamental de Salud (SEDES PANDO), se establece en el departamento por medio del decreto supremo N°25233 de 27 de noviembre de 1998. El SEDES desarrolla sus actividades en el marco del ordenamiento legal que rige el Sistema Nacional de Salud, así como en el marco de la Leyes 1178 de Administración y Control Gubernamentales, 1654 de Descentralización Administrativa, 1551 de Participación Popular, y sus respectivos reglamentos, Ley Orgánica de Municipalidades, y las normas de organización del Poder Ejecutivo.

Siendo que los Servicios Departamentales mediante el presente Decreto Supremo tiene por objeto establecer el modelo básico de organización, atribuciones y funcionamiento de los Servicios Departamentales de Salud, dentro de las previsiones del Decreto Supremo N° 25060 y las disposiciones vigentes en materia de salud.

Los registros documentales de la creación de SEDES PANDO en el departamento son inexistentes, aspecto que dificulta la sustentación de antecedentes. Sin embargo, las declaraciones de Ademar Vidaurre responsable del programa de malaria del Servicio Departamental de Salud Pando; funcionario de la institución que inició su trabajo siendo parte del programa de malaria y que hasta el momento permanece, ayudaron a describir los inicios del SEDES en el Departamento.

Con alrededor de 40 años en el servicio cuenta que el Servicio Departamental de Salud Pando era antes conocido por Unidad Sanitaria porque antes no era Sedes Pando se llamaba Unidad Sanitaria, ese su nombre original todo el mundo lo conocía por unidad sanitaria no era conocido por Sedes Pando como ahora (Ademar Vidaurre, comunicación personal, 04 de septiembre.2019).

Además, Vidaurre menciona conocí a varios directores de Sedes Pando y de la Unidad Sanitaria en ese año como Juan José Salinas él trabajó años como director de la Unidad Sanitaria en ese tiempo y así fue notorio el cambio de la llamada unidad sanitaria a Servicio Departamental de Salud Pando (Comunicación personal, 04 de septiembre. 2019).

Originalmente la institución tenía por nombre Unidad Sanitaria, esto perduró hasta los años 90, luego de la proclamación del decreto supremo N° 25233 surge el cambio a Servicio Departamental de Salud, la localización inicial de la institución fue donde actualmente es el hospital de tercer nivel de Cobija, donde antiguamente funcionaba el hospital viejo.

En una parte del hospital viejo, ahí era la oficina de malaria primeramente, cuando ingresamos en 1979 la oficina y estaba al frente COSSMIL bien me acuerdo y la oficina de malaria era en ese lugar del hospital viejo de Cobija en ese entonces (Ademar Vidaurre, comunicación personal, 4 de septiembre. 2019). La Unidad Sanitaria inició en la parte posterior del hospital antiguo de la ciudad donde actualmente es el Honorable Consejo Municipal.

Cuando iniciamos nosotros era ahí donde es la construcción del hospital del tercer nivel era ahí atrasito (...) y en la parte de al frente era el hospital viejo donde actualmente es el consejo era el hospital viejo que me acuerdo cuando era muchachito (...), pero cuando ya entre a trabajar ya había otro hospital donde actualmente es la entrada del hospital de tercer nivel ahí era el hospital que conocí, en la parte de atrás de ese hospital estaban las oficinas de Unidad Sanitaria (Ademar Vidaurre, comunicación personal, 4 de septiembre. 2019). A pesar de la ubicación de las oficinas, la unidad funcionaba normalmente pero solo podía cubrir la zona urbana de la ciudad reducida.

En aquel entonces éramos poquísima gente no era la cantidad que somos ahora el lugar era reducido, por eso que en la parte de atrás solo había un edificio y construyeron uno que era a lado, que fue una ampliación de dos pisos que funciono en ese tiempo (Ademar Vidaurre, comunicación personal, 4 de septiembre. 2019).

Posterior a estos acontecimientos, surgió el cambio a Servicio Departamental de Salud Decreto Supremo, N° 25233 Artículo 2° (Naturaleza Institucional). Menciona que los Servicios Departamentales de Salud, cuya sigla será SEDES, son órganos desconcentrados de las Prefecturas de Departamento.

Tienen estructura propia e independencia de gestión administrativa, competencia de ámbito departamental y dependen linealmente del Prefecto y funcionalmente del Director de Desarrollo Social de la respectiva Prefectura de Departamento.

#### **4.1.2. Descripción socio cultural**

SEDES Pando es una institución rectora en el departamento, siendo una institución desconcentrada del Gobierno Autónomo Departamental de Pando, tiene estructura propia e independencia de gestión administrativa, competencia de ámbito departamental y depende linealmente del Gobernador y funcionalmente de la Dirección de Desarrollo Humano del Gobierno Autónomo Departamental de Pando y técnicamente depende del Ministerio de Salud.

El Servicio Departamental de Salud Pando tiene la finalidad y propósito delineados en el Plan Estratégico Institucional 2016-2020 se convierten en los objetivos institucionales del SEDES Pando, como ente rector del sector salud del departamento, tiene la atribución de implementar la política de salud y las normas nacionales.

Regular el funcionamiento de todos los sectores, ámbitos y prácticas relacionados con la salud y es entonces parcialmente responsable del desempeño de todo el sector: la capacidad

institucional a dirigir y conducir el sector salud adecuadamente es entonces una condición fundamental para el logro de los objetivos y metas institucionales para el año 2020.

Las atribuciones establecidas en el Plan Estratégico Institucional 2016 - 2020 son:

- Ejercer como autoridad de salud en el ámbito departamental.
- Establecer, controlar y evaluar permanentemente la situación de salud en el departamento.
- Promover la demanda de salud y planificar, coordinar, supervisar y evaluar su oferta.
- Velar por la calidad de los servicios de salud a cargo de prestados públicos y privados.
- Promover la participación del sector público y de la sociedad, en la formulación y ejecución de planes, programas y proyectos de salud.
- Efectuar en forma desconcentrada el registro y control sanitario de alimentos, respetando la competencia de los gobiernos municipales.
- Coordinar con las instancias, responsables, la realización de acciones de promoción de la salud y prevención de enfermedades.
- Realizar gestiones ante las instancias responsables, que le permitan tener operatividad en programas y proyectos de apoyo a la prevención, rehabilitación y reinserción social de farmacodependientes y alcohólicos-dependientes.

El objetivo y producto más importante del SEDES. Es el de implementar y consolidar las políticas y estrategias nacionales y departamentales de salud. A través de programas y proyectos, promoviendo la participación y el control social para el ejercicio del derecho a la salud integral de la población del departamento de Pando. Todo ello en el marco de sus dos clientes que son la población y los establecimientos de salud.

El Servicio Departamental de Salud Pando. Tiene diferentes grados de relación con todos los integrantes del sector: el subsector público, subsector de seguridad social de corto plazo, subsector privado con y sin fines de lucro y subsector de la medicina tradicional. Asimismo verifica y promueve una gestión compartida en salud con la estructura social en todos los niveles de gestión.

La relación que se establece con los integrantes del sector es de coordinación y trabajo conjunto; con la finalidad de que la institución adquiriera un compromiso con las demandas sociales, respondiendo a las necesidades y requerimientos en salud de la población en general.

Por otro lado, las relaciones interinstitucionales se ven debilitadas por la segmentación y fragmentación del sistema de salud, la insuficiente capacidad de rectoría del SEDES Pando resultan en que las políticas de salud, lineamientos estratégicos, normas y procedimientos y leyes no son aplicadas por parte de los municipios y sectores de acuerdo a sus competencias (Plan Estratégico Institucional, 2017, pp. 59-60).

Ciertamente, las relaciones interinstitucionales se debilitan por problemas que internamente interfieren, sin que la institución pueda defender su posicionamiento en el sector salud a nivel departamental. Sin embargo, el Servicio Departamental de Salud Pando está establecida como institución rectora en salud, que ciertamente la define y compromete en desarrollar sus trabajos en coordinaciones con los sectores correspondientes para alcanzar lineamientos y objetivos establecidos en el Plan Estratégico Institucional 2016-2020.

#### **4.1.2.1. Identidad corporativa**

Por consiguiente, la identidad corporativa del SEDES está establecida parcialmente en el Plan Estratégico Institucional 2017-2020 que comprende de la visión, misión, principios y valores institucionales, la identificación de la institución y organigrama institucional, no obstante, existe una inexistencia documentada de algunos elementos que componen la identidad corporativa de una institución.

Por tanto, se identificó la inexistencia de un documento oficial que detalle los componentes y elementos completos de la identidad corporativa de la institución. Así mismo, el Servicio Departamental de Salud Pando, comprende de los siguientes elementos en su identidad corporativa identificado en el Plan Estratégico Institucional 2016-2020.

**Tabla 2***Visión y Misión*

<b>Visión</b>	<b>Misión</b>
<p>El SEDES Pando rector a nivel departamental, cumpliendo y haciendo cumplir las políticas y normativas nacionales y departamentales vigentes, contribuyendo al fortalecimiento del sistema de salud coadyuvando al desarrollo del departamento de Pando.</p>	<p>Somos una institución pública con máxima autoridad en salud a nivel departamental, ejerciendo gestión en salud intersectorial a través de la articulación de políticas y normativas, promoviendo el fortalecimiento y acceso a los servicios de salud en beneficio de la población del departamento de Pando.</p>

Fuente: Plan Estratégico Institucional, 2017.

Asimismo, el Servicio Departamental de Salud Pando, denota en su plan estratégico institucional los valores y principios institucionales del SEDES:

- **Compromiso:** El personal del SEDES está comprometido para cumplir sus obligaciones con lo propuesto, es decir que vive, planifica y cumple de forma acertada su trabajo.
- **Responsabilidad:** Es el valor y conciencia de las personas que cumplen con ética sobre la base de lo moral en el SEDES Pando.
- **Honestidad y respeto:** Implica la relación entre el personal del SEDES como sujeto y los demás y se lo entiende como el simple respeto a la verdad en relación con el mundo exterior.
- **Equidad e igualdad:** Comportamiento imparcial y justo para eliminar las diferencias, tanto dentro del ambiente interno como externo sin restricción de sexo y persona.
- **Ética:** Asegurar una conducta moral, que no solamente concierne la prestación de atención en los servicios, pero también la formulación de las políticas y normas.
- **Empatía:** Es la definición de comprender los sentimientos y emociones, intentando experimentar de forma objetiva y racional lo que siente otro individuo.

- **Servicio:** Es un conjunto de acciones, las cuales son realizadas para servir a alguien, algo o alguna causa, en este caso el SEDES cumple el servicio de una salud con calidad y calidez con la población de Pando.
- **Solidaridad:** Identificación de intereses comunes y promoción de responsabilidades que tiendan a optimizar los recursos para alcanzar el ideal de vivir bien.
- **Excelencia:** Búsqueda de la más alta calidad en el desempeño de la tarea administrativa, técnica y de investigación para el beneficio de todas las bolivianas y bolivianos.
- **Interculturalidad:** Reconocimiento de la dignidad y diversidad de los individuos que conforman la amazonia pandina.
- **Transparencia:** Compromiso de una gestión abierta al control social con rendición de cuentas y que contemple mecanismos de prevención y punición de actos de corrupción.
- **Gestión por resultados:** Las acciones del MS deben contribuir a los objetivos y metas planteados en el PSDI 2016-2020 en forma eficaz y eficiente.
- **Lealtad:** Es el sentimiento, de respeto y fidelidad hacia una persona, compromiso, comunidad, organizaciones, principios morales, entre otros.

Se logró observar que en la institución existe una carencia en la identificación de señalización de las unidades y programas del SEDES Pando, esto provoca que las personas que visitan el lugar, requieran preguntar a diferentes personas donde está el lugar que busca, en otros casos acuden a 2 personas que por lo general están presentes en la puerta de la institución. Sin embargo, estos no brindan una atención de calidad a las personas que son visitantes.

Por otro lado, en la aplicación de la observación no participante se observó que son pocas las unidades y programas que utilizan identificadores para saber los puestos que ocupan cada personal de la institución. Además que en una gran mayoría, la utilización de uniformes es obviada por los funcionarios ya que la institución actualmente cuenta con poleras institucionales.

La presencia visual de la visión y misión del Servicio Departamental de Salud Pando es inexistente; al llegar a la institución no se identifica que se trata del SEDES o que servicios

ofrece, en qué ayuda o tal vez en saber cuál es su objetivo, es una dificultad que se presenta en la misma actualmente, elementos que son importantes como parte de su identidad como institución.

También, los colores institucionales que son blanco y verde que utiliza el SEDES actualmente no están representados en la infraestructura y los ambientes de trabajo en el que se ubica. Otro aspecto importante es la identificación de la institución por medio de un banner o identificador en la parte exterior del SEDES, que no tiene una ubicación adecuada por el muro perimetral que rodea la institución y dificulta la visualización del público en general.

El Director Técnico de la institución comenta que los colores del SEDES podrían mejorar y resaltar un poco más la amazonia y la integralidad en el trabajo que se realiza en salud en el departamento de Pando. (Kuniaki Murakami, comunicación personal, 10 de septiembre.2019).

Actualmente, el Servicio Departamental de Salud Pando si bien establecen algunos elementos de la identidad corporativa en su Plan Estratégico Institucional, no son suficientes, aún hay elementos que necesitan ser añadidos para que el personal del SEDES pueda poner en práctica lo que se proponga.

Por consiguiente, un aspecto importante a considerar es la identidad visual del SEDES Pando. Distefano Olbea responsable del programa educación para la vida, considera que un manual de identidad visual es muy importante porque traza un trabajo en base a normas que se deben cumplir para el manejo adecuado de su identidad, es importante la existencia de un documento y que se pueda imprimir y oficializarlo en la institución (Comunicación personal, 03 de septiembre.2019).

Por otro lado, la identidad visual que cuenta el SEDES es un concepto creado a través de necesidades institucionales y de contexto que se ha obtenido a lo largo de las diferentes gestiones de la institución. Alejandro Montoya jefe de la unidad de promoción de la salud y

comunicación social del SEDES Pando menciona que empíricamente tenemos todo, no lo tenemos impreso como debería de estar de acuerdo a un modelo, de acuerdo a un formato, pero que si se trabaja en una nueva identidad sería un gran aporte a la institución (Comunicación personal, 03 de septiembre. 2019).

En el campo de la comunicación esta noción se ha redefinido claramente hacia la idea de Identidad Visual, que es la plasmación o expresión visual de la identidad o personalidad de una organización, pero que no es la Identidad Corporativa de la misma (Capriotti, 2009):

La Identidad Visual se vincula al análisis de todo lo relacionado con sus elementos constitutivos: el símbolo (la figura icónica que representa a la organización); el logotipo y tipografía corporativa (el nombre de la organización escrito con una tipografía particular y de una manera especial); y los colores corporativos (o gama cromática, es decir, aquellos colores que identifican a la organización). También en la aplicación de la Identidad Visual a través del diseño gráfico, audiovisual, industrial, ambiental o arquitectónico (p. 19).

Por otra parte, como el tema abordado es sobre la identidad visual del Servicio Departamental de Salud Pando, la identidad visual actual es una actualización de la marca de la gestión 2013, que fue aprobado por el consejo técnico reducido de la institución encabezado por el actual director técnico Dr. Kuniaki Murakami.

A continuación, se presenta los diferentes isologos utilizados en las gestiones 2005-2019, ha surgido un total de 6 modificaciones al logotipo de la institución si bien existe una identidad visual (logotipo), estos fueron creados y diseñados por diferentes actualizaciones y peticiones personales de los directores que formaron parte del Servicio Departamental de Salud Pando en anteriores gestiones.



Figura 5 Isologo de SEDES 2005

Fuente: Distefano Olbea, 2019.

El creador de este diseño no se logró localizar, por otro lado, este diseño fue el primer a ser utilizado en la institución, como se observa está representada del mapa de Pando y la tipografía que identifica el SEDES y los colores corporativos verde, blanco y azul.



*Figura 6 Isologo de SEDES 2006-2008.*

*Fuente: Distefano Olbea Vargas, 2006.*

La propuesta de este logotipo realizada por el Sr. Distefano Olbea Vargas que actualmente trabaja en SEDES Pando como responsable de programa educación para la vida del Servicio Departamental de Salud Pando.

Se pensó primeramente en el tema salud (...) en todo el departamento, pero más que todo se pensó también en la gestión del Gobierno Departamental; como SEDES siempre ha pertenecido al gobierno departamental. El logo fue una combinación del logo de la prefectura y del SEDES que había, más que todo para realzar que la institución dependía de la prefectura ese era el objetivo en este tiempo que hicimos el logo (Distefano Olbea, comunicación personal, 03 de septiembre. 2019).

En esta gestión se propuso tres marcas y la elección fue el que se usó en la gestión 2006-2008, cuya representación era de la prefectura de Pando y del SEDES; cabe resaltar que la petición era resaltar el trabajo de la prefectura en aquel entonces en apoyo al Servicio Departamental de Salud.

Por otro lado, los colores institucionales de aquel entonces no eran oficiales, los colores institucionales que fueron utilizados eran verde, blanco y azul; como lo menciona Distefano Olbea se tomó en cuenta la región del departamento de Pando, por eso se utilizó el blanco y el verde y el azul por lo que identificaba en aquel entonces al sector salud tanto celeste como azul incluso se ocupaba ese color en el hospital Roberto Galindo, por eso fue que se utilizó el azul (Comunicación personal, 03 de septiembre. 2019).



*Figura 7 Isologo de SEDES 2009-2010*

*Fuente: Distefano Olbea, 2019.*

El logotipo de la gestión 2009-2010, el creador no se logró identificar. Sin embargo, Distefano Olbea participó como apoyo en el desarrollo del mismo. Forme parte de la creación se optó por mantener el mapa de Pando, en aquel entonces el director quería que se pueda añadir algo de la región de Cobija, entonces se pensó en una palmera y yo había identificado el símbolo de la medicina que son unas víboras, pero ahí lo hizo la combinación de la palmera con las víboras, entonces como fue otra persona que lo hizo el diseño, pero yo contribuí en el proceso de construcción, pero sólo duro una gestión ese logo (Comunicación personal, 03 de septiembre. 2019).



*Figura 8 Isologo de SEDES 2010-2012.*

*Fuente: Distefano Olbea, 2019.*

En las gestiones 2010 – 2012 se piensa en la inclusión de la familia en el logotipo, como el Servicio Departamental de Salud Pando tiene como principal público la población en general ya hemos pensado en la familia, porque se pensó en cómo el SEDES aporta y beneficia en sus servicios a la familia, el logo estaba formado por una mamá, papá y sus hijos (varón y mujer).

Y el nombre del Servicio Departamental de Salud en ese entonces se puede ver que dice Pando, queríamos identificar que el servicio departamental era del departamento de Pando y los colores se mantuvieron. Existió reuniones y algunas discusiones sobre el color, porque el color verde oscuro no identificaba mucho al SEDES, entonces estableció un verde claro (Distefano Olbea, comunicación personal, 03 de septiembre.2019).



*Figura 9 Isologo de SEDES 2013-2016.*

*Fuente: Distefano Olbea, 2019.*

En el año 2013 la tecnología permitió que se actualice el logotipo y se hagan pequeñas alteraciones, sin embargo, se crea el slogan de esa gestión “TRABAJAMOS POR TU SALUD Y LA DE TU FAMILIA”, algo particular de este diseño era que en los brazos de la madre había un bebe, mismo año que promocionaron la leche materna. Originalmente el slogan era “trabajamos por tu salud y la de tu familia, porque tu familia está primero” y en un consejo técnico se decidió disminuirlo.

La tecnología nos permitió trabajar una nueva actualización, se utilizó la herramienta Photoshop donde se realizó ajustes al icono de la familia, y con una particularidad diferente en este logo podemos que la mamá sus brazos tiene a un bebe; esto resaltó la promoción que la

institución hizo en aquella gestión que era leche materna, entonces el SEDES promocionaba eso (Distefano Olbea, comunicación personal, 03 de septiembre.2019).



*Figura 10 Isologo de SEDES 2017-2019*

*Fuente: Distefano Olbea, 2019*

Y actualmente el Servicio Departamental de Salud Pando está representado por el actual logotipo, que mantiene a la familia como público principal y el mapa del departamento de Pando que identifica su territorio de trabajo. Distefano Olbea menciona que la última actualización se identificó el color del SEDES que es blanco y verde y la familia se mantiene.

El blanco que representa la cobertura en el mapa del departamento y el color verde que representa a la amazonia y se puede ver las letras más grandes, porque antes en las hojas membretadas o una hoja oficio no se notaba el logo, entonces habíamos pensado que el SEDES se identifique bien, entonces se hizo las letras más grandes, se presentó 3 modelos y este fue el que se eligió (Distefano Olbea, comunicación personal. 03 de septiembre. 2019). Gestión Participativa, Permiten la protección de la vida y la salud de la persona, familia, comunidad.

La pertenencia al actual logotipo es considerable, en la encuesta basada en la escala de Likert, de 30 personas 18 afirman sentirte identificadas en el logotipo actual, sin embargo, 16 de las 30 afirman que estarían de acuerdo en la aplicación de una nueva identidad visual (logotipo) en la institución.

Entonces, se identifica un personal abierto a nuevas propuestas en cuanto a la identidad visual del Servicio Departamental de Salud Pando, esta actitud podría facilitar el conceso en el

consejo amplio que hace partícipe a los funcionarios en la toma de decisiones dentro la institución.

Por otro lado, si bien los isologos anteriormente descritos, fueron creados en diferentes circunstancias y necesidades personales, cabe resaltar que la creación de los mismos no han pasado por un estudio científico investigativo que sustente los diseños realizados por la institución. Sin embargo, estas propuestas aplicadas en el tiempo desarrollado en SEDES, sirve de apoyo creativo e inspiración que permitió conocer la institución.

#### 4.1.3. Análisis FODA

<b>Tabla 3</b>		<i>Análisis FODA</i>	
<b>FORTALEZAS</b>		<b>OPORTUNIDADES</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Personal comprometido con la institución</li> <li>- Predisposición para aportar el crecimiento de la institución</li> <li>- Organización adecuada</li> <li>- Plan departamental de salud que Direcciona el trabajo de la institución</li> <li>- Manual de funciones</li> <li>- Marco competencial</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Cooperación externa de parte UNICEF, naciones unidas, médicos del mundo, UPA, GICA</li> <li>- Lineamiento político</li> <li>- Coordinación amigable con el comité fronterizo para la vigilancia epidemiológica</li> <li>- Convenios con el país Perú</li> <li>- Convenios con los ministerios institucionales</li> <li>- El hospital de tercer nivel</li> </ul>		
<b>DEBILIDADES</b>		<b>AMENAZAS</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>- La infraestructura no es adecuado</li> <li>- Presupuesto reducido por el IDH</li> <li>- Transporte (Insuficiente Vehículos)</li> <li>- Equipamiento inmobiliario insuficiente y antiguo.</li> <li>- La difusión de los servicios de sedes.</li> <li>- Recursos humanos en especialidades en áreas específicas de trabajo.</li> <li>- Logotipo</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Vinculación caminera y geográfica para el atendimento de la población</li> <li>- Factor climático</li> <li>- Recorte presupuestario</li> <li>- Derecho propietario (predios no propios)</li> <li>- Eventos adversos por desastres naturales, patologías tropicales</li> <li>- Frontera por amenazas patológicas</li> </ul>		

Fuente: Elaboración Propia, 2019.

El análisis FODA realizado para el presente proyecto de grado, tiene como finalidad conocer el entorno interno y externo del Servicio Departamental de Salud desde la perspectiva de las autoridades institucionales. Por otro lado, a continuación se detalla los componentes del análisis Fortalezas y Debilidades que refleja la realidad que internamente pasa el SEDES, así mismo, las Oportunidades y Amenazas externas que identifican como institución.

Asimismo, el desarrollo minucioso del análisis da lugar al conocimiento del objeto de estudio siendo que el análisis FODA consiste en realizar una evaluación de los factores fuertes y débiles que, en su conjunto, diagnostican la situación interna de una organización, así como su evaluación externa, es decir, las oportunidades y amenazas (Ponce, 2007). También es una herramienta que puede considerarse sencilla y que permite obtener una perspectiva general de la situación estratégica de una organización determinada.

#### **a) Fortalezas**

El Servicio Departamental de Pando identifica como fortaleza el compromiso personal de los funcionarios con la institución que apoya en el desarrollo de las diferentes actividades que realiza en los diferentes programas y unidades que comprende. Además de la predisposición para aportar en el crecimiento de la institución.

La organización adecuada que forma el personal del Servicio Departamental de Salud Pando para llevar a cabo por ejemplo, socializaciones, campañas de prevención y otras actividades; esta organización hace posible que los objetivos planteados sean alcanzados con el fin de cumplir con la población que es su principal actor.

Así mismo, el Plan Estratégico Institucional de SEDES Pando es considerado como una de sus fortalezas internas, este plan da las directrices para alcanzar los objetivos estratégicos sectoriales que la institución plantea para cada gestión de trabajo, que tiene como características el mejorar la capacidad resolutive con acceso a los servicios de salud, también en realizar la

prevención, promoción de la salud y movilización social, y finalmente hacer rectoría sanitaria en salud.

En conclusión, el manual de funciones del Servicio Departamental de Salud Pando, da las directrices en el ejercicio de los diferentes puestos que ocupan según el organigrama de la institución.

## **b) Debilidades**

Mencionar las debilidades de una institución generalmente resulta ser más fácil y en la identificación de ellas en SEDES, se considera como debilidad la infraestructura que actualmente ocupa, por lo inadecuado y reducido que son los tamaños de las oficinas que ocupan las diferentes unidades y programas que desarrollan su trabajo.

Por otro lado, una debilidad mencionada en el proceso de investigación corrobora lo desarrolla en el Plan Estratégico Institucional (2017):

La falta de infraestructura propia y acorde para el SEDES Pando, no permite desarrollar acciones de cambio al interior de la institución orientados a mejorar el rendimiento, la calidad de atención, la imagen institucional y promover la responsabilidad por la función pública (p. 69).

En este sentido, se puede apreciar la necesidad de una infraestructura propia para el Servicio Departamental de Salud Pando.

El presupuesto reducido, resulta ser una debilidad considerable en SEDES que limita el desarrollo de diferentes trabajos por falta de recursos económicos que si ayudan, pero no es suficiente para alcanzar los objetivos esperados. Cada año la reducción presupuestal es notoria por el recorte en el IDH y de alguna manera se hace lo posible para alcanzar las metas establecidas por la institución.

Por consiguiente, los equipamientos inmobiliarios del Servicio Departamental de Salud Pando, actualmente son insuficientes y antiguos que ya han cumplido con su tiempo de utilización, detalle que dificulta el trabajo de los funcionarios de la institución; y que no permite tener los ambientes de comodidad para los diferentes programas y unidades.

Por otro lado, la dificultad de encontrar con los recursos humanos idóneos en diferentes especialidades es una debilidad en la institución por la falta de especialistas en el departamento, que puedan cubrir las demandas en salud en el hospital y centros de salud en cobija y en las demás provincias del departamento para lograr una atención de mejor calidad y que responda a las necesidades de la población en general.

Asimismo, la identidad visual actual (logotipo) del SEDES Pando resulta ser una debilidad, ya que internamente la institución no cuenta con un manual identidad visual o de identidad corporativa que detalle el manejo adecuado de su imagen interna y externamente; al caminar por la institución se visualiza la inexistencia de la señalética de las oficinas, unidades y programas, misión y visión y otros elementos que compone.

Finalmente, la difusión comunicacional de los servicios y actividades que realiza el Servicio Departamental de Salud Pando es vista como una debilidad, porque se considera que la población generalmente no tiene conocimiento de los servicios que brinda y ofrece el SEDES en el departamento, esto dificulta la interacción de la institución con el público externo.

### **c) Oportunidades**

El Servicio Departamental de Salud Pando cuenta con apoyo externo por parte de UNICEF, Naciones Unidas, Médicos del Mundo, UPA, JICA, como oportunidad para el desarrollo de diferentes programas de la institución, la mayor parte de estas ayudan son con materiales para campañas que se realizan y económicamente aportan para fortalecer las actividades que diseñan para campañas de prevención y concientización en diferentes enfermedades.

Además, el lineamiento político es una oportunidad para adquirir beneficios en salud para la institución en su desarrollo y crecimiento fortaleciendo los diferentes programas y unidades de la misma, con el fin de alcanzar los objetivos que se trazan para cada gestión de trabajo en el Servicio Departamental de Salud Pando y coadyuvar a responder las necesidades de los sectores sociales en el departamento de Pando.

Como por ejemplo, la creación de Programas Nacionales de Salud como Mi salud, Bono, Tele Salud, SUS, que benefician en la atención integral a la salud a toda la población en general del departamento con el apoyo de las autoridades nacionales y departamentales con el apoyo económico externo e interno que permita que los Servicios Departamentales a nivel nacional logren satisfacer las necesidades en salud de las personas.

Por otro lado, la coordinación amigable con el comité fronterizo para la vigilancia epidemiológica con el Servicio Departamental de Salud es una oportunidad de crear lazos que fortalezcan la prevención y concientización en el desarrollo epidémico y la incidencia de las enfermedades infecciosas en la población. Así también, resaltar los convenios con los ministerios institucionales que tiene el Servicio Departamental de Salud Pando.

Finalmente, el nuevo hospital de tercer nivel en Cobija en el momento que dé inicio a sus servicios podrá ser un medio por el cual el SEDES coadyuvará a crear nuevas políticas de atendimento y control para las mismas, con el objetivo de que el nuevo hospital de la ciudad pueda responder a las necesidades de la población en general.

#### **d) Amenazas**

Existen dificultades que puedan afectar en el progreso de las actividades y los trabajos que desarrolle el Servicio Departamental de Salud Pando que limite las metas trazadas, se considera que el recorte presupuestario podría ser un factor problemático en el cumplimiento de sus acciones como institución vinculada a la Salud que supervisa y da seguimiento a los diferentes procedimientos en el departamento de Pando.

Por otro lado, la vinculación caminera y geográfica limita que la atención llegue a la población esto resulta ser un problema por la falta de carreteras asfaltadas, que dificultan el desplazamiento del personal de salud a las diferentes provincias y comunidades del departamento.

También, el desinterés de las autoridades municipales en el tema de salud puede ser una amenaza para la institución, porque SEDES avala y orienta a los gobiernos municipales en la creación de nuevos centros de salud para los diferentes municipios, en caso que el municipio no priorice el tema salud en su gestión puede limitar los trabajos que el Servicio Departamental de Salud consiga coadyuvar para el crecimiento en salud en los municipios.

Vidaurre menciona que SEDES Pando como parte rectora de todos los centros de salud, la parte hospitalaria y de todos los que trabajan, ha sido siempre la que organiza, ve las situaciones de avance en los centros de salud, por ejemplo cuando un alcalde quiere construir un centro de salud o una posta sanitaria el SEDES tiene que dar el AVAL de esa construcción y cómo tiene que ser construido para que tenga validez (Comunicación personal, 4 de septiembre 2019).

Por el contrario, los eventos adversos por desastres naturales y patologías tropicales en el departamento inciden significativamente en el trabajo de la institución, esto hace que los trabajos a realizarse sean arduos y demanda de presupuesto, tomando en cuenta que en las últimas gestiones el recorte presupuestario es notorio. Y que estos eventos que generalmente son inesperados, resultarían ser una problemática en el factor económico del SEDES.

La finalidad del análisis FODA en el presente proyecto de grado, es conocer desde la perspectiva del director técnico y jefes de unidades la situación que atraviesa el SEDES, se evidencia diferentes problemas que de alguna manera afecta a la institución. Sin embargo, como la finalidad del proyecto es proponer una identidad visual, se identifica por parte de las autoridades el logotipo de la institución como una debilidad; punto mencionado que ayuda a fortalecer el desarrollo de la propuesta realizada en el presente proyecto de grado.

#### **4.1.4. Justificación del Diagnóstico**

El presente diagnóstico del Servicio Departamental de Salud Pando es resultado de una previa reunión en coordinación con el director técnico Dr. Kuniaki Murakami Vaca, la misma que se realizó en fecha 22 de agosto de 2019 en las instalaciones del SEDES Pando, que contó con la presencia del director interino en ejercicio Dr. Rene Alvarado y el jefe de unidad de planificación y proyectos de SEDES Dr. Erick Cueto forma parte de la consejo técnico reducido de la institución y como documento base el Plan Estratégico Institucional 2017-2020 de SEDES.

Por otro lado, la necesidad de realizar un diagnóstico de la institución aporta en el enriquecimiento del presente proyecto de grado en información acerca de la situación actual del SEDES Pando, considerando que el tema principal del proyecto es crear una identidad visual que esté basada en la identidad corporativa del Servicio Departamental de Salud Pando.

Así mismo, la identidad visual es trabajada en la identidad de una institución o empresa Paul Capriotti (2009) menciona que:

El estudio de la Identidad Visual se vincula al análisis de todo lo relacionado con sus elementos constitutivos: el símbolo (la figura icónica que representa a la organización); el logotipo y tipografía corporativa (el nombre de la organización escrito con una tipografía particular y de una manera especial); y los colores corporativos (o gama cromática, es decir, aquellos colores que identifican a la organización) (p.19).

#### **4.2. Selección, jerarquización y priorización de necesidades**

En el punto a tratar se enfoca en las necesidades del Servicio Departamental de Salud Pando, en la identidad corporativa e identidad visual para ello se hace una selección de necesidades que se demuestra a continuación en el cuadro. Como parte de la construcción de estas necesidades institucionales, las máximas autoridades en una reunión realizada el día 26 de agosto de 2019, crearon una lista que consideraron que son necesarias en SEDES.

El SEDES Pando es una institución establecida en el departamento de Pando desde el año 1998 que, en revisiones documentales en la instituciones no se ha evidenciado la existencia de un manual de identidad corporativa o identidad visual que describa el trabajo institucional, el clima institucional o el uso adecuado de su logotipo, como se ha visto en el diagnóstico la creación de todos los logos fueron hechos por criterios personales y bajo el contexto en el cual se presentaba en diferentes gestiones a lo largo del SEDES.

**Tabla 4** *Selección, jerarquización y priorización de necesidades*

<b>SELECCIÓN DE NECESIDADES</b>	<b>JERARQUIZACIÓN DE NECESIDADES</b>	<b>PRIORIZACIÓN DE NECESIDADES</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Diseño de valores y principios, visión y misión.</li> <li>- Muestra de organigrama.</li> <li>- Cambio del slogan.</li> <li>- Diseño del logo en las movilidades.</li> <li>- Un letrero que identifique la institución.</li> <li>- Plan anual de comunicación</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Logotipo</li> <li>- Plan anual de comunicación.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Renovar el logotipo de la Institución.</li> <li>- Basado a la política SAFCI articulado al plan estratégico.</li> <li>- Plan estratégico de comunicación.</li> </ul>

Fuente: Elaboración propia, 2019.

En la selección de necesidades identificaron la falta de un letrero institucional que esté adecuadamente ilustrado y que pueda representar a la institución hacia el público externo, desde la llegada del cliente es necesario que este sea visualizado en la entrada del SEDES, asimismo el diseño de los valores y principios, de la visión y misión de la institución, que no están contemplados en la puerta principal del Servicio Departamental de Salud Pando.

Por otro lado, el cambio del slogan se considera importante y que los cambios sean trabajados de acuerdo a las gestiones que se establezcan en la institución, basados en los objetivos propuestos. Como también, se piensa en que las automóbiles del SEDES sean identificadas con el logotipo de la institución.

Y que el organigrama del Servicio Departamental de Salud Pando, sea visible para toda la población en las instalaciones de la institución, a forma que tengan conocimiento de la jerarquización institucional del SEDES y de quienes la componen.

Al momento de realizar la jerarquización de las necesidades, el logotipo y el diseño de un plan anual de comunicación son seleccionados; consideran que un plan anual de comunicación es necesario para que todas las actividades y trabajos sean conocidos al medio exterior, pues existe una debilidad en comunicación para realizar la difusión de las diferentes actividades, el SEDES cuenta solamente con una página en Facebook que informa lo que realiza, pero que no es suficiente.

Asimismo, consideran que es necesario que exista un nuevo logotipo que refleje el trabajo del SEDES en el departamento y que esté basado en la política de salud SAFCI y alineado al plan estratégico institucional.

Si bien el plan estratégico comunicacional para SEDES Pando sería un aporte significativo, la finalidad del trabajo de grado es la elaboración de una propuesta de identidad visual para la institución, se cree que la necesidad del plan estratégico comunicacional podría ser en un futuro una propuesta que pueda trabajar la institución, o por otro lado, la Universidad Amazónica de Pando, con los estudiantes de la Carrera de Comunicación Social.

## **CAPÍTULO V**

### **DISEÑO DEL PROYECTO**

#### **5.1. Denominación y naturaleza del proyecto**

El presente proyecto de grado denominado “PROPUESTA DE UN NUEVO DISEÑO DE LA IDENTIDAD VISUAL DEL SERVICIO DEPARTAMENTAL DE SALUD SEDES PANDO” surge como una idea de un nuevo diseño de la identidad Visual del Servicio Departamental de Salud Pando (SEDES PANDO) que es una institución que trabaja en el área de Salud en el departamento de Pando y también a nivel nacional, los servicios departamentales están establecidos en los 9 departamentos de Bolivia.

En Pando, SEDES cumple con sus funciones de rectoría en las diferentes áreas de salud y fiscaliza la administración de los diferentes servicio de salud del departamento, estos trabajos están dispersos por diferentes unidades y programas dentro de la institución que realizan trabajos específicos, que permite el desarrollo y crecimiento del Servicio Departamental de Salud Pando.

Por otro lado, la propuesta del proyecto de grado nace de la necesidad de presentar un nuevo logotipo de la institución que identifique el trabajo que desarrolla el Servicio Departamental de Salud Pando en el departamento y que el personal administrativo de la institución se sienta identificado con el mismo.

Actualmente, la institución tiene como Director Técnico al Dr. Kuniaki Murakami Vaca, que desarrolla sus funciones en favor al SEDES, como primer acercamiento en la propuesta del

perfil de proyecto se comentó de la idea de aportar a la institución con un manual de identidad visual, esto requeriría en la propuesta del diseño de una nueva identidad visual.

En primer lugar, se presentó la propuesta del proyecto en el perfil, luego se consolidó con la aceptación y afirmación por parte de la autoridad del Servicio Departamental de Salud Pando; confirmación que permite construir a través del trabajo de campo en la recopilación de datos y el diseño de la propuesta.

Finalmente, se consideró que el tema propuesto en el presente proyecto de grado no es abordado en el contexto actual, siendo que hoy por hoy se vive en una era modernizada rodeada de tecnología y las redes de información están al alcance de cualquier persona. Por lo tanto, proponer el diseño nuevo de la identidad visual de SEDES es significativo porque abrirá puertas a la actualización y adaptación al manejo adecuado de su identidad visual.

### 5.1.1. Descripción del proyecto

La identidad visual del Servicio Departamental de Salud Pando a lo largo de sus gestiones ha sufrido diferentes variaciones y modificaciones considerando las peticiones de los directorios establecidos en diferentes gestiones de la institución, la participación del gobierno departamental y del trabajo que realiza SEDES. A continuación se presenta una línea del tiempo de los diferentes logos que SEDES ha utilizado de la gestión 2005 a 2019.



Figura 11 Línea de tiempo Isologos de SEDES PANDO.  
Fuente: Elaboración propia, 2019.

Considerando el aporte de Goethe (citado en Calvo, s./f.), en la aplicación de los colores en la propuesta realizada del presente proyecto de grado, se determina la utilización de un color cálido (rojo), dos fríos (verde y violeta), el blanco y el gris como colores que complementan en su significado en particular por parte de la institución.

Por otro lado, la composición de los colores utilizados en la propuesta de la nueva identidad visual de SEDES Pando, se armoniza y contrasta la composición de los colores basados en la armonía del color mencionado por Goethe (citado en Calvo, s./f.). La armonía cromática se coordina los diferentes valores que el color adquiere en una composición, o en otras palabras cuando en una composición todos los colores poseen una parte común o equilibrada al resto de colores componentes.

Además, la descripción de armonización de la propuesta, es la triada de colores complementarios divididos que se demuestra en la figura anterior, esta triada es compuesta por un color y los adyacentes al color complementario, que en la propuesta del proyecto se identifica los colores: Rojo, Violeta, Verde, Blanco y Gris, sin embargo, el significado de cada color está determinado de acuerdo a los principios, valores e identidad corporativa del SEDES Pando. Validado por el consejo técnico reducido de la institución.

Por otro lado, la teoría de la comunicación visual fue importante en el proceso de la creación la identidad visual de SEDES Pando que es, hoy en día una manifestación, por la cual los seres humanos pueden llegar a obtener mayor información, esto teniendo en cuenta que la visión es un sentido muy importante dentro de la humanidad.

Asimismo la comunicación visual es interpretada por Costa (citado en Panchón y Ramírez) como:

Diseño de Comunicación Visual es una disciplina transversal de información. El, aporta así mismo su lenguaje específico a las demás disciplinas de diseño. Su objeto es hacer el entorno más inteligible y mejor utilizable, contribuir a la calidad de vida de las personas y a la sociedad del conocimiento (2015, p. 10).

En este sentido, la comunicación visual presenta características específicas que permiten la identificación de información necesaria con respecto a la identidad visual del presente proyecto de grado.

El proyecto de grado “Propuesta de un Nuevo Diseño de la Identidad Visual del Servicio Departamental de Salud (SEDES Pando)”, es un proyecto realizado para aportar y coadyuvar comunicacionalmente en la renovación de la identidad visual del Servicio Departamental de Salud Pando, el cual permite que las personas que son parte de la institución conozcan la importancia de tener un documento que reconozca el manejo adecuado de la identidad visual.

Así también, considerar que el uso del manual de identidad visual está contemplado el uso correcto de la marca, tipografía ideal, colores institucionales, descripción de los elementos pictográficos y la aplicación adecuada de la marca propuesta.

### **5.1.2. Justificación del proyecto**

La presente propuesta de una nueva identidad visual para el Servicio Departamental de Salud Pando, es importante porque permitirá que la institución pueda aplicar y desarrollar adecuadamente su identidad en diferentes medios impresos y visuales que pueda utilizar en un futuro. Además, la propuesta realizada refleja el trabajo significativo que desarrolla SEDES Pando y el valor que le dan a la familia como núcleo central de su trabajo como institución.

La propuesta de una nueva identidad visual del Servicio Departamental de Salud, se presentó primeramente como una idea de aportar en la renovación del logotipo del SEDES, luego se conversó con el director técnico de la institución, el mismo que manifestó la insatisfacción del logotipo que actualmente identifica a la institución.

Proporcionada la oportunidad se razona y se trabaja en un perfil de proyecto que propone la elaboración de una nueva identidad visual para el SEDES Pando, por consiguiente, se

desarrolla y presenta la justificación de la propuesta al Director técnico y su consejo técnico reducido que aprueban de manera conjunta la propuesta presentada.

Asimismo, la construcción de la propuesta actual, es un diseño desarrollado con un sustento investigativo, que interpreta los valores institucionales, el público al cual se dirige SEDES y el valor de los colores institucionales que dan lugar a características que identifica el Servicio Departamental de Salud Pando.

Por otro lado, la identidad visual de una empresa, institución u organización es importante, es la personalidad representante de la empresa. Además, el logotipo es parte de la identidad visual, es un símbolo de percepción, un testigo de "expresión" asociado a un conjunto de colores, formas, conceptos, etc. en otras palabras es la "personalidad" de la empresa.

### **5.1.3. Marco Institucional**

Se entiende que en empresas e instituciones existe normas por el cual se establecen propuestas que se desarrollan internamente, para el presente proyecto de grado, se espera que en el marco institucional en el momento de la entrega del manual de identidad visual la institución, además de aplicarlo, pueda crear una resolución institucional que reconozca la nueva identidad visual y el manual.

Alejandro Montoya, jefe de la Unidad de Promoción de la Salud y Comunicación social menciona que en el SEDES “tenemos un consejo técnico reducido que analiza las propuestas primeramente y después ya pasa a un consejo ampliado que luego pasan a resoluciones institucionales administrativa en el Servicio Departamental de Salud Pando”, este consejo técnico reducido es conformado por el director técnico en ejercicio y los jefes de las diferentes unidades de la institución (Comunicación personal, 03 de septiembre.2019).

#### **5.1.4. Finalidad del proyecto**

El presente proyecto tiene por finalidad en aportar en el desarrollo comunicacional en el área de la identidad visual del Servicio Departamental de Salud Pando y que por parte de la institución se considere la implementación de la nueva propuesta, y que por medio del manual de identidad visual, se pueda realizar el uso de la misma respetando las normas establecidas en beneficio de la institución.

Con esta propuesta, se cree que la institución podrá establecer su identidad en los funcionarios y población general. Además, se cree que con la nueva identidad visual de SEDES Pando y la implementación del manual se podrá enmarcar un trabajo ordenado, serio y responsable con su imagen corporativa.

#### **5.1.5. Objetivos**

Considerando la magnitud del proyecto propuesto a la institución, los objetivos serán:

- Diseñar una propuesta de identidad visual coherente con la identidad corporativa de SEDES Pando.
- Validar la propuesta con el Consejo Técnico Reducido de SEDES Pando.
- Elaborar un manual de identidad visual del Servicio Departamental de Salud SEDES Pando.

#### **5.1.6. Componentes, actividades y productos**

En el proceso de elaboración de la identidad visual del servicio del Servicio Departamental de Salud Pando, se propone la composición de elementos que sea adecuado al trabajo que realiza la institución en beneficio a las familias que diariamente acuden a los diferentes centros de salud de la ciudad de Cobija y de Pando. Por otro lado, la descripción de los colores institucionales y la tipografía utilizada en la marca propuesta.

### 5.1.6.1. Componentes del proyecto

La identidad corporativa en una institución, empresa u organización tiene un nivel de importancia elevado hoy en día; que se debe a la identidad propia que identifica características, valores y comportamientos internos del medio laboral y en la aplicación de estos elementos en el desarrollo de las actividades, metas y objetivos que la institución, empresa u organización trace en el proceso de crecimiento.

Por otro lado, la identidad visual es una ramificación de la identidad corporativa de una institución, que compone los elementos que la identidad de la institución comprende, esto es representado por el lado visual, específicamente del logotipo que representa la misma.

Los componentes del presente proyecto de grado es la nueva identidad visual y el manual de identidad visual, que contempla el uso adecuado de la marca, los colores institucionales, elementos pictográficos que contienen la marca y algunas normas de aplicación y uso adecuado de la marca del Servicio Departamental de Salud Pando.

### 5.1.6.2. Actividades

Las actividades para lograr que la nueva identidad visual del Servicio Departamental de Salud Pando sea aceptada e integrada en el entorno interno de la institución se proponen las siguientes actividades para la socialización interna de la propuesta de una nueva identidad visual.

**Tabla 5** *Actividades para el desarrollo de aplicabilidad de la nueva identidad*

<b>ACTIVIDADES</b>	<b>COMPONENTES</b>	<b>INSTRUMENTO DE EVALUACIÓN</b>
<b>Presentación de la nueva identidad visual al Director Técnico y el Consejo Técnico Reducido</b>	Presentación en Power Point de diferentes propuestas de logotipo	Reunión de aprobación del logotipo seleccionado por el director técnico y el consejo técnico reducido

<b>Socialización de la propuesta al personal interno del SEDES Pando</b>	Presentación informativa en Power Point del logotipo seleccionado	Escala de Likert, que se identifique la conformidad del logotipo propuesto
<b>Director técnico y consejo reducido de SEDES Pando</b>	Análisis e interpretación de los datos aplicados al personal interno de la institución	Decisión final por parte del directorio y consejo técnico reducido en la aplicabilidad o no

Fuente: Elaboración propia, 2019.

### 5.1.6.3. Productos

Para la construcción del logotipo, se tomó en cuenta la identidad corporativa de SEDES Pando que está basado en el Plan Estratégico Institucional y en el diagnóstico realizado en el trabajo de campo.

Por otro lado, mencionar que en el desarrollo de la construcción de la nueva identidad visual de SEDES Pando, se determina que la marca propuesta es un imagotipo. El imagotipo como lo menciona Chávez, desarrolla una ligación entre logotipo e isotipo. Se habla de imagotipo, también llamado ‘logo símbolo’, cuando lo que hay es un logotipo y un isotipo acoplados, pero claramente diferenciados —por ejemplo, uno se encuentra arriba y el otro abajo o uno a la derecha y el otro a la izquierda—, de manera que pueden funcionar y ser utilizados por separado (Citado en Harada, s. /f.). En este sentido, la propuesta de identidad visual de SEDES Pando se adapta a este tipo de marca.

Asimismo, como está contemplado en el proyecto de grado en la propuesta de una nueva identidad visual del Servicio Departamental de Salud Pando, a continuación se presenta el producto seleccionado previo consenso del consejo técnico reducido del SEDES conformado por el director técnico Dr. Kuniaki Murakami Vaca y los jefes de las diferentes unidades de la institución que aprobaron el siguiente Imagotipo:



*Figura 12 Imagotipo del SEDES PANDO*

*Fuente: Elaboración propia, 2019.*



*Figura 13 Isotipo*

*Fuente: Elaboración propia, 2019.*

Representatividad de la Familia como beneficiario principal de los servicios que brinda el SEDES Pando y la representación de la misma por la política de salud SAFCI.

La construcción del imagotipo, se desarrolla de acuerdo a la política SAFCI que selecciona a la familia como eje principal en atención integral en salud, tomando en cuenta que SEDES Pando es una institución que supervisa, fiscaliza y da seguimiento de los trabajos que realizan los centros de salud y hospitales.



*Figura 14 Tipografía*

*Fuente: Elaboración propia, 2019.*

Son Tipografías que se pueden visualizar fácilmente, además que se pueden adaptar a cualquier tamaño que se quiera utilizar.

Serif Constantia y Sans Serif Myriad Pro



*Figura 15 brazos*

*Fuente: Elaboración propia, 2019.*

SEDES como institución rectora que protege, cuida y que se compromete con las necesidades de las demandas sociales en el tema de salud.



*Figura 16 Símbolo de salud*

*Fuente: Elaboración propia, 2019.*

Símbolo de la SALUD.

La representación simbólica del corazón para esta propuesta será en la identificación del sector salud que desarrolla su trabajo en la atención integral en salud a la familia.

La interpretación de los elementos que compone la identidad visual de SEDES PANDO se basa en la identidad corporativa de la institución que apunta como principal actor en el desarrollo de los trabajos y actividades de la institución a la familia, se entiende que el Servicio Departamental de Salud Pando aparte de gestionar rectoría en las áreas de la salud y de los centros de atención en salud, genera los mecanismos para supervisar que los que brindan atención sea de calidad y calidez.

Por otro lado, se propone la implementación de tres colores institucionales que responden a características y valores que el Servicio Departamental de Salud Pando representa en el departamento Pando.



*Figura 17 Colores institucionales*

*Fuente: Elaboración propia, 2019.*

- El blanco que representa al área de la SALUD.
- El gris que representa el profesionalismo y compromiso de SEDES.
- Violeta que representa la rectoría de la institución, es un color que demuestra poder y autoridad.
- Verde claro que representa la Amazonía de la región, lugar donde se ubica SEDES PANDO.
- El color rojo para SEDES representaría la buena salud así como también el dinamismo de la institución.

Los colores institucionales establecidos en la presente propuesta, se consideró mantener los dos colores que aún se mantienen en la institución (blanco y verde), sin embargo se añadió tres colores (violeta, rojo y gris) que fueron incluidos por su significado.

Siendo que los colores que la institución ha utilizado desde sus inicios son el verde y blanco, la relación de estos colores no formarían parte de la teoría presentada, ya que el blanco es un color que es el resultado de todos colores, esto quiere decir que es un color neutro, pero que tiene un significado para Goethe “El **blanco** generalmente tiene lecturas positivas como la pureza, la limpieza, la paz y la virtud” (citado en citado en Calvo, s./f. p.5). Sin embargo, para la institución el blanco representa el sector salud.

Por otro lado, el color **verde** representa la naturaleza y la humanidad, este color representa en el círculo de color mencionado por Goethe (citado en citado en Calvo, s./f.), es un

color frío que es complementario que desprende de los colores primarios. Asimismo representa para la institución como un color que identifica el espacio geográfico que ubica la institución (la Amazonía pandina).

Además, los colores añadidos en el diseño de la propuesta (violeta, gris y rojo), tienen su significado; el **rojo** es el color más vigoroso; demuestra alegría y fiesta. Es impulsivo y simboliza la sangre, el fuego, la pasión, la fuerza y la revolución. Sin embargo, para SEDES significa la buena salud y el dinamismo de la institución.

El color **violeta** se identifica con la pasión, y tiene que ver con ideas acerca del sufrimiento y la muerte. También con la tristeza y la penitencia. En su variante púrpura se le relaciona con la realeza, el poder y la dignidad, así como la melancolía y la delicadeza. Sin embargo, para la institución representa la rectoría del Servicio Departamental de Salud en el área Salud.

Y el gris es un color pasivo, carente de energía, neutrales y significativos de resignación, estabilidad, inspira la creatividad y simboliza el éxito. Para SEDES Pando representa el profesionalismo y compromiso de la institución.

### **5.1.7. Métodos y Técnicas**

En el entorno del diseño gráfico la creación de contenidos institucionales, empresariales de marca, etc. Es importante el que se dedica a esta área desarrolla capacidades de creatividad, composición y armonización de elementos que logran identificar una institución, empresa y otros.

Por otro lado, es importante saber que “Una identidad de marca es una herramienta eficiente y poderosa para diferenciar a una compañía de otra, aumentar la confianza que genera, lograr mayor lealtad e incrementar su valor en el mercado” (Sapoznik, 2016, p.15). Por tanto,

no se puede desconocer la necesidad de una marca adecuadamente construida para generar confianza, lealtad y otros valores para el mercado.

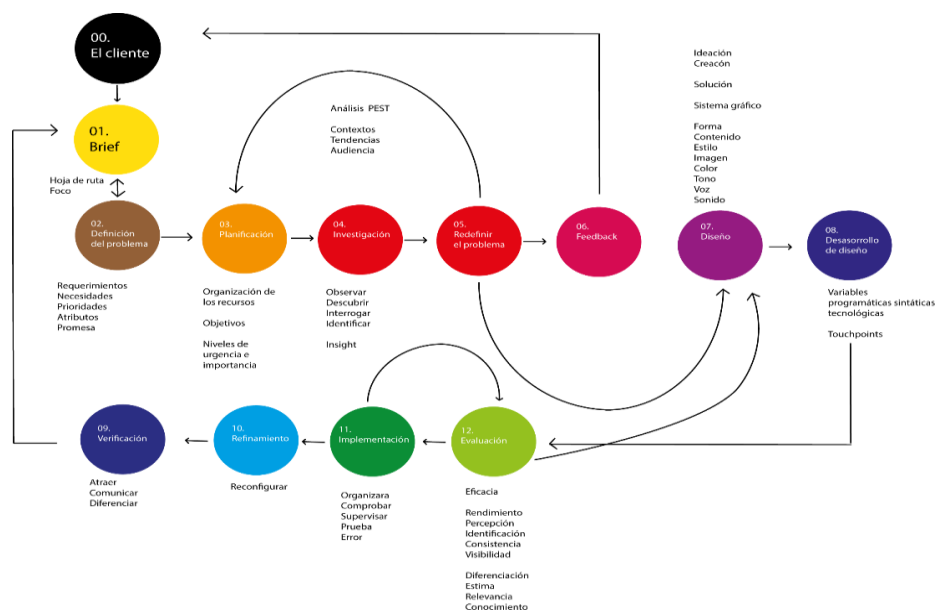


Figura 18 Proceso de diseño de la identidad institucional

Fuente: Marcelo Sapoznik, 2016.

En este esquema de proceso de diseño que describe Sapoznik, demuestra el desarrollo paso a paso de la marca desde el primer contacto con el cliente (institución) hasta el proceso de evaluación de la marca, mismo que ha sido desarrollado en el presente proyecto de grado, considerando cada paso que permitió el diseño de la identidad visual de SEDES Pando.

### Proceso de diseño según Sapoznik:

1. Cliente: Servicio Departamental de Salud Pando.
2. Brief: Primer contacto con la institución.
3. Definición del problema: Previo al primer contacto, se afinó el problema de investigación de la propuesta.
4. Planificación: Desarrollo de las herramientas para recolectar información de la institución, relacionados al problema de investigación.

5. Investigación: Proceso de aplicación de las herramientas de recolección de datos sobre la institución, con las muestras determinadas.
6. Redefinir el problema: Análisis de los datos obtenidos que respalden o que reajuste el problema de investigación propuesto en el proyecto de grado.
7. Feedback: Explicación de los resultados al cliente con respecto a la investigación correspondiente.
8. Diseño: Elaboración de propuestas o bocetos que respondan al problema de investigación desarrollado en el trabajo.
9. Desarrollo de diseño: Diseño digital de las versiones o bocetos considerados aptos para la institución
10. Verificación: Validación de la propuesta desarrollada con el consejo técnico reducido de SEDES Pando.
11. Refinamiento: Ajustes a la propuesta
12. Implementación: Decisión que será determinada por la entidades correspondientes de la institución.
13. Evaluación: Proceso que desarrollara la institución para determinar el grado de satisfacción del personal del SEDES Pando.

Los métodos de creación de la identidad visual del Servicio Departamental de Salud, fueron desarrollados de acuerdo a la identidad corporativa del SEDES tomando en cuenta que es un institución rectora en el área de salud del departamento de Pando que tiene el compromiso con la población en cumplir y hacer cumplir las normas de salud a los diferentes centros de salud y hospitales en la atención integral a la familia.

Asimismo, se refleja en la propuesta de la nueva identidad visual del SEDES Pando, elementos que la definen como institución que trabaja en el beneficio de la salud en el departamento y en el compromiso, responsabilidad y cuidado que tienen para fiscalizar el cumplimiento de parámetros establecidos por la misma.

La técnica para la creación del diseño del logotipo fue utilizado el Adobe ilustrador como medio de creación de la nueva identidad visual. Este es un programa computarizado que permite realizar diferentes tipos de diseños en el área del diseño gráfico. En este caso fue utilizado para la construcción de la ilustración gráfica (logotipo) de la propuesta del presente proyecto de grado.

### 5.1.8. Metas e indicadores

Con la propuesta de una nueva identidad visual para el Servicio Departamental de Salud Pando, se espera su aceptación y aplicabilidad en la institución para esto se considera las siguientes metas e indicadores de verificación en la futura utilización del nuevo logotipo del SEDES Pando.

**Tabla 6** *Metas e Indicadores*

<b>COMPONENTES</b>	<b>ACTIVIDAD</b>	<b>MEDIOS DE VERIFICACIÓN</b>
Imagotipo	Elaboración de la propuesta	Presentación de la propuesta de identidad visual
Manual de Identidad Visual	Diseño de la marca y sus normas de uso	Manual impreso
Concienciar sobre el valor y la importancia de la identidad visual	Socialización de la propuesta	Lista de asistencia y fotografías

Fuente: Elaboración propia, 2019.

### 5.1.9. Beneficiarios directos e indirectos

La propuesta del presente proyecto de grado tiene como beneficiario directo a la institución específicamente a la representación de la personalidad del SEDES Pando a través del

logotipo, que simboliza los valores y los actores directos que la misma ofrece sus servicios como institución rectora en el área de la salud.

Y como beneficiarios indirectos a los funcionarios del Servicio Departamental de Salud Pando, que forman parte esencial en el desarrollo y crecimiento de la institución por medio de los trabajos que diariamente realizan en favor del SEDES y de la población en general.

#### **5.1.10. Localización física y cobertura espacial**

El departamento de Pando se localiza al norte de Bolivia, entre los paralelos de 9° 38' y 12° 30' latitud sur y 69° 35' y 65° 17' de longitud oeste y abarca una extensión de 63. 827 km<sup>2</sup>, es el quinto en extensión territorial del país y en 1938 se estima que tenía 18.000 habitantes.

Su capital es Cobija, fundada en 1906 sobre la antigua localidad Bahía, fue un importante punto bélico en la Guerra del Acre, pero por sobre todo un lugar importante en el desarrollo de actividades de producción gomera, que generó ingresos económicos para el entonces territorio nacional.

Las instalaciones principales del Servicio Departamental de Salud Pando se ubican en la capital pandina Cobija, los predios que actualmente ocupa el SEDES se encuentra en la avenida 9 de febrero al frente de SEDUCA en los predios de la ex CORDES. Por otro lado, la cobertura territorial con respecto a las atenciones en salud se expande a las 5 provincias del departamento.

#### **5.1.11. Organización de la evaluación**

La implementación del proyecto estará basada en la decisión por parte de la institución, esto generará que se organice un consejo técnico y que se analice la propuesta para su aplicabilidad en SEDES Pando, como también el consenso con los funcionarios que forman parte de la institución, por otro lado, se propone las siguientes herramientas para evaluar

internamente la satisfacción de la nueva identidad visual del Servicio Departamental de Salud Pando.

Como primer herramienta de evaluación se propone la organización de una socialización general, dirigida a todos los funcionarios del Servicio Departamental de Salud Pando, que explique de manera detallada los diferentes elementos que contiene la propuesta de la nueva identidad visual , desde las pictografías, colores institucionales, tipografía, etc. Que permitirá crear el espacio de opinión por parte del personal del SEDES Pando.

La implementación de una escala de satisfacción, que genere de manera cuantitativa una respuesta visible por parte de los funcionarios del SEDES Pando. En este procedimiento se logrará ver de manera medible la cantidad de personas estarían a favor o en contra del cambio en la institución.

Finalmente, la planificación de una reunión del consejo técnico reducido del SEDES, para analizar los resultados obtenidos de la socialización realizada a los funcionarios de la institución, este análisis permitirá que el consejo técnico reducido pueda tomar las decisiones correspondientes.

## **5.2. Marco Administrativo**

En la ejecución del proyecto de la nueva identidad visual del Servicio Departamental de Salud Pando, la conformación y organización de un trabajo de apoyo para la aplicación de la misma es necesaria.

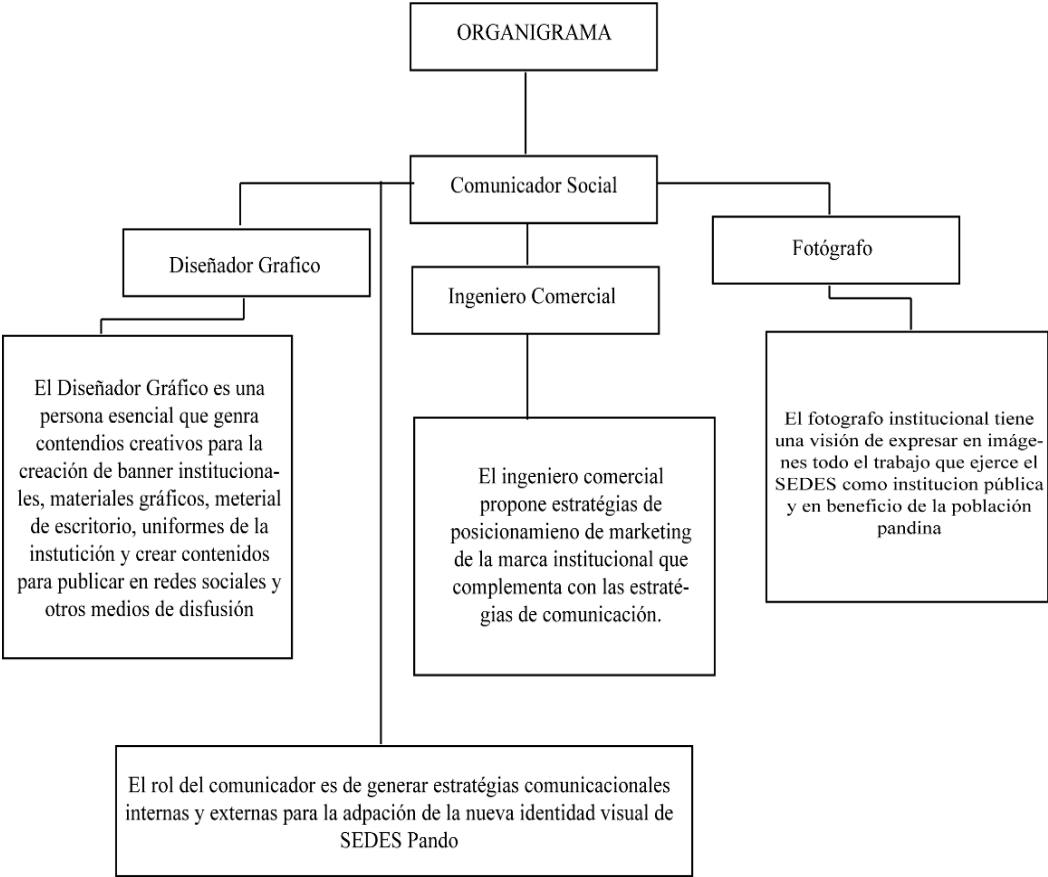
### **5.2.1 Equipo de Gestión**

El equipo de gestión para el presente proyecto de grado, se construye a través de la necesidad de generar contenidos que la institución pueda necesitar en la aplicación de su nueva identidad visual.

Asimismo, es importante tomar en cuenta que la conformación de personas con capacidades en la generación y organización de contenidos en el entorno institucional, debe ser considerada por las máximas autoridades de la institución con el fin de crear contenidos que sean adecuados para la utilización de su nueva identidad visual.

Se propone que la institución tome en cuenta a profesionales que tengan conocimientos en diseño gráfico, gestión de redes sociales, fotógrafo, camarógrafo y editor de video. Y las personas idóneas en conocimiento son los comunicadores sociales, ingenieros comerciales, diseñador gráfico, fotógrafos y camarógrafo.

**5.2.2. Organigrama**



*Figura 19 Organigrama*  
*Fuente: Elaboración propia, 2019.*

### 5.2.3. Cronograma de actividades

Las actividades para el desarrollo y aplicación del manual de identidad visual del Servicio Departamental de Salud Pando, se propone su ejecución para la gestión 2020, en el cual permita que las autoridades correspondientes de la institución puedan considerar el cambio de su identidad visual.

**Tabla 7** *Cronograma de actividades*

<b>Actividades</b>	<b>Enero</b>	<b>Febrero</b>	<b>Marzo</b>	<b>Abril</b>	<b>Mayo</b>	<b>Junio</b>
<b>Proceso de aprobación en la aplicabilidad de la identidad visual en SEDES Pando</b>	X					
<b>Elaboración de instrumentos de socialización y evaluación de la propuesta</b>		X				
<b>Socialización y evaluación de la propuesta al personal administrativo de la institución</b>			X			
<b>Análisis cuantitativo de los datos de evaluación para determinar la aplicabilidad de la nueva identidad visual</b>			X	X		
<b>Determinación del consejo técnico reducido en la aplicabilidad de la identidad visual en SEDES Pando</b>					X	X

<b>Presentación del Manual de identidad Visual del Servicio Departamental de Salud Pando</b>	X	
<b>Ejecución y elaboración de materiales necesarios para la difusión de la nueva Identidad Visual del SEDES Pando.</b>	X	X

Fuente: Elaboración propia, 2019.

Por otro lado, en la ejecución del proyecto propuesto se plantea un plazo de adaptación y la elaboración de los materiales correspondientes de la institución, en 6 meses posterior a su aprobación.

#### **5.2.4. Determinación de los recursos necesarios**

Los recursos necesarios para el presente proyecto serán personas que estén cualificadas y capacitadas para realizar trabajos de difusión, creación y socialización de la nueva identidad visual del Servicio Departamental de Salud Pando.

##### **5.2.4.1. Recursos Humanos**

La determinación de los recursos humanos deberá ser entendida por el lado comunicacional y de gestión en desarrollo de contenidos gráficos, para ellos se determina que para la ejecución del proyecto se tome en cuenta la participación de personas que cumplen con los siguientes requisitos:

**Tabla 8***Recursos Humanos*

<b>RECURSOS HUMANOS</b>		
<b>Profesional</b>	<b>Conocimientos</b>	<b>Requisitos</b>
<b>Comunicador Social</b>	Manejo de redes sociales, Estrategias comunicacionales y en producción	Portafolio de Evidencias
<b>Diseñador Gráfico</b>	Manejo de programas de edición en fotografía, video, (Photoshop, illustrator, Premier o Sony Vegas, Ligthroom, Indising, etc.	Portafolio de Evidencias
<b>Fotógrafo/Camarógrafo</b>	Fotografía Institucional, manejo de programa de edición de fotos y videos,	Portafolio de Evidencias
<b>Ingeniero Comercial, Comunicador Social</b>	Manejo de estrategias de posicionamiento de marca, gestión en redes sociales, medición de métricas en redes sociales	Curriculum Vitae y Portafolio de evidencias

Fuente: Elaboración Propia, 2019.

**5.2.4.2. Recursos Materiales**

Los Recursos materiales para la ejecución del proyecto de identidad visual del Servicio Departamental de Salud Pando se proponen la utilización de materiales tecnológicos de última generación.

**Tabla 9***Recursos Materiales*

<b>RECURSOS MATERIALES</b>		
<b>Descripción</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Procedencia</b>
Computadora de escritorio Apple iMac 21,5 (2019) con pantalla 4K	1	Propia

Cámara fotográfica Digital	2	Propia
Impresora HP con tintas continuas	4	Propia
Computadoras Portátiles	3	Propia

Fuente: Elaboración Propia, 2019.

### 5.2.4.3. Recursos financieros

Se propone que en el año 2020, se implemente una propuesta en el incremento presupuestal del SEDES Pando, para que se puede realizar la aplicación de la identidad visual del Servicio Departamental de Salud Pando, esto ayudará en la ejecución del proyecto de la adquisición de los materiales correspondiente para el trabajo en la institución.

**Tabla 10**

*Recursos Financieros*

Nº	ITEMS	UNIDAD	CANTIDAD	PRECIO UNIT.	TOTAL
<b>Equipamiento Electrónico</b>					<b>54.350</b>
1	Computadora de escritorio Apple iMac 21,5 (2019) con pantalla 4K	Unidad	1	12650	12650
2	Computadoras Portátiles	Unidad	3	6500	19500
3	Impresora HP de tinta recargable	Unidad	4	3500	14000
4	Cámara fotográfica Digital	Unidad	2	4100	8200
<b>Materiales y suministros</b>					<b>2.975,00</b>
1	Papel bond t. carta	Resma	6	50	300
2	Tinta Recargable impresora	Litros	5	165	825
3	Archivadores	Unidad	100	5	500

<b>4</b>	Folders plástico	Unidad	50	10	500
<b>5</b>	Memoria extraíble	Unidad	4	100	400
<b>6</b>	Lapiceros	Caja	2	50	100
<b>7</b>	Marcadores de Agua	Unidad	50	5	250
<b>8</b>	Lápiz de carbón	Unidad	20	5	100
<b>Total en Bolivianos</b>					<b>57.325,00</b>

Fuente: Elaboración propia, 2019.

## **Recomendaciones**

Se encomienda al Servicio Departamental de Salud Pando, en la aplicabilidad y ejecución de la nueva identidad visual de la misma, ya que es una oportunidad de que la institución pueda desatacarse en el ámbito corporativo como una institución responsable en el cuidado de su identidad corporativa.

Por otro lado, mencionar que el desarrollo en el entorno comunicacional y visual día a día cambia y evoluciona, es por ello que se debe considerar el cambio a la nueva identidad visual que permitirá que la institución pueda desarrollarse exitosamente en la parte visual de su institución.

Además, debe existir una instancia o personal específico que vele por el uso adecuado de la identidad visual de la institución en diferentes ámbitos, en los cuales vaya a interactuar la marca.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Anónimo (2007). *La cultura corporativa*. Recuperado de <http://www.gerenciaactual.blogspot.com/2007/07/la-cultura-corporativa.html>
- Bembibre, V. (2008). *Definición ABC*. Recuperado de <https://www.definicionabc.com/comunicacion/disenio-grafico-2.php>
- Bilnea, B. (2014). *Grupo de colaboradores del blog de bilnea*. Recuperado de <https://bilnea.com/que-es-manual-imagen-corporativa/>
- Briançon, M. (2007). La importancia de la gestión profesional de la imagen corporativa, *Revista Cero Punto*. (14), 59-64. Recuperado de [http://www.scielo.org.bo/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1815-02762007000100007&lang=es](http://www.scielo.org.bo/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1815-02762007000100007&lang=es)
- Caldevilla, D. (2009). *La importancia de la identidad visual corporativa*. Recuperado de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=525752966001>
- Calvo, I. (s./f.). *Cuatro aproximaciones a la teoría de los colores de Johann Wolfgang Von Goethe*. Recuperado de [http://www.revistadisena.com/pdf/revistadisena\\_8\\_teoría-de-los-colores-de-goethe.pdf](http://www.revistadisena.com/pdf/revistadisena_8_teoría-de-los-colores-de-goethe.pdf)
- Capriotti, P. (2009). *Branding corporativo: Fundamentos para la gestión estratégica de la identidad corporativa*. Recuperado de <http://www.analisisdemedios.com/branding/BrandingCorporativo.pdf>
- Campos, G. y Lule, N. (2012). La observación, un método para el estudio de la realidad, *Xihmai dialnet* (13), 45-46. Recuperado de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3979972>
- Corvo, H. (2018). *Filosofía Empresarial: Elementos y Ejemplos*. Recuperado de <https://www.lifeder.com/filosofia-empresarial/>
- Costa, J. (2008). El Paradigma del Siglo XXI. *Artículo Creación de la Imagen Corporativa* (34), 25-60. Recuperado de <http://www.razonypalabra.org.mx/anteriores/n34/jcosta.html>
- (2004). *La imagen de marca, un fenómeno social*. España: Paidós.
- Daza, M. (2010). *Manual de imagen institucional de la Universidad Mayor de San Andrés* (Trabajo dirigido). Recuperado de <https://repositorio.umsa.bo/handle/123456789/1837?show=full>
- Denzin, N. y Lincoln, Y. (2005). *The Sage Handbook of Qualitative Research*. Londres, Inglaterra: Sage. Recuperado de

- [https://books.google.com.bo/books?id=X85J8ipMpZEC&printsec=frontcover&hl=es&source=gbs\\_ge\\_summary\\_r&cad=0#v=onepage&q&f=false](https://books.google.com.bo/books?id=X85J8ipMpZEC&printsec=frontcover&hl=es&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false)
- Díaz, R. (2011). *La Tipografía, Definición y Antecedentes*. Recuperado de: [https://www.taringa.net/+ciencia\\_educacion/la-tipografia-definicion-y-antecedentes\\_y3afv](https://www.taringa.net/+ciencia_educacion/la-tipografia-definicion-y-antecedentes_y3afv)
- “Flor de loto” (s. f.). En: *Significados.com*. Recuperado de: <https://www.significados.com/flor-de-loto>
- García, A. (1995). *Fundamentación teórica y uso de las historias y relatos de vida como técnicas de investigación en pedagogía social*. 21. recuperado de [https://www.researchgate.net/profile/Antonio\\_Martin-Garcia/publication/41555727\\_Fundamentacion\\_teorica\\_y\\_uso\\_de\\_las\\_historias\\_y\\_relatos\\_de\\_vida\\_como\\_tecnicas\\_de\\_investigacion\\_en\\_Pedagogia\\_Social/links/55a780ab08aea2222c745c9b.pdf](https://www.researchgate.net/profile/Antonio_Martin-Garcia/publication/41555727_Fundamentacion_teorica_y_uso_de_las_historias_y_relatos_de_vida_como_tecnicas_de_investigacion_en_Pedagogia_Social/links/55a780ab08aea2222c745c9b.pdf)
- Harada, E. (s.f.). *Logotipos, isotipos, imagotipos e isologos: una aclaración terminológica*. Recuperado de [https://www.academia.edu/21839253/Logotipos\\_isotipos\\_imagotipos\\_e\\_isologos\\_una\\_aclaraci%C3%B3n\\_terminol%C3%B3gica\\_1](https://www.academia.edu/21839253/Logotipos_isotipos_imagotipos_e_isologos_una_aclaraci%C3%B3n_terminol%C3%B3gica_1)
- Hernández, R., Fernández, C., Baptista, P., Méndez, S., y Mendoza, P. (2014). *Metodología de la investigación*. Recuperado de <http://observatorio.epacartagena.gov.co/wp-content/uploads/2017/08/metodologia-de-la-investigacion-sexta-edicion.compressed.pdf>
- Jiménez, A. y Rodríguez, I. (2007). *Comunicación e imagen corporativa*. Recuperado en [https://books.google.es/books?id=HLEY\\_v2rO6wC&printsec=frontcover&hl=es#v=onepage&q&f=false](https://books.google.es/books?id=HLEY_v2rO6wC&printsec=frontcover&hl=es#v=onepage&q&f=false)
- Karam, T. (s.f.). Introducción a la semiótica de la imagen. Recuperado de [https://www.academia.edu/25621529/Introducci%C3%B3n\\_a\\_la\\_semi%C3%B3tica](https://www.academia.edu/25621529/Introducci%C3%B3n_a_la_semi%C3%B3tica)
- León, F. (2015). mercadotecnia, publicidad, medios, investigación de mercados, promoción y diseño. *Revista mensual y digital de marketing*.(2),12. Recuperado de <https://www.merca20.com/que-es-la-identidad-corporativa/>
- Manuel. (2018, Febrero), recursos de autoayuda, recuperado de <https://www.recursosdeautoayuda.com/enfoque-cualitativo/>
- Martínez, E. (2012). *La encuesta*. Recuperado de <http://roa.uveg.edu.mx/repositorio/licenciatura/158/Laencuesta.pdf>
- Morales, O. (s.f.). *fundamentos de la investigación documental y la monografía, Lectura y Escritura Departamento de Investigación Facultad de Odontología*. Recuperado de <http://www.webdelprofesor.ula.ve/odontologia/oscarula/publicaciones/articulo18.pdf>

- Neira, J. (19 de septiembre 2017). *Definición y Tipos de marca*. (Blog). Recuperado de <https://www.creativosonline.org/blog/definicion-tipos-marca.html>
- Nuño, P. (24 de noviembre 2017). *Identidad Visual Corporativa*. *emprendepyme.net*. (Blog). Recuperado de [emprendepyme.net/identidad-visual-corporativa.html](http://emprendepyme.net/identidad-visual-corporativa.html)
- Pachón, J. y Ramírez, I. (2015). *Identidad Visual Medio de Reconocimiento Organizacional*. Recuperado de [https://repository.uniminuto.edu/bitstream/handle/10656/3903/TCG\\_PachonMunozYuryA\\_2015.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repository.uniminuto.edu/bitstream/handle/10656/3903/TCG_PachonMunozYuryA_2015.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Parra, M. (2006). *Cartilla de citas, Pautas para citar textos y hacer listas de referencias*. Recuperado de <https://historiadelacienciamnieto.uniandes.edu.co/pdf/Cartilladecitas.pdf>
- Pintado, T. y Sánchez, J. (2009). *Imagen corporativa influencia en la gestión empresarial*. Recuperado en <https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=O2hVVxHY9ecC&oi=fnd&pg=PA15&dq=tesis+sobre+imagen+corporativa&ots=K7CY6LKFdC&sig=RT1VSQKy99EQ1Ba6KQ-JVYK5L7E#v=onepage&q&f=false>
- Ponce, H. (2007). La matriz foda: alternativa de diagnóstico y determinación de estrategias de intervención en diversas organizaciones. *Consejo Nacional para la Enseñanza en Investigación en Psicología (12)*, 114. Recuperado de <https://www.redalyc.org/pdf/292/29212108.pdf>
- Quesada, S. (2015). *Diseño de la Identidad Visual del Centro Educativo Naranjo Bilingüe* (Tesis de grado). Recuperado de <http://www.kerwa.ucr.ac.cr/handle/10669/29713>
- República de Bolivia. Decreto Supremo modelo de salud familiar, N° 29601. (11 de junio de 2008).
- República de Bolivia. Decreto Supremo del modelo básico de organización, atribuciones y funcionamientos de los servicios departamentales de salud, N° 25233. (27 de Noviembre de 1998).
- Rodríguez, D. (2003). *La Teoría De Los Signos De charles Sanders Peirce: Semiótica Filosófica*. (Tesis de Grado). Recuperado de [https://www.academia.edu/36363226/UNIVERSIDAD\\_CAT%3%93LICA\\_ARGENTINA\\_FACULTAD\\_DE\\_FILOSOF%3%8DA\\_Y\\_LETRAS\\_DEPARTAMENTO\\_DE\\_FILOSOF%3%8DA\\_LA\\_TEOR%3%8DA\\_DE\\_LOS\\_SIGNOS\\_DE\\_CHARLES\\_SANDERS\\_PEIRCE\\_SEMI%3%93TICA\\_FILOS%3%93FICA?auto=download](https://www.academia.edu/36363226/UNIVERSIDAD_CAT%3%93LICA_ARGENTINA_FACULTAD_DE_FILOSOF%3%8DA_Y_LETRAS_DEPARTAMENTO_DE_FILOSOF%3%8DA_LA_TEOR%3%8DA_DE_LOS_SIGNOS_DE_CHARLES_SANDERS_PEIRCE_SEMI%3%93TICA_FILOS%3%93FICA?auto=download)
- Salguero, F. (2001). *Teoría General de los Signos y del Significado*. Recuperado de <https://personal.us.es/salguero/Publicaciones/TeoSign.pdf>
- Sapoznik, M. (2016). *Diseño de identidad institucional*. Buenos Aires: Eudeba.

SERVICIO DEPARTAMENTAL DE SALUD Pando. (2017). *Plan Estratégico Institucional*. Pando, Bolivia: SEDES Pando.

Significado de Imagotipo. (s. f.). Recuperado 8 de noviembre de 2019, de Significados website: <https://www.significados.com/imagotipo/>

Significado de Isologo. (s. f.). Recuperado 8 de noviembre de 2019, de Significados website: <https://www.significados.com/isologo/>

Significado de Logotipo. (s. f.). Recuperado 8 de noviembre de 2019, de Significados website: <https://www.significados.com/logotipo/>

# **ANEXOS**

## Anexo 1

### Entrevista Dr. Kuniaki Murakami

1. ¿Quién o qué es SEDES PANDO?
2. ¿Se identifica con el logotipo de SEDES?
3. ¿Cuál es su percepción acerca de los colores y formas del logotipo actual de la institucional?
4. Desde su punto de vista, ¿Cuáles serían los principios y valores en el ambiente laboral que debería tener SEDES PANDO?
5. ¿Cómo definiría a la institución?

1. ¿Quién o qué es SEDES PANDO?

El servicio departamental de salud es el ente rector en salud a nivel departamental encargado de verificar, supervisar y evaluar el funcionamiento de todos los servicios de salud tanto público como privado y de la seguridad a corto plazo.

2. ¿Se identifica con el logotipo de SEDES?

Sí, porque está enmarcado en lo que dice: trabajos por tu salud y la de tu familia

3. ¿Cuál es su percepción acerca de los colores y formas del logotipo actual de la institucional?

Se podría mejorar y resaltar un poco más la amazonia y la integralidad del trabajo que se realiza.

4. Desde su punto de vista, ¿Cuáles serían los principios y valores en el ambiente laboral que debería tener SEDES PANDO?

Respeto: entendemos que todas las personas son iguales y merecen el mejor servicio, por lo que nos comprometemos a respetar su dignidad y a atender sus necesidades teniendo en cuenta, en todo momento, sus derechos.

Inclusión: reconocemos que todos los grupos sociales son distintos y valoramos sus diferencias, por lo tanto no puede existir discriminación alguna.

Vocación de servicio: nuestra labor diaria lo hacemos con pasión y entrega al cumplimiento de objetivos.

Compromiso: nos comprometemos a que nuestras capacidades cumplan con todo aquello que se nos ha confiado y encomendado.

Integridad: creemos que todas las personas tienen las mismas oportunidades, derechos y obligaciones sin distinción.

Lealtad: confianza y defensa de los valores, principios y objetivos en la entidad, garantizando los derechos individuales y colectivos.

##### 5. ¿Cómo definiría a la institución?

Una institución pública, rectora a nivel departamental en el tema de salud, que promueve y verifica el cumplimiento de las políticas, normas, reglamentos y protocolos en salud del ministerio de salud, con la finalidad de que todos los establecimientos de salud tanto público, como privados y de la seguridad de corto plazo cuenten y tengan las condiciones de atención necesarias para brindar calidad y calidez los usuarios de los servicios. Además que trabajamos aliados al plan departamental de salud, además que regula, implementa políticas, planes, programas y proyectos enfocados en la salud y la prevención de enfermedades.

En si el trabajo que se realiza es integral a fin de abarcar a través de los programas el cumplimiento de indicadores y compromisos de gestión.



Entrevista con el Dr. Kuniaki Murakami

## Anexo 2

### Entrevista

#### **Funcionarios del Unidad de Promoción y Salud del SEDES PANDO. (Logo Actual)**

1. ¿Qué opina del logo de la institución?
2. ¿En su opinión, le parece adecuado el diseño del actual logo de la institución?
3. ¿Qué puede comentar acerca de los colores institucionales que actualmente maneja SEDES?
4. ¿Cómo puede contribuir al cumplimiento de la misión SEDES el diseño de un manual de identidad visual?
5. ¿Qué elementos pictográficos considera que debería contener el logo del SEDES?
6. ¿Qué hace SEDES pando para socializar y difundir sus servicios?
7. ¿Cómo definiría a la institución?

#### **Entrevista Lic. Alejandro Montoya Villanueva – JEFE DE LA UNIDAD DE PROMOCION DE LA SALUD Y COMUNICACIÓN SOCIAL DEL SEDES PANDO 03/09/19**

- ¿Cuántos años está ejerciendo su trabajo?

- En el cargo desde el 2015, pero en el SEDES desde el 2010
- **¿Qué opina del logo de la institución?**
- ¿El logo?, me parece bien porque maneja los colores institucionales, que son el blanco y el verde y refleja el departamento de pando, refleja la familia tiene el nombre institucional que es el servicio departamental de salud
- **Veo que en logo esta la familia como icono principal en el diseño**
- Si porque, justamente el logo va acompañado con el slogan no ve y como el logo tiene la familia el slogan es “trabajamos por tu salud y la de tu familia”, hay una coherencia entre el logo y el slogan
- **¿en su opinión le parece adecuado el diseño del actual logo?**
- Si para mi está bien, como le dije ya anteriormente
- **¿Qué puede comentar acerca de los colores institucionales que actualmente maneja SEDES?**
- Mmmm.. el blanco eh como somos salud no ve, el blanco refleja la transparencia que tiene que tener la institución y el verde refleja la amazonia en la que vivimos
- **¿Cómo puede contribuir al cumplimiento de la misión del SEDES el diseño de una manual de identidad visual?**
- Un manual institucional seria magnifico, porque en el manual esta toda la imagen institucional que debe de tener la institución. Si sería muy importante que tenga toda la estructura; empíricamente tenemos todo, no lo tenemos impreso como debería de estar de acuerdo a un modelo, de acuerdo a un formato, sería importante.
- Cuando se tiene un manual de imagen institucional ya ayuda en el fortalecimiento ¿no? del personal también porque el personal se va a sentir un poco más.... Como si su institución tuviera una imagen que representa lo que es institucionalmente. Lo que va a contar en el manual contiene todo lo que es la información institucional la imagen corporativa, los colores, el slogan, el logo, refleja lo que es la institución seria importante contar con un manual.
- 
- **¿Qué elementos pictográficos considera que debería contener el logo del SEDES?**

- La verdad que la ideas podrían surgir pero se tendría que lanzar un concurso, se tendría que hacer una lluvia de ideas, porque crear un logo y un slogan no es tan sencillo, porque primero se tiene que buscar propuestas y luego estas deben ser analizadas detalladamente para llegar a una conclusión, no es tan fácil yo mismo como persona no puede decidir. Se tiene que hacer primero un sondeo de opinión o tal vez una encuesta, entrevistas para sacar las ideas , las propuestas y entre ellas analizar porque en el SEDES tenemos un consejo técnico reducido que analiza las propuestas primeramente y después ya pasa a un consejo ampliado y luego ya de este ampliado con todas la propuestas, las interrogantes se podría llegar a una conclusión bonita digamos de una nueva propuesta de logo institucional que hasta el momento nos ha identificado sí, porque casi todo el personal de salud sabe que el mapa del SEDES , es SEDES PANDO con su familia, pero si te vamos hacer una nueva propuesta de un logo tendría que ser consensuado, analizado porque tiene que ser un logotipo y un slogan que represente a toda la familia salubrista del departamento de Pando , no solamente acá de la oficinas donde funciona el SEDES, si no que tendría que reflejar el trabajo que hace el hospital los centros de salud, tanto acá en cobija como también del área rural, porque el SEDES es departamental cubre los 15 municipios y en los 15 municipios hay personal de salud que están diferentes comunidades alejadas otras más cercas, pero está ahí trabajando el personal haciendo su trabajo.

- **¿Qué hace SEDES pando para socializar y difundir sus servicios?**

- Tenemos como institución estamos enmarcado en programas de salud, hay programas que pertenecen a diferentes unidades, empezando por la unidad de redes y servicios que esta su cargo las coordinaciones, están los establecimientos de salud, esta la unidad de epidemiología que también maneja programas como son salud ambiental, programa ampliado de inmunizaciones, está la unidad de vectores la que se encarga de ver las enfermedades del dengue, la leishmaniasis ,la malaria, esta la unidad de calidad que tiene que ver con el tema de la habilitación de los centros de salud y también lo que es su apertura de cualquier establecimiento de salud sea publico o privado tiene que pasar por la unidad de calidad, tenemos la unidad de promoción y comunicación, tenemos la unidad jurídica, la unidad administrativa, la unidad de

recursos humanos y trabajamos mas con los programas, porque los programas manejan indicadores nacionales de diferentes enfermedades y trabajamos mas enmarcados con ellos con los programas ¿no?, en las campañas de vacunación en las campañas que se hacen para prevenir enfermedades, estamos mas enmarcados en eso, si vamos hablar de ofertar servicios institucionales también tenemos oferta del carnet internacional, se oferta el carnet contra la fiebre amarilla y también el carnet sanitario que cualquier lugar que quiera vender comida , quiere abrir su restaurant, tiene que venir y sacar su carnet sanitario que solamente ele dan si no tiene ninguna enfermedad que al manipular ese alimento pueda contagiar a otra persona, se podría hacer ,pero tendríamos que ampliar más y se necesitaría más recursos ¿no?, más recursos económicos, por el momento solo manejamos los programas para prevenir enfermedades en campañas que se realizan a nivel nacional y departamental, pero la idea de reflejar un poco lo que oferta el sedes , seria por ese aspecto no, acerca de los remanentes , que te ofrece en ventanilla única, también se podría reflejar pero se necesitaría un poquito mas de recurso económicos, y nuestro recurso económico , como comunicación no es mucho digamos, es bien reducido, si nos vamos a comparar con otra instituciones creo que el sedes sería una dela instituciones que maneja menos recursos, si te comparo con cualquier otra institución e inclusive yo me he dado cuenta de que hasta los municipios manejan mucha más plata que el SEDES y los municipios no hacen lo que es la promoción y prevención de enfermedades, la gobernación ni se diga tampoco , y no hace promoción y prevención de enfermedades , así que el SEDES seria el que tendría que abocarse por esa parte. Pero todos tiene recurso para difusión y publicidad.

- **¿Qué medios utiliza para la difusión de los servicios?**

- Se hace contratación, se contrata a un canal a una radio, no no da mucho el presupuesto para contratar más de una canal y una radio y tampoco nos da para contratar para todo el año , lo contratamos así por dos o tres meses porque el presupuesto no nos da para contratar los 12 meses.
- Tenemos, como esta de moda las redes sociales, tenemos Facebook, diferentes grupos de WhatsApp, el Twitter , Instagram, YouTube, pero no las utilizamos mucho, en las que mas difundimos nuestras actividades institucionales es el Facebook y algunos

grupos de WhatsApp donde están los mismos trabajadores en salud, para ellos también a través de esa comunicación que también no es oficial, es una comunicación extraoficial, pero casi todo se informa por WhatsApp internamente y ya cuando no hay duda recién hacemos una nota corta para difundir en el Facebook

- **¿Cómo definiría a la institución?**

- Como lo dice nuestra misión y visión, somos una institución rectora a nivel departamental, tenemos que hacer cumplir y cumplir las diferentes normativas que hay en salud, son normativas nacionales que vienen directamente del ministerio de salud, por ejemplo la ley del SUS, nuestro trabajo como personal de salud es tratar de socializar esta ley del SUS, que poco a poco la población vaya entendiendo que es un seguro que va beneficiar a la población siempre y cuando se cumpla con los medicamentos, la infraestructura el personal de salud que se necesita para hacer una atención de calidad lo que exige la población que también está en su derecho, que es el acceso universal a la salud según la constitución política del estado, pero eso se va cumplir a medida de que se vayan solucionando las necesidades mucho tiene que ver a los que apoyan a los municipios en el primer y segundo nivel y ya el tercer nivel pasara a manos de la gobernación o quizás del ministerio de salud, peor por el momento estamos enmarcado en la socialización del SUS y también la promoción de salud sea manejada como una transversal con todo el personal para que todos hagan ese trabajo de promoción y previsión en realidad para prevenir las enfermedades no tanto es realizar la atención si no como prevenirlas cuidando nuestros hábitos ,modificando tal vez algunos para que el 80% de la población no se enferme, si practicamos más promoción y prevención más que la atención , le aseguro que la mayoría de la población no se va a enfermar, para ello tiene que haber una gran campaña utilizando todos los recursos todas la estrategias de comunicación ya sea masiva ,ya sea por la redes social o la comunicación comunitaria que se tiene dar en las comunidades , haciendo un gran campaña tal vez se puede cambiar algunos hábitos saludables porque las enfermedades que están de moda, la diabetes, la hipertensión arterial y otras , es porque no tenemos los hábitos correctos , no consumimos frutas , no se consume verduras , acostumbrados a tomar mucho azúcar

no ve, el exceso de azúcar es dañino para la salud, tendría que haber un cambio de hábitos total de la población si es que queremos evitar esas y otras enfermedades.

- Lamentablemente ahorita digamos, seguimos en el tema del asistencialismo, creemos que lo asistencial es lo más importante, pero deberíamos enfocarnos más en la difusión y promoción, si nos enfocamos más en eso, le aseguro que no habría más gente enfermándose por las cosas que ya le mencione, el mismo SUS yo lo hallo que está más enfocado más en la atención, pero nos olvidamos de lo que es la promoción y prevención que solamente se va a lograr a través de la difusión utilizando las estrategias comunicacionales habida y por haber.

**Sr. Distefano Olbea Vargas – Unidad de Promoción y Salud del SEDES PANDO**

**Responsable de programa educación para la vida de SEDES PANDO y creador de los logos de las gestiones 2006 -2008, formó parte de la elaboración del logo de la gestión 2009-2010, 2010-2012, 2013-2016 y 2017-2019**

- **Desde su punto de vista cuál es su opinión acerca de los colores institucionales**
  - Par mí, me parece que bien porque uno identifica a al sedes que es salud y otro que identifica a la región que vivimos entonces en las presentaciones que siempre hacíamos en los consejos técnicos yo explicaba eso, porque ese era el motivo de los colores, a mí me gusto no, y como yo soy d esta región me gusto siempre que lleve esos colores.
- **¿Cómo cree que puede contribuir a la institución el manual de identidad visual?**
  - El manual es muy importante porque ahí traza la imagen de una institución trabajo en definir las normas que tiene la caracterización de la institución tanto interno como externo por ejemplo a la imagen que le damos a la población ya sea el nombre de la institución o de la compañía que ahí viene el log también viene las normativas en definir como tiene que ser una imagen institucional por eso es un documento muy importante el manual institucional tanto para una compañía como para una institución.
  - Es importante que haiga ese documento y que se puede imprimir y oficializarlo que haiga en la institución, porque si no hay ese manual la institución nunca va a tener digamos pues ese tipo de documento para seguir esas normas como tiene que ser la forma de la imagen institucional.
- **¿Qué elementos pictográficos se deben mantener en la propuesta del nuevo logo?**

- Pienso que la familia es bueno que se mantenga siempre, incluso en banner y otros diseños la misma familia la utilizamos de fondo, entonces como icono la familia es muy importante que lo identifica a la institución, la persona mira a la familia y ya sabe que es el sedes. Entonces es importante que se mantenga.
- **En sus propias palabras como puede definir SEDES PANDO**
- Para mi SEDES PANDO es la primera institución en salud a nivel departamental es una institución que da cobertura en todos los servicios de salud en todo el departamento y que debe estar enmarcado en la política de salud porque ya tenemos una política de salud que se tiene que trabajar. También trabaja en redes funcionales, que estas redes tienen que dar promoción y prevención de las diferentes enfermedades y solucionar los problemas de salud, como es la primera institución de salud hace rectoría de que a través del sedes se trabaje todo esto.

### **Anexo3**

#### **Creador de los antiguos logotipos de SEDES**

1. ¿En qué época y cuáles fueron los criterios de creación del logotipo?
2. ¿Cuál es el significado de los elementos que contiene el logo que usted creo?
3. ¿Cómo se desarrolló el proceso de creación y certificación del logo?

#### **Entrevista 03/09/19**

**Sr. Distefano Olbea Vargas – Unidad de Promoción y Salud del SEDES PANDO**

**Responsable de programa educación para la vida de SEDES PANDO y creador de los logos de las gestiones 2006 -2008, formó parte de la elaboración del logo de la gestión 2009-2010, 2010-2012, 2013-2016 y 2017-2019**

#### **CREADOR DEL LOGO**

- **¿En qué época y cuáles fueron los criterios de creación del logotipo?**
- Del logo del 2006 se pensó primeramente digamos en lo que es salud abarcado en todo el departamento, pero más que todo se pensó también en la gestión del gobierno

departamental como SEDES siempre ha pertenecido al gobierno departamental, entonces quería que haya una gestión departamental, nosotros hicimos diferentes logos que al final quedo este donde hemos puesto el nombre del gobierno departamental que en aquel entonces era prefectura y pusimos el slogan del gobierno departamental que era “PANDO SALUDABLE, GOBIERNO DE INCLUSION”, entraba el logo del SEDES y más de la prefectura departamental en ese entonces, entonces era pando saludable gobierno de inclusión que era en ese tiempo de la gestión, entonces fue por eso que hicimos ese logo y lo hicimos redondito para que puede identificar a las movilidades del SEDES también no, porque siempre hay brigadas que vamos al área rural, por eso fue que hicimos ese logo y el departamento (mapa) que lo pusimos ahí , que siempre hemos pensado en las coberturas que se hace a nivel departamental.

- El logo fue una combinación del logo de la prefectura y del SEDES que había, más que todo para realzar que la institución dependía de la prefectura ese era el objetivo en este tiempo que hicimos el logo.
- Los colores que aquel entonces eran 3 colores azul, verde y blanco; en ese entonces en los colores del departamento verde y blanco y el azul porque en ese tiempo tenía 3 colores el gobierno departamental si no me equivoco, y uno de esos era azul, en aquel entonces también el sector salud se lo identificaba un color celeste y azul por eso fue que se pensó en azul porque el celeste era muy claro entonces se pensó en ese tiempo en el azul.
- Los colores institucionales de aquel entonces no eran oficiales, si no que pensamos en la región del departamento de pando por eso se utilizó el blanco y el verde y el azul por lo que identificaba en aquel entonces al sector salud tanto celeste como azul incluso se ocupaba ese color en el hospital Roberto Galindo, por fue que se utilizó el azulcito.
- En la ejecución de este logo solamente mi persona lo propuso, porque en aquel entonces no teníamos muchos funcionarios entonces yo he trabajado en el diseño , se ha hecho diferentes propuestas y en este se ha quedado, claro que en el transcurso del trabajo (elaboración del logo), consultábamos con el consejo técnico reducido donde había de 4 a 5 personas en ese tiempo que mayormente eran las que trabajaban cerca del director no eran todos los jefes de unidades, eran las personas que estaban más cerca del director y consultábamos si estaba bien, en ese aspecto se trabajó con más personas en el asesoramiento del logo.

- Logo 2009-2010, forme parte de la creación mantuvimos el mapa de pando, en aquel entonces el director quería que se ponga algo de la región de cobija, entonces pensamos en una palmera y yo había identificado el símbolo de la medicina que son unas viboritas, pero ahí lo cambiamos con una palmera, entonces como fue otra persona que lo hizo el diseño, pero yo contribuí en el proceso de construcción, pero solo duro una gestión ese logo.
- Logo 2010 -2012, ya hemos pensado en la familia , porque estamos pensando en cómo el SEDES aporta y beneficia en sus servicios a la familia, que en el logo estaba formado por una mamá, papá y sus hijos (varón y mujer),y el nombre del servicio departamental de salud en ese entonces se puede ver que dice pando, queríamos identificar que el servicio departamental era del departamento pando y los colores se mantuvieron, hubo unas reuniones y algunas discusiones sobre el color porque el color verde oscura no identificaba mucho al sedes entonces pensamos hacer un verde clarito y entonces quedo ese logo que duro 2 gestiones.
- Logo 2013-2016, aquí sería la actualización que hemos hecho ya tecnología nos permitió trabajar más en Photoshop donde ya hemos identificado a la familia, pero hay algo diferente en este logo podemos ver a la mamá que en los brazos tiene a un bebe donde estábamos promocionando también lo que sería la leche materna, entonces el SEDES promocionaba eso y identificábamos siempre el sexo porque vemos al papa con el niño y a la mama con un bebe en los brazos, el color igual se quedó con el departamento de pando y si lo vemos a la familia en blanca ya ahí comenzamos a identificar el color de salud que es blanco y la palabra SEDES en blanco porque ya identificábamos al sector salud y el mapa continuo porque pensábamos en la cobertura que da a todo el departamento. Y se incluyó el slogan; fue mi persona que lo hizo, como estábamos pensando en la familia entonces originalmente el slogan era más largo “trabajamos por tu salud y la de tu familia, porque tu familia esta primero”, pero en un consejo técnico hemos visto que estaba muy largo entonces se decidió por “trabajamos por tu salud y la de tu familia “y se quedó eso hasta ahora.
- Logo 2017-2019, la última actualización identificamos el color del sedes que es blanco y verde y la familia se mantiene, y la cobertura en el mapa del departamento y el color verde que representa a la amazonia y vemos las letras más grandes, porque antes en las hojas membretadas o una hoja oficio no se notaba el logo, entonces habíamos pensado que el sedes se identifique bien, entonces pusimos las letras más grandes, se presentó 3 modelos y este fue el que se eligió.

- **¿Cuáles fueron los criterios de creación?**
  - Siempre fue en base a la protección que nosotros le damos a la familia porque más o menos del 2006 se comenzó a hablar de la política de salud que en ese tiempo era un modelo de salud y nosotros como salud tenemos que estar siempre enmarcado dentro de esa política , en ese tiempo era un modelo de salud que teníamos que trabajar que el modelo SAFCI y la SAFCI siempre se involucró en la familia, entonces fue que desde un principio ya nosotros comenzamos a involucrar a la familia y ahora es lo que trabajamos en eso, trabajamos por ejemplo nuestra capacitaciones que damos yo como responsable de un programa de educación en salud siempre estamos enseñando que primero está la persona, la familia y la comunidad siempre involucramos a todos y desde un principio como nos caracterizamos en eso.

#### **Anexo 4**

#### **Observación No participante**

ASPECTOS A OBSERVAR	Si	No
La institución cuenta con señalética institucional que identifique las diferentes unidades de trabajo de SEDES.		x
Los funcionarios del SEDES brindan una atención de calidad al momento de realizar diferentes trámites, preguntas, etc. En la institución		x
Se evidencia el uso de identificadores que correspondan a los diferentes cargos en la institución.		x
Tiene una óptima visualización el letrero de identificación de SEDES.		x

Los colores institucionales están reflejados en la infraestructura y en los ambientes de la institución		X
Se hace el manejo del logotipo actual en las diferentes publicaciones (banner, cartilla, hoja membretada, cartas)	X	
La presencia visual de la visión y misión de SEDES PANDO		X



Banner de la institución, observación de la aplicación del logo actual.



Pie de foto que utiliza para subir fotografías a la página de Facebook



Hoja Membretada



**ANEXO 5** Reunión con el director técnico Interino y los jefes de unidades, realizando Análisis FODA y Jerarquización de necesidades



**ANEXO 6** Reunión con el consejo técnico reducido en la selección de las marcas propuestas y la validación de la marca seleccionada.

## Anexo 7

### Validación de Instrumentos



## ANEXO 8

### Encuesta

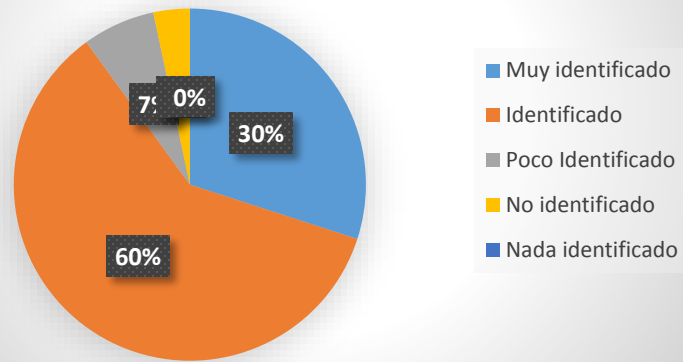
- Aplicación de herramienta a 3 funcionarios por unidades y programas de la institución
- Análisis cualitativo de las actitudes y conformidad de la cultura, filosofía y clima institucional.

#### Encuesta (ESCALA DE LIKERT)

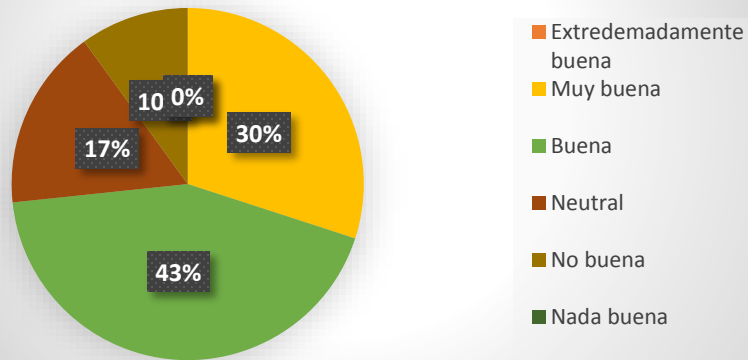
- 1. ¿Se siente identificado (a) con el logotipo de la institución?**
  - a) Muy identificado
  - b) Identificado
  - c) Poco identificado
  - d) No identificado
  - e) Nada identificado
- 2. ¿Le parece adecuado los colores que utiliza actualmente la institución?**
  - a) Muy adecuado
  - b) Adecuado
  - c) Poco adecuado
  - d) No adecuado
  - e) Nada adecuado
- 3. ¿Qué tan importante considera los valores y principios dentro de la institución?**
  - a) Extremadamente importante
  - b) Muy importante
  - c) Importante
  - d) No importante
  - e) Nada importante
- 4. ¿Cómo considera la relación laboral entre funcionarios?**
  - a) Extremadamente buena
  - b) Muy buena

- c) Buena
- d) Neutral
- e) No buena
- f) Nada buena

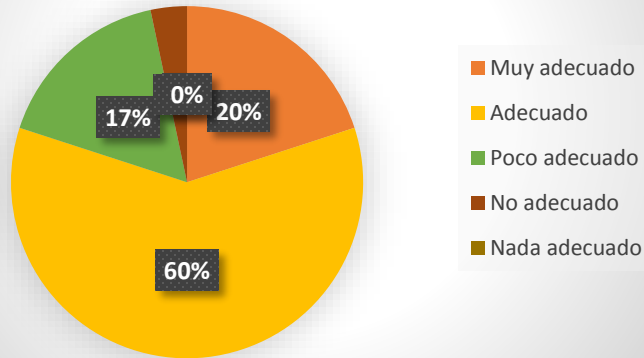
### Se identifica con la el logotipo de la institución



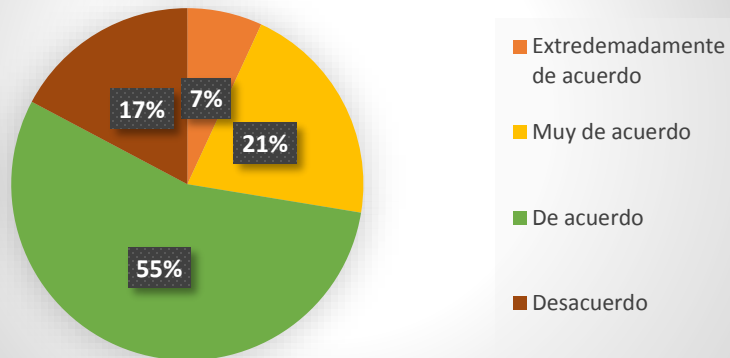
### Como considera la relacion laboral entre funcionarios



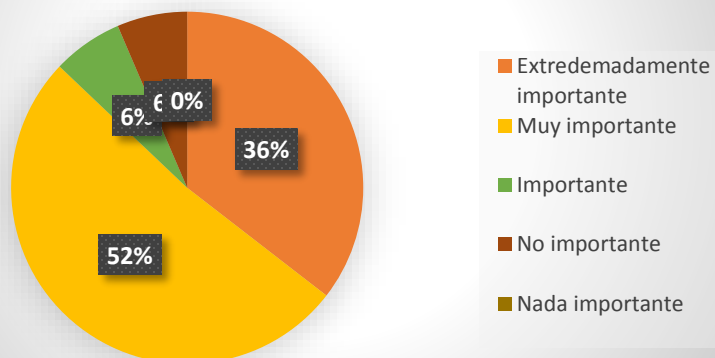
## Le parece adecuado los colores que utiliza la institucion



## Estaría de acuerdo con un nuevo logotipo



## Considera importante los valores y principios en la institucion



## **Anexo 9**

- **Historia de Vida**

**Funcionario con mayor antigüedad en la institución.**

**1. Relato de los inicios de la institución.**

- ¿Cómo era la institución?
- Comente acerca del trabajo que usted realizó en SEDES PANDO
- Que cambios se produjeron desde que inició su trabajo hasta ahora.
- ¿Cómo cree que sea SEDES en el futuro?

**ENTREVISTA SR. ADEMAR VIDAURRE VELASQUEZ**

**TECNICO DE MALARIA- RESPONSABLE DEL PLAN DE MALARIA 40 AÑOS  
QUE TRABAJA EN ESTE PROGRAMA**

- ¿Cómo era SEDES pando?
- Sedes pando cuando iniciamos nosotros era ahí donde es la construcción del hospital del tercer nivel era ahí atrasito era sedes pando y en la parte de al frente era el hospital viejo donde actualmente es el consejo era el hospital viejo que me acuerdo cuando era muchachito cuando existió ese, pero cuando ya entre a trabajar ya había otro hospital donde actualmente es la entrada del hospital de tercer nivel ahí era el hospital que conocí, en la parte de atrás de ese hospital estaban las oficinas de SEDES PANDO que en aquel entonces éramos poquísima gente no era la cantidad que somos ahorita no, así que muy pequeñito, reducido por eso que en la parte de atrás solo había un edificio y posteriormente construyeron uno que era a ladito, que fue una ampliación del sedes de dos piso que funciono en ese tiempo. Después que paso eso ahí conocí el nuevo SEDES PANDO, porque antes no era sedes pando se llamaba UNIDAD SANITARIA, ese su nombre original todo mundo lo conocía por unidad sanitaria no era conocido por sedes pando como ahora no, de ahí este ya fue como SEDES PANDO y es hasta el momento, conocí varios directores de sedes pando y de la unidad sanitaria en ese año como Juan José Salinas el trabajo años como director de la unidad sanitaria en ese tiempo, había un proyecto que trabaja ahí donde es la

maquina donde es la plaza de la humbert terrazas al frente había una oficina trabajaba una ONG era un puesto que trabajaba como apoyo a la unidad sanitaria no recuerdo el nombre exactamente.

- El nombre original de UNIDAD SANITARIA duro hasta el año 1990 y de allá para acá cambio para SEDES PANDO, nosotros cuando comenzamos a trabajar en malaria ahí donde era la federación en la punta del hospital viejo ahí era la oficina de malaria, primeramente, cuando ingresamos en 1979 la oficina de malaria era ahí mismo en el hospital viejo ahí al frente era COSSMIL bien me acuerdo y la oficina de malaria en ese entonces.
- De ahí **en 1992 vino la descentralización** de la administrativa del personal de malaria, primeramente el personal de malaria salían en brigada a todo el departamento no era como ahorita que estamos concentrados ,este edificio al lado era nuestras oficinas antiguas de 1983 hasta el 1992 , luego comenzaron las descentralización comenzamos con memorándum para Gonzalo moreno, nueva esperanza, santo mercado, villa nueva para puerto rico, santa rosa, el Sena, san Lorenzo, san pedro a mí en ese entonces me tocó trabajar en puerto rico con unos compañeros fuimos 8 destinados a puerto rico , de ahí entonces trabaje 11 años y después me vine acá a cobija y me quede desde ese entonces. Sedes pando continuo hasta que nos desalojan ahí donde es la construcción del hospital de tercer nivel, primeramente nos llevan todas la cosas al coliseo nishikawa , después nos llevan ahí donde era ingreso municipales y al frente utilizamos 2 edificios de ahí ya nos traen aquí a la ex cordes pando, fueron varios traslados que tuvimos que en eso se perdieron muchas cosas, documentación a veces unos activos y varios cosas que nos pasaron.
- Desde el momento que cambia a SEDES PANDO el trabajo continuo siendo el mismo y fue creciendo por antes éramos pocas personas que trabajan en ese tiempo en unidad sanitaria, el cambio nos fortaleció comenzamos a crecer y actualmente somos varias personas que trabajamos acá como personas rectoras de todo lo que es la parte municipal como ha crecido los municipios lo que nos hace falta de más gente para cubrir estos lugares porque todos los años se crean nuevas comunidades y eso causa problema porque nos dificulta en la atención de ellos lo que se hace es pedir más

intems para que estas comunidades sean atendidas y eso es lo que estamos peleando ahora par a nosotros llegar a concretar el trabajo en el área rural.

- Cuando estábamos como unidad sanitaria no pasábamos de unos 30 a 35 personas, claro que había también el hospital y eso que era lo único que había en ese entonces no había centros de salud como ahora, había también en porvenir, filadelfia, puerto rico había centro de salud. En puerto rico por ejemplo era un cuartito prácticamente como un consultorio ahí funcionaba el centro de salud y una farmacia era muy pequeño no tenía ni siquiera para poner una persona enferma, aun así como unidad sanitaria trabajábamos con estos centros de salud.
- Sedes pando como parte rectora de todos los centros de salud, la parte del hospital y todos los que trabajan, siempre fue la parte que organiza, ve la situaciones de avance en los centros de salud, por ejemplo cuando un alcalde quiere construir un centro de salud o una posta sanitaria el SEDES tiene que dar el AVAL de esa construcción y de cómo tiene que ser construido eso para que tengo validez, antiguamente eran las construcciones de postas sanitarias en las comunidades que no daban las condiciones completas , como actualmente da el SEDES que regula los centros de salud y ministerio de salud, que tiene que tener diferentes unidades que estén normadas por el SEDES para que tengan las condiciones de atender a las personas para ser acreditado. Mientras no esté construido el centro de salud bajo las condiciones del ministerio de salud y validado por SEDES no se puede llevar a cabo su construcción, eso es lo que actualmente los diferentes alcaldes deben hacer con el personal de acreditación.
- El aval que da el sedes pando lo escucho como hace 15 años que están haciendo, antes los municipios no tenían los recursos económicos para construir como lo hacen ahora, porque antes ellos construían lo que podían con los recursos que tenían y no seguían completamente lo que pedía el SEDES por el recorte económico. Ahora no se construye como sea se tiene que seguir lo que esta normado.
- **¿Qué cambios significativos ha visto?**
- Uno de los cambios más grandes es el crecimiento del personal y la expansión de sus servicios a todo el departamento, porque cuando yo entre antes no había eso, no había oficinas, movilidades, computadoras, aunque en ese tiempo no sabíamos que era

eso... antes eran con máquinas de escribir que paraban más fregadas. Ya que no había la tecnología que tenemos ahora no.

- Tenemos moviidades, motocicletas en los centros de salud que van y hacen visitas a las comunidades. Antes no habían carreteras, era difícil llegar a las comunidades, eran caminos así troncalitos. Nosotros en ese entonces para ir a visitar algunos lugares teníamos que ir en burro , nos daban burros porque no había carretera y solo andábamos por las sendas que eran abiertas, por ejemplo para ir a santa rosa del abuna montábamos la carga en el burro y nos íbamos allá y demorábamos 5 a 6 días para llegar claro como no andábamos todo el día, teníamos tiempo para descansar porque caminábamos de noche, porque el burro se estropea en el sol, después nos dotaron con bicicleta eran esas bicicleta grandes que le decían **Hércules** y fue mejorando nos dieron 3 motos y la utilizábamos para todo, luego nos dieron un jeep , luego 2 camionetas y fue mejorando las cosa no, también nos compraron deslizadores no, para poder entrar a algunos lugares por el rio. Ahora no pues, solo cogemos una camioneta y en 3 horas estamos por allá...

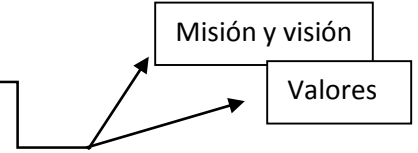


Entrevista con Sr. Ademar Vidaurre

## Anexo 10

- **Revisión Documental**

- Plan estratégico (gestión actual o gestión más actualizada)
- Normativas internas de la institución.
- Libros relacionados con la identidad corporativa, identidad visual.
- Artículos científicos.



## Anexo 11

- **Actas de validación de instrumentos**



**UNIVERSIDAD AMAZÓNICA DE PANDO**  
**Área de Ciencias Sociales y Humanísticas**

*"La preservación de la Amazonia es parte de la subsistencia de la vida, del progreso y desarrollo de la bella tierra Pandeña"*



### ACTA DE VALIDACIÓN

ACTA DE VALIDACIÓN DE INSTRUMENTO	
MUNICIPIO DE COBIJA	HORA: 09:46
LUGAR: SEDES PANDO	FECHA: 02/09/19

En la ciudad de Cobija, a horas 09:46 del día 02 del mes de Septiembre de 2019, en instalaciones del Servicio Departamental de Salud Pando, se procede a la validación de los instrumentos (Entrevista Historia de vida, Observación no participante, Escala de Likert y Revisión Documental) del Proyecto de Grado titulado "PROPUESTA DE UN NUEVO DISEÑO DE LA IDENTIDAD VISUAL DEL SERVICIO DEPARTAMENTAL DE SALUD (SEDES PANDO)"

Una vez revisadas y aceptadas para ser aplicadas, doy por validados los instrumentos. En constancia de la verdad firmo al pie de la presenta acta.

Dr. Desajando Dávila Vargas  
RESPONSABLE PROGRAMA  
EDUCACIÓN PARA LA VIDA  
SEDES - PANDO



**ACTA DE VALIDACIÓN**

ACTA DE VALIDACIÓN DE INSTRUMENTO	
MUNICIPIO DE COBILJA	HORA: 10:30
LUGAR: SEDES PANDO	FECHA: 02/09/2019

En la ciudad de Cobjija, a horas 10:30 del día 02 del mes de Septiembre de 2019, en instalaciones del Servicio Departamental de Salud Pando, se procede a la validación de los instrumentos (Entrevista Historia de vida, Observación no participante, Escala de Likert y Revisión Documental) del Proyecto de Grado titulado "PROPUESTA DE UN NUEVO DISEÑO DE LA IDENTIDAD VISUAL DEL SERVICIO DEPARTAMENTAL DE SALUD (SEDES PANDO)"

Una vez revisadas y aceptadas para ser aplicadas, doy por validados los instrumentos. En constancia de la verdad firmo al pie de la presente acta.

*[Handwritten signature]*  
 Lic. Mercedes Montoya Villanueva  
 VICERRECTORÍA DE LA  
 SALUD Y COMUNICACIÓN SOCIAL  
 SEDES - PANDO



**ACTA DE VALIDACIÓN**

ACTA DE VALIDACIÓN DE INSTRUMENTO	
MUNICIPIO DE COBILJA	HORA: 09:58
LUGAR: SEDES PANDO	FECHA: 02/09/2019

En la ciudad de Cobjija, a horas 09:58 del día 02 del mes de Septiembre de 2019, en instalaciones del Servicio Departamental de Salud Pando, se procede a la validación de los instrumentos (Entrevista Historia de vida, Observación no participante, Escala de Likert y Revisión Documental) del Proyecto de Grado titulado "PROPUESTA DE UN NUEVO DISEÑO DE LA IDENTIDAD VISUAL DEL SERVICIO DEPARTAMENTAL DE SALUD (SEDES PANDO)"

Una vez revisadas y aceptadas para ser aplicadas, doy por validados los instrumentos. En constancia de la verdad firmo al pie de la presente acta.

*[Handwritten signature]*  
 Juana Alvarez Crespo  
 CI 1699733-70



**ACTA DE VALIDACIÓN**

ACTA DE VALIDACIÓN DE INSTRUMENTO	
MUNICIPIO DE COBILJA	HORA: 12:00 pm
LUGAR: SEDES PANDO	FECHA: 20 de Agosto del 2019

En la ciudad de Cobjija, a horas 12:00 del día 20 del mes de Agosto de 2019, en instalaciones del Servicio Departamental de Salud Pando, se procede a la validación de los instrumentos (Entrevista Historia de vida, Observación no participante, Escala de Likert y Revisión Documental) del Proyecto de Grado titulado "PROPUESTA DE UN NUEVO DISEÑO DE LA IDENTIDAD VISUAL DEL SERVICIO DEPARTAMENTAL DE SALUD (SEDES PANDO)"

Una vez revisadas y aceptadas para ser aplicadas, doy por validados los instrumentos. En constancia de la verdad firmo al pie de la presente acta.

*[Handwritten signature]*  
 José Wladimir Cordero Guebarra  
 DIRECCIÓN TÉCNICA S.I.  
 SEDES - PANDO