



# USAC

## TRICENTENARIA

Universidad de San Carlos de Guatemala

Universidad de San Carlos de Guatemala

Facultad de Arquitectura

Escuela de Diseño Gráfico

### Campaña de Divulgación del Sistema de Referencia y Contra-Referencia para el Hospital Roosevelt





# Nómina de Autoridades

## Junta Directiva Facultad de Arquitectura

Arq. Carlos Enrique Valladares Cerezo	Decano
Arq. Gloria Ruth Lara Cordón de Corea	Vocal I
Arq. Edgar Armando López Pazos	Vocal II
Arq. Marco Vinicio Barrios Contreras	Vocal III
Br. Jairon Daniel del Cid Rendón	Vocal IV
Br. Carlos Raúl Prado Vides	Vocal V
Arq. Alejandro Muñoz Calderón	Secretario

## Tribuna Examinadora

Arq. Carlos Enrique Valladares Cerezo  
Arq. Alejandro Muñoz Calderón  
Lic. Anabella Yaeggy  
Lic. Fernando Fuentes  
Dr. Carlos Manuel Quevedo Ramos



**USAC**  
TRICENTENARIA  
Universidad de San Carlos de Guatemala

**ARQUITECTURA**  
Diseño Gráfico 



# USAC

## TRICENTENARIA

Universidad de San Carlos de Guatemala

Universidad de San Carlos de Guatemala

Facultad de Arquitectura

Escuela de Diseño Gráfico

### Campaña de Divulgación del Sistema de Referencia y Contra-Referencia para el Hospital Roosevelt





# Índice

Agradecimientos y Dedicatoria .....	7
Presentación .....	10

## Capítulo 1

Antecedentes .....	12
Problema .....	13
Justificación .....	14
Objetivos de Diseño .....	16

## Capítulo 2

Perfil del Cliente .....	19
Grupo Objetivo .....	21

## Capítulo 3

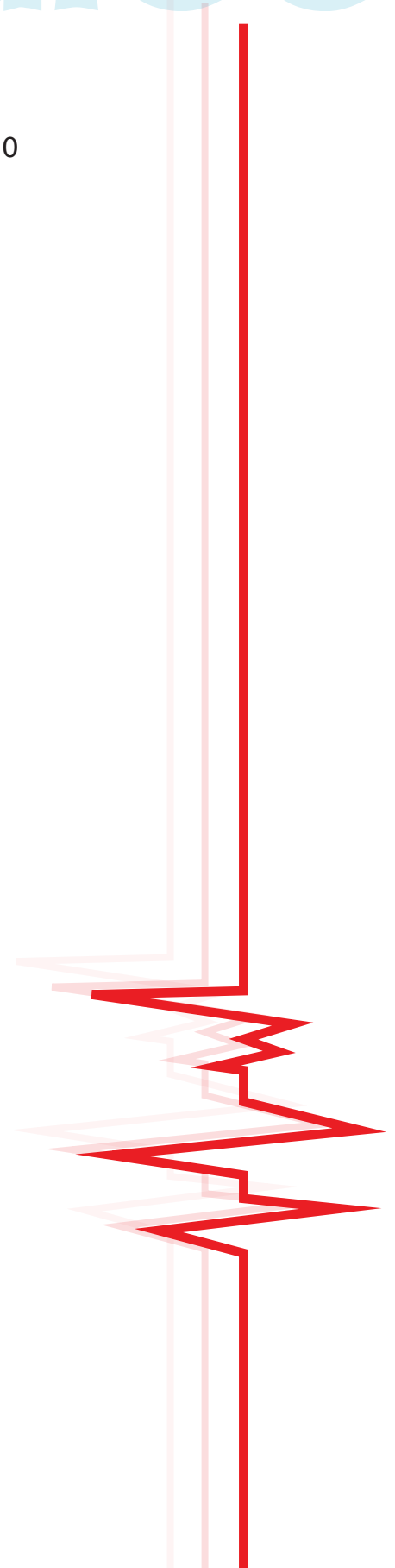
Conceptos Fundamentales .....	25
Proceso Creativo .....	29
Concepto Creativo .....	33
Proceso de Bocetaje .....	35
Propuesta para Validación .....	41

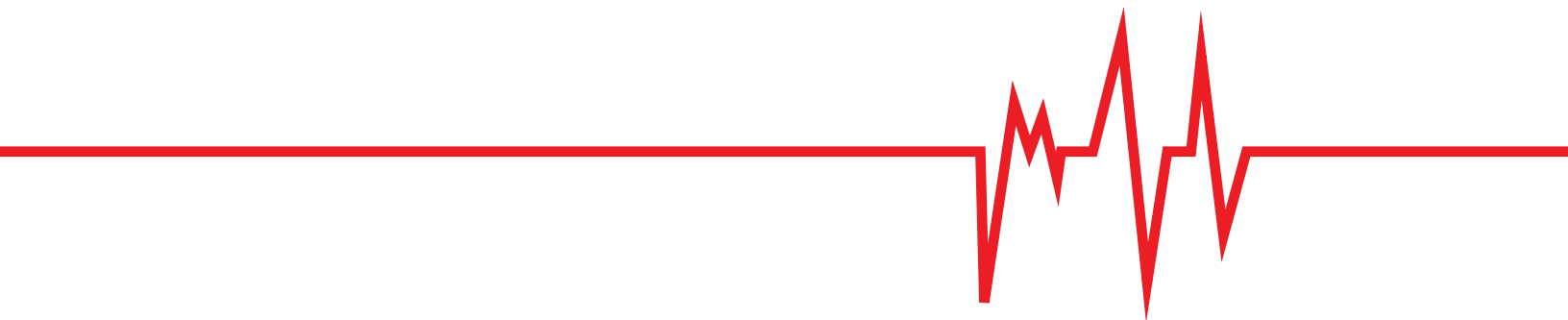
## Capítulo 4

Validación (Comprobación de la Eficacia) .....	52
Propuesta Gráfica Final .....	56
Fundamentación .....	63
Formato y Soporte.....	67

## Capítulo 5

Lineamientos para la Puesta en Práctica .....	70
Conclusiones .....	75
Bibliografía .....	76
Glosario .....	77
Anexos .....	80





# Agradecimientos Y Dedicatoria



Con todo mi amor y mi corazón dedico este proyecto de graduación y mi carrera universitaria a:

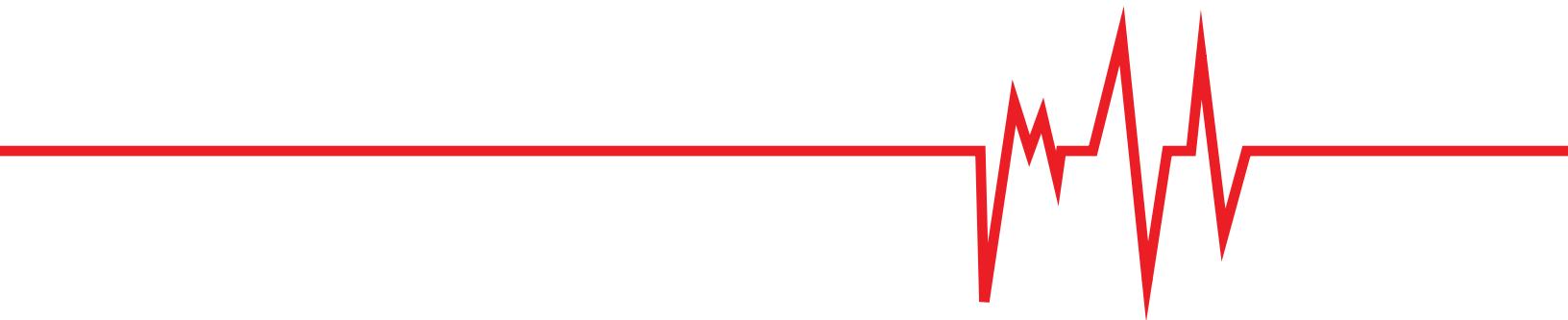
- Dios, porque cada día de mi vida he visto tu amor y fidelidad. Aún cuando he sentido desfallecer tu diestra me ha sostenido y me has dicho que no tema porque Tú estás conmigo. Gracias Dios por ser mi refugio, mi roca y mi fortaleza. Gracias por permitirme alcanzar una meta más.
- Mis Padres, seres maravillosos que Dios ha puesto en mi vida para cuidarme y guiarme, gracias por su apoyo incondicional, por creer en mí. A ti mamá por desvelarte conmigo. A ti papá porque siempre has estado cerca cuando te necesito. Por sus consejos, por esos esfuerzos que realizan para darme lo mejor y por muchas cosas más. Los Amo.
- Mi hermanito, por brindarme tu apoyo siempre, por tus sabios consejos, por animarme en los momentos más difíciles, por preocuparte y por creer en mí, te admiro por ser una persona inteligente con un corazón noble. Te quiero mucho.
- Mis abuelitas Paula y Nieves, por su cariño y apoyo incondicional, por preocuparse siempre por mí. Le doy gracias a Dios por tener la dicha de compartir esta etapa de mi vida con ustedes. Las quiero mucho.
- Una personita muy especial para mí, que ha despertado un sentimiento único en mi corazón, el cual me hace querer ser una mejor persona y poderle brindar mi amor, mi confianza, todo mi apoyo y un buen ejemplo, a ti, Sofi. Te quiero mucho.
- Toda mi gran familia, los que están cerca y los que están lejos, el espacio no alcanzaría para nombrarlos a todos. Agradezco su gran apoyo y ca-

riño incondicional, por esa calidad humana que los caracteriza y hace que sean muy importantes y especiales para mí. Gracias por animarme, por creer en mí, por aconsejarme, por sus oraciones, por estar pendiente de mí. Los quiero mucho.

- Carlos Quevedo, por su valioso apoyo incondicional, Dios lo Bendiga.
- Mis amigos, por ese cariño incondicional y todo el apoyo que he recibido de cada uno de ustedes, por su tiempo, por sus consejos, por esas sonrisas, por animarme cuando lo necesito. Le agradezco a Dios por haberme hecho coincidir con ustedes entre tantas personas. Son una gran bendición para mí.
- Karen Gaitán y Karen Raxtún, por ese apoyo incondicional, por hacer tan amenos los desvelos, por compartir su creatividad y capacidad conmigo, por caminar juntas paso a paso. Las quiero mucho.
- Mi casa de estudios, USAC, por acogerme en sus aulas y brindarme la formación académica que ahora culmino.
- Mis maestros y asesores, por compartir sus conocimientos, sabiduría, experiencias y consejos. Gracias por creer en mí y brindarme su apoyo.
- El Hospital Roosevelt y sus autoridades, por darme la oportunidad de desarrollar este proyecto. Dios los bendiga.

A cada una de las personas que me brindaron su apoyo en esta carrera. Bendiciones

**¡Gracias por ser parte de mi vida!**







# Presentación

El Hospital Roosevelt es un centro asistencial público de tercer nivel con más de cinco décadas brindando servicios médicos especializados gratuitos. En la actualidad cuenta con tres mil cien colaboradores aproximadamente, así mismo se constituye como una institución educativa en el área de ciencias médicas y enfermería.

Por medio de este proyecto se busca diseñar una campaña de divulgación que informe a los usuarios internos y externos sobre el "Sistema de Referencia y Contra-Referencia". Además se le orientará sobre los pasos a seguir para ser atendidos en un hospital de tercer nivel como lo es el Hospital Roosevelt.

El diseño gráfico es de mucha importancia para poder transmitir la información y de esta manera contribuir a que la población pueda recibir mejor atención según sea su necesidad.



Antecedentes

Problema

Justificación

# Capítulo 1

Objetivos



# Antecedentes



El Hospital Roosevelt es un centro asistencial público de tercer nivel de atención según la clasificación del Ministerio de Salud Pública y Asistencia Social, que atiende a personas que habitan en la ciudad capital de Guatemala, en el resto del país y ciudadanos de otros países que viven o están de paso por Guatemala, referidos desde los hospitales departamentales, regionales, puestos y centros de salud.

En la actualidad cuenta con aproximadamente 3,100 colaboradores, entre personal médico, de enfermería, auxiliar de enfermería, nutrición, trabajo social, atención al usuario, personal de seguridad, de intendencia, administrativo, técnicos y otros más.

Ofrece servicios gratuitos en medicina interna, cirugía, ortopedia, traumatología, maternidad, ginecología, pediatría, oftalmología y subespecialidades como medicina nuclear, diagnóstico por imágenes y laboratorios clínicos. Además proporciona atención de emergencias pediátricas y de adultos las 24 horas del día, todos los días del año.

El Hospital Roosevelt fue creado al inicio para atender únicamente especialidades, pero debido

al crecimiento de la población y la demanda de la misma se amplió su atención al primero y segundo nivel, sobrepasando su capacidad, motivando en el año 2011 la aplicación del "Sistema de Referencia y Contra-Referencia" con la finalidad de retornar a la atención de tercer nivel.

La difusión de este sistema ha sido deficiente, provocando que la población objeto no haya sido adecuadamente canalizada, evitando obtener los resultados deseados.

Para minimizar la referida deficiencia y mejorar la atención, es indispensable la creación de productos de diseño gráfico funcionales que informen sobre el "Sistema de Referencia y Contra-Referencia", motivando a la población objeto a solicitar atención de padecimientos comunes o de menor riesgo a centros de primer y segundo nivel, como puestos y centros de salud, entre otros.

La propuesta gráfica debe enfocarse en llevar el mensaje a los empleados de la institución y a la población que asiste a la misma solicitando atención médica.

# Problema



La institución carece de material gráfico para informar a los usuarios internos y externos sobre el "Sistema de Referencia y Contra-Referencia" y esto afecta directamente a la institución en la cantidad de personas con enfermedades de menor complejidad que asisten a la emergencia o consulta externa del Hospital, puesto que no es de su conocimiento que deben asistir a un centro del primer o segundo nivel de atención.

Debido a lo referido con anterioridad, el Hospital Roosevelt enfrenta una creciente demanda de atención de primer y segundo nivel, lo que impide brindar un buen servicio a las personas que requieren atención de tercer nivel. Es por esa razón que el Hospital Roosevelt adoptó el "Sistema de Referencia y Contra-Referencia" que consiste en canalizar a los usuarios que necesitan un servicio médico por enfermedad de menor complejidad, que asista al centro o puesto de salud más cercano y que éstos lo refieran a un hospital de tercer nivel si el caso así lo amerita por ser de mayor complejidad.

# Justificación



## Magnitud

El Hospital Roosevelt atiende diariamente alrededor de 150 niños en la consulta externa de Pediatría, 500 personas en el área de emergencia de adultos y 2,000 personas en la consulta externa de adultos.

La mayoría de la población consulta por problemas de menor complejidad, no correspondiendo al tercer nivel de atención al cual está calificado el Hospital Roosevelt.

La realización del presente proyecto de comunicación será de beneficio para disminuir la demanda de menor complejidad, realizándose durante los meses de febrero a noviembre de 2011 en la zona 11 de la capital de Guatemala.

## Trascendencia

El Hospital Roosevelt y el Hospital General San Juan de Dios son los hospitales nacionales más grandes que atienden a la mayoría de la población en las áreas de emergencias, consultas externas y hospitalización.

Personas del área metropolitana y del interior de la república asisten al Hospital Roosevelt por casos de menor complejidad, casos que pueden ser atendidos en centros de primer y segundo nivel de atención, puesto que no necesitan los cuidados de médicos especialistas.

El sistema busca orientar a la población a acudir en primera instancia a un puesto de salud más cercano y, de acuerdo con la necesidad, ser referido al siguiente puesto de salud según la clasificación de niveles de atención, estos podrían ser: centro comunitario de salud, puestos de salud, centros de salud tipo A o B, hospitales departamentales y por último a los hospitales nacionales (<http://portal.mspas.gob.gt>), dentro de estos últimos se encuentra el Hospital Roosevelt que es un hospital que ofrece asistencia especializada, y seguir así un orden jerárquico.

De esta forma es necesaria la comunicación visual para informar a la población que existen otros centros de atención más accesibles en cuanto a tiempo y distancia, que además pueden brindar atención eficiente y así crear una distribución adecuada de servicios en la red hospitalaria del país.



## Vulnerabilidad

Difundir la información a través de productos de diseño multimedia e impresos para informar a las personas sobre el "Sistema de Referencia y Contra-Referencia", y los niveles de atención, contribuirá a canalizar la información a las personas que asisten a la institución y que deben ser atendidos en centros y/o de salud más cercanos.

Por medio del Diseño Gráfico, se puede obtener mayor difusión de la información de la que ya se tiene y de esa forma crear una adecuada distribución de los servicios.

En la actualidad, la institución no cuenta con material gráfico por lo que es difícil transmitir la información. Por medio del Diseño Gráfico se transmitirán conceptos importantes que influirán en la concientización, la solidaridad y la comprensión del sistema, cuyo objetivo es ofrecer un mejor servicio, con un orden que beneficie a la población.

## Factibilidad

La Institución cuenta con un departamento de Comunicación Social donde se gestionará todo el apoyo para la reproducción y divulgación del material que se realice en la elaboración de este proyecto.



# Objetivos de Diseño

## Objetivo General

Realizar productos de diseño gráfico multimedia, para contribuir a que el "Sistema de Referencia y Contra-Referencia" del Hospital Roosevelt sea conocido por los usuarios internos y externos que asisten a la institución en busca de asistencia médica.

## Objetivos Específicos

- Elaborar un spot de televisión y uno de radio que permitan el traslado de la información a las personas, aprovechando los sistemas de divulgación del hospital con una duración mínima de tres meses.
- Elaborar un afiche y un trifoliar que permitan brindar información más completa sobre el servicio, los cuales serán ubicados en las carteleras informativas del hospital, con una duración mínima de tres meses.
- Desarrollar las piezas gráficas estableciendo los niveles jerárquicos y las características gráficas de la imagen, para que estos cumplan con la función del material de acuerdo al nivel de lectura visual del grupo objetivo.



Perfil del Cliente

# Capítulo 2

Grupo Objetivo





**Hospital  
Roosevelt**



# Perfil del Cliente

## Hospital Roosevelt



### Datos Generales

**Nombre:** Hospital Roosevelt

**Dirección:** Calzada Roosevelt y 5.ª Calle, zona 11, ciudad de Guatemala.

**Tipo de Institución:** Gubernamental

#### Nombre de Autoridades

**DIRECTOR EJECUTIVO:** Dr. Alejandro Toledo Paz

**DIRECTOR DE SERVICIOS TÉCNICOS DE APOYO:**

Dr. Marco Tulio De La Roca

**DIRECTOR MÉDICO:** Dr. José Armando González

**PBX:** 2321-7400

**Página Web:** [www.hospitalroosevelt.gob.g](http://www.hospitalroosevelt.gob.g)

#### E-mails:

**Dirección Ejecutiva:** [direje@hospitalroosevelt.gob.gt](mailto:direje@hospitalroosevelt.gob.gt)

**Dirección de Servicios Técnicos de Apoyo:**  
[diretec@hospitalroosevelt.gob.gt](mailto:diretec@hospitalroosevelt.gob.gt)

### Historia

El Instituto de Asuntos Interamericanos celebró el 14 de agosto de 1942 con el Gobierno de Guatemala por medio de la subsidiaria el Servicio Cooperativo Interamericano de Salud Pública (SCISP), un contrato donde se comprometía a construir un hospital de 300 camas en la ciudad de Guatemala, adoptando la suma de medio millón de quetzales (Q.500,000.00) y toda la parte técnica y administrativa que necesitara tal construcción. El proyecto se ubicó en los terrenos de la antigua finca "La Esperanza", lo que ahora es la zona 11 de esta Ciudad Capital.

En agosto de 1945 importantes cambios políticos suceden en Guatemala. La nueva Junta Revolucionaria de Gobierno suscribe con el "Servicio Cooperativo Interamericano de la Salud Pública" (SCISP) un nuevo convenio, por medio del cual el cupo del Hospital Roosevelt, se elevó a 1,000 camas, considerando las necesidades hospitalarias del país. Además se da un paso importante en el sistema de salud como lo es el edificar una Escuela de Enfermeras con todos los requisitos indispensables. El Hospital Roosevelt contaba con un edificio principal de cuatro pisos, edificios anexos para maternidad y pediatría, edificios para mantenimiento, lavandería, transportes y además amplios parquesos.

El Gobierno de los Estados Unidos había aportado un millón (Q.1,000,000) lo que equivale el 12.07%; mientras que otras entidades aportaron Q 22,664 que equivale al restante 0.28%.

En 1955 queda inaugurada oficialmente la primera sección concluida de esta magna Obra; la Maternidad de Hospital Roosevelt, con una capacidad 150 camas.

El 3 de enero de 1955 se da a conocer al público, el costo total de la construcción del Hospital Roosevelt y el equipamiento que ascendió a Q 8,282,831.33. De los cuales el Gobierno de Guatemala aportó Q7,260,166.33 equivalente al 87.65% del monto total.



## Misión

Brindar servicios hospitalarios y médicos especializados de encamamiento y de emergencia. De acuerdo a las necesidades de cada paciente, en el momento oportuno y con calidad, brindando un trato cálido y humanizado a la población. Ofrecer a estudiantes de ciencias de la salud los conocimientos, habilidades y herramientas necesarias para formarlos como profesionales especialistas en la rama de la salud, en respuesta a las demandas de los tiempos modernos.

## Visión

Ser el principal hospital de referencia nacional del sistema de salud pública del país brindando atención médica y hospitalaria especializada, con enfoque multiétnico y culturalmente adaptado.

## Objetivos

Ofrecer a la población guatemalteca servicios hospitalarios que cumplan los requisitos que su diagnóstico de salud requiera, velando por la mejora continua de la gestión productiva de los procesos.

## Valores

- Puntualidad
- Honestidad
- Integridad

- Equidad
- Justicia
- Responsabilidad
- Respeto

## Filosofía

Es una institución compuesta de hombres y mujeres con una mentalidad positiva y propositiva, convencidos de las infinitas potencialidades de los humanos: En el valor de la vida humana y la integridad del ser humano.

La salud como base para el desarrollo integral de la persona de nuestro país en los valores de trabajo, como el mejor camino para reafirmar cotidianamente la independencia de la nación.

## Políticas del Hospital

- Desarrollo institucional basado en los principios de eficiencia, eficacia y equidad.
- Previsión y utilización racional de los recursos materiales y financieros.
- Considerar al recurso humano como el principal generador del proceso de desarrollo institucional.
- Impulsar la investigación en los procesos prioritarios que apoyen el mejoramiento de la calidad de atención en los pacientes.

# Grupo Objetivo

## Usuarios externos del material gráfico

Hombres y mujeres, usuarios de las instalaciones del Hospital Roosevelt (por primera vez o consuetudinarios) mayores de 18 años, solteros y casados. Residentes de la zona metropolitana de Guatemala, que necesitan ser informados sobre el tema.

### Perfil Geográfico

Región	Área metropolitana de Guatemala
Tamaño del área metropolitana	1,634 Km <sup>2</sup>
Área urbana o rural	Urbana
Clima	Subtropical

### Perfil Demográfico

Usuarios externos	2,650 al día aproximadamente
Edad	De 18 años en adelante
Sexo	Masculino y femenino
Nivel socio-económico	Baja, media baja, media, media alta y alta
Grado de Escolaridad	Ninguna, Primaria, Diversificado y Universitaria
Ocupación	Todas
Nacionalidad	Guatemalteca

## Perfil Psicográfico

Personalidad	Responsables, sencillas, amables, sociables, agradecidas.
Estilo de Vida	Actividades laborales, televisión, radio, cuidado de sus familias (en el caso de las amas de casa).
Valores	Humildad, dignidad, respeto confianza, responsabilidad, amabilidad.

## Perfil Conductual

Beneficios Deseados	Información sobre el sistema de referencia y contra-referencia
Tasa de Uso	Personas que eventualmente requieren atención
Condición del Usuario	Usuarios por primera vez/usuarios consuetudinarios
Disposición de información	Usuarios que no tienen el conocimiento

## Usuarios Internos del material gráfico

Hombres y mujeres, empleados, funcionarios y servidores públicos que laboran en el Hospital Roosevelt, mayores de 18 años, solteros y casados, que brindan servicio a la población guatemalteca.

## Perfil Geográfico

Región	Área metropolitana de Guatemala
Tamaño del área metropolitana	1,634 Km <sup>2</sup>
Área urbana o rural	Urbana
Clima	Subtropical

## Perfil Demográfico

Usuarios internos	3,100 aproximadamente
Edad	De 18 años en adelante
Sexo	Masculino y femenino
Nivel Socio-económico	Media baja, media y media alta
Grado de Escolaridad	Nivel básico, Diversificado, Universitarios Profesionales
Ocupación	Profesionales, médicos, administradores, enfermeras, personal técnico, mantenimiento.
Nacionalidad	Latinoamericanos, Guatemala

## Perfil Psicográfico

Personalidad	Responsables, amables, sociables, solidarias, con interés de servir y ayudar a los demás.
Estilo de Vida	Actividades laborales, televisión. Intereses: el arte, la política, el deporte, noticias.
Valores	Responsabilidad, ética, respeto, solidaridad, caridad social, cooperación, dignidad, liderazgo.

## Perfil Conductual

Beneficios Deseados	Información sobre el sistema de referencia y contra-referencia
Tasa de Uso	Empleados que constantemente se relacionan con el tema
Condición del Usuario	No aplica
Disposición de información	Empleados que no tienen el conocimiento

Conocer el perfil del grupo objetivo de este proyecto servirá para determinar el mensaje y cómo presentarlo ante ellos, los colores que se utilizarán, la tipografía, los textos, el recurso visual como video, fotografías o ilustraciones vectoriales, considerando el grado de escolaridad, la cultura visual, estilo de vida, entre otros.

Conceptos fundamentales

Proceso Creativo

Concepto Creativo

# Capítulo 3

Proceso de Bocetaje

Propuesta para Validación





# Conceptos Fundamentales

El alto porcentaje de pacientes que el Hospital Roosevelt atiende día a día impide que la atención a los pacientes sea eficaz y eficiente. Por la falta de recurso humano y las deficiencias de la institución, el Ministerio de Salud Pública y Asistencia Social ha implementado el Sistema de Referencia y Contra-Referencia dentro de la institución.

## Sistema de Referencia y Contra-Referencia

El Sistema de Referencia y Contra-Referencia es el conjunto de normas, procedimientos e instituciones que permiten el traslado de pacientes, exámenes y muestras para hacer estudios médicos, entre un nivel de atención de salud y otro, con el fin de dar seguimiento a pacientes que necesitan atención en un nivel o sitio diferente según la gravedad de la enfermedad y la capacidad de resolver de las diferentes instituciones de servicios de salud.

## Niveles de Atención

El MSPAS (Ministerio de Salud Pública y Asistencia Social) clasifica los niveles de atención del país en tres grupos.

El nivel de atención es el conjunto de instituciones que brindan servicio de salud, según la complejidad para atender cierto grupo de patologías, de un grado similar al anterior.



## Primer Nivel de Atención

El primer nivel de atención lo conforman los Centros Comunitarios de Salud, estos son los centros de menor complejidad, tienen bajo su responsabilidad una población menor a 1,500 habitantes. En este centro participan miembros de la misma comunidad y personal del ministerio de salud. Entre el personal que participa está: Médico o enfermero, auxiliar de enfermería, comadronas capacitadas, técnico en salud rural, etc.

Los puestos de salud son centros de este nivel y están ubicados en aldeas, cantones, caseríos y barrios de los municipios, atienden a 2,000 personas aproximadamente, brindan servicios de salud básicos y el recurso humano mínimo conformado por auxiliares de enfermería y técnicos de salud rural.

El puesto de salud de mayor complejidad del primer nivel de atención cubre un promedio de 5,000, ubicado en aldeas, cantones, caseríos, barrios o en algunas cabeceras municipales. Brinda servicios básicos de salud, el recurso humano básico está conformado por médico o enfermero(a), auxiliar de enfermería, técnicos de salud rural y personal de apoyo administrativo.

## Segundo Nivel de Atención

Lo integran los centros de salud ubicados en el área municipal, cabeceras municipales y centros poblados de 5,000 a 20,000 habitantes. Estos se clasifican en:

- Centros de Salud Tipo B.
- Centro de atención a pacientes ambulatorios (CENAPA).
- Centros de Salud Tipo A.
- Centro de Atención Médica Permanente (CAP), su función tiene como objeto la estabilización y referencia de urgencias médicas más la prestación de servicios básicos. Se ubica en cabeceras municipales, cuenta con sala de urgencias, servicios de rayos X y laboratorio clínico.
- Centro de Atención Integral Materno-Infantil (CAIMI), esta clasificación cuenta con encamamiento de 10 a 15 camas para el pre- y post-parto, consulta externa especializada obstétrica y neonatal. Los recursos humanos básicos son: médico obstetra, médico pediatra.
- Centros de Salud como Clínicas Periféricas
- Centros de Urgencia Médicas (CUM)
- Maternidades
- Periféricas

## Tercer Nivel de Atención

El Tercer nivel de atención lo integran los hospitales departamentales, hospitales regionales y hospitales de referencia.

Los Hospitales departamentales son establecimiento de salud de atención permanente. Su función es la recuperación y rehabilitación de la salud, ubicados en la cabecera departamental.

Cuentan con especialidades médicas básicas: medicina interna, pediatría, cirugía, gineco-obstetricia, anestesia, además traumatología y ortopedia, patología y radiología. Presta servicios de consulta externa, emergencia y hospitalización.

También realizan acciones de prevención de la salud, brinda asesoría técnica a los establecimientos de menor categoría ubicados en su área de influencia. Los recursos humanos básicos son los médicos generales y médicos especializados en medicina interna, obstetricia y ginecología, pediatría general, cirugía general, traumatología y ortopedia; anestesiología; otros profesionales de salud como químico-biólogo, químico-farmacéutico y radiólogo; trabajadores sociales; enfermeras profesionales; auxiliares de enfermería y personal administrativo y operativo de apoyo.

Los Hospitales Regionales son establecimientos ubicados en las cabeceras departamentales que sirven de referencia para la atención médica especializada y sub-especializada. Cuentan con especialidades médicas básicas de medicina interna, pediatría, cirugía, gine-obstetricia, anestesia, traumatología y ortopedia, patología y radiología, además sub-especialidades de: gastroenterología, cardiología, neurología, reumatología, hematología, etc. Prestan los servicios de consulta externa, emergencia, hospitalización y cuidados intensivos.

Los recursos humanos básicos son médicos generales y médicos especializados y sub-especializados en diferentes ramas de la medicina, y otros profesionales como químico-biólogo, químico-farmacéutico, nutricionista; trabajadores sociales; enfermeras; auxiliares de enfermería y personal administrativo y operativo de apoyo.

Un hospital de referencia es el establecimiento de mayor complejidad de este rango, desarrolla acciones de promoción, prevención, recuperación y rehabilitación en la salud. Brinda atención médica especializada a la población referida por los establecimientos de la red de servicios de salud que requieren dicha atención. Esta atención médica espe-

cializada requiere de tecnología de punta; recursos humanos especializados, materiales y equipos. (<http://portal.mspas.gob.gt>)

## Remisión

La remisión es un procedimiento administrativo por el cual se transfiere el cuidado de un paciente de un profesional en salud a otro, o de un especialista a otro.

## Interconsulta

La interconsulta es extendida por el profesional en salud responsable de la atención de un paciente a otros profesionales sin delegarles la completa responsabilidad, solo aportan criterios, recomendaciones y sugerencias a tratar con determinados pacientes, según sea el caso. ([www.contratos.gov.co](http://www.contratos.gov.co))





El diseño gráfico tiene un papel muy importante para informar a los usuarios sobre el "Sistema de Referencia y Contra-Referencia" y los pasos a seguir para ser atendidos en un hospital de tercer nivel como el Hospital Roosevelt, ya que permite transmitir un mensaje. Según Wong (2004:17), "el diseño gráfico es un modo de comunicación cuando incorpora palabras, símbolos o formas de representación que el observador atiende al instante. Este puede tener significados, sugerir asociaciones, representaciones, abstracciones, etc."

Para que el mensaje pueda llegar al grupo objetivo y obtener mejores resultados se desarrolla una campaña de divulgación para informar a los pacientes que asisten a las instalaciones del Hospital Roosevelt.

Se informa a los usuarios de la institución por medio de un tríptico, que es una publicación compuesta por tres folios, este puede contener imágenes, texto, y atrae la atención del público por su tratamiento de imagen, color, tipografía, etc. Los trípticos serán entregados a los empleados y pacientes dentro de la institución.

Otro recurso que utilizará la campaña de divulgación es el diseño de un afiche informativo, el cual es una de las principales herramientas con las que cuenta la publicidad a la hora de la comunicación visual. Es un aviso que comunica algún evento, producto o servicio y que generalmente es de gran dimensión para que sea bien apreciado y notado por el público al cual va dirigido y busca atraer la atención más de lo ordi-

nario. (Florencia. definicionabc.com. 2007). Éstos serán colocados en las carteleras informativas dentro de la institución.

Dentro de los materiales de la campaña de divulgación se incluye un spot de televisión y un spot de radio. Según M. Cebrian Herreros (1981: 320), un spot es un anuncio publicitario difundido por la televisión y/o por radio. Según el Diccionario de Ciencias y Técnicas de la Comunicación (1991:663), "un spot es un medio de comunicación audiovisual, el cual se realiza mediante un guión donde se establece la estructura del mensaje, y consta de un guión el cual busca la forma real y expresiva de una narración.

Un spot de televisión es un medio de comunicación audiovisual el cual requiere para su desarrollo la elaboración de un guion literario en el cual se ordena la idea y las secuencias de acciones de la historia en un tiempo y espacio definido, asimismo incluye un guión técnico el cual añade al guion literario descripciones técnicas como la descripción de escenas, diálogos, planos de cámaras y efectos de sonido". El spot de televisión también requiere de la elaboración de un Story Board que es un guion técnico representado con imágenes (dibujos o fotografías) que muestran los planos y angulaciones, esto permite la precisión de encuadres y continuidad de las escenas.

Con el desarrollo de esta campaña se pretende ofrecer un mejor servicio de salud a la población necesitada, pero para lograrlo es necesario estar informados.

# Proceso Creativo

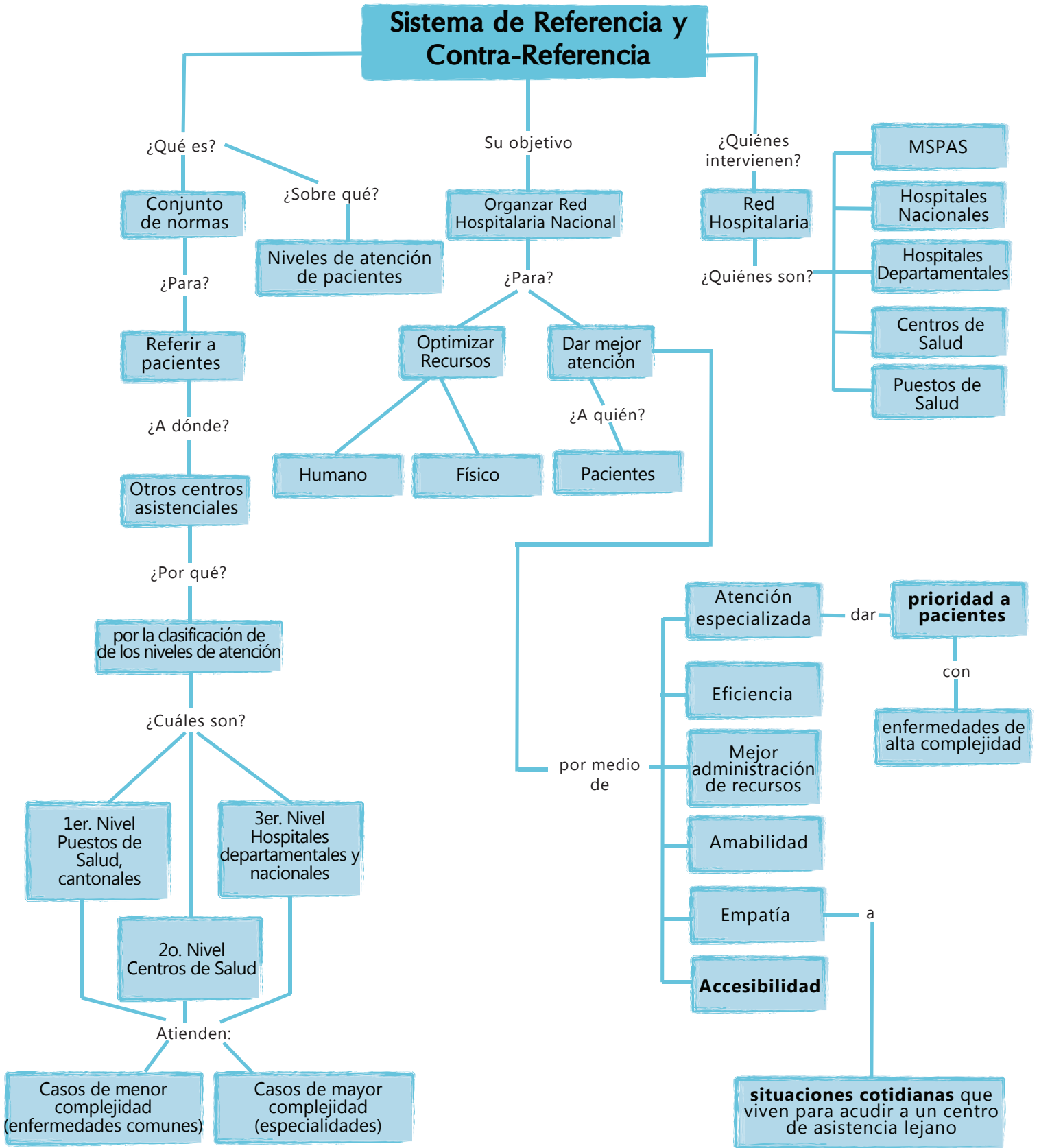


En este proceso se llevó a cabo la observación, la investigación y recopilación de datos para definir el problema, y conceptualizar el Sistema de Referencia y Contra-Referencia, así como los niveles de atención de la red hospitalaria a nivel nacional.

Para desarrollar la propuesta gráfica, se utilizó la técnica creativa de "Mapas Mentales".

El Mapa Mental es un instrumento importante y muy utilizado en el trabajo creativo del diseñador gráfico. Su principal aplicación es la generación de ideas por medio de la asociación. La función asociativa cumple un papel importante en el proceso de pensamiento, ya que toda simple palabra, idea o imagen tiene numerosas conexiones con otras ideas o conceptos. Los mapas mentales tienen la característica de ser fácilmente comprensibles, permiten organizar mejor la información y obtener gran número de soluciones.

# Mapas Mentales



El primer concepto que surgió en el desarrollo del mapa mental fue:

## Concepto 1

### Prioridad del trato de pacientes

#### Explicación del Concepto

La idea de construir el Hospital Roosevelt era la creación de un hospital de atención de especialidades únicamente, pero con el crecimiento de la población guatemalteca surgió la necesidad de construir la emergencia y consultas externas del hospital. Este concepto propone informar sobre la función principal que tiene el Hospital Roosevelt, que es la atención de especialidades, presentando testimonios de pacientes que han sido atendidos en dicha institución y has sido curados de enfermedades de mayor complejidad, haciendo conciencia e invitando a las personas que acuden a la misma institución por necesidades medicas más sencillas, que acudan a otros establecimientos de salud, y de esta forma descentralizar la atención médica pública.



#### Tratamiento de la Imagen

Los testimonios serían presentados por medio de videos de personas atendidas en el hospital, con animaciones en la introducción, transiciones y efectos de video, una voz en off, ampliando la explicación sobre el tema.



Este concepto podría malinterpretarse y se llegaría a pensar que no se quiere atender a la población guatemalteca, por lo que se descarta.

El segundo concepto que surgió en el desarrollo del mapa mental fue:

## Concepto 2

### Cotidianidad

#### Explicación del Concepto

Este concepto surge con la idea de persuadir al grupo objetivo con situaciones que se viven a diario. Las personas que acuden al Hospital Roosevelt en busca de atención médica para sí mismos o un familiar tendrían que hacer uso del transporte público y muchas veces salir muy temprano de sus casas si viven lejos de la institución. De esta forma se exponen a situaciones de violencia o cualquier percance que pueda ocurrir en el traslado. Si es algún paciente con problemas respiratorios y si el día está nublado o lluvioso expone aún más su salud.



#### Tratamiento de la Imagen

Se utilizarían imágenes vectoriales con animación que ilustren situaciones cotidianas (una persona que es asaltada dentro de un bus o alguien que lleve a su hijo con enfermedades respiratorias, bajo la lluvia).

Este concepto es descartado por no transmitir la información del Sistema de Referencia y Contra-Referencia de forma clara y definida al grupo objetivo.



# Concepto Creativo



## Atención médica más cerca de ti..

### (Cercanía)

Se refiere a la accesibilidad que tiene la población de encontrar atención médica cuando la necesiten.

La idea central de este concepto es decirle a la población que si la necesidad de atención médica que posee es para suplir enfermedades de menor riesgo o enfermedades comunes, pueden recibir atención en un lugar más cercano y de fácil acceso.

Las personas podrán sentirse identificadas y consideradas, porque se les informará sobre el procedimiento a seguir según "El Sistema de Referencia y Contra-referencia" y al mismo tiempo se les informará sobre las ubicaciones de los puestos de salud, considerando su tiempo y la distancia que muchos deben recorrer para acceder a la atención médica pública, invitándolos a acudir a los mismos, según su conveniencia.

El objetivo de este concepto es que el usuario del Hospital Roosevelt se sienta identificado y estimado, considerado e importante para la institución.

Los productos de diseño serán facilitadores de la información, proporcionando las ubicaciones y horarios de atención en otros puestos o centros de salud.

Para la realización de una campaña de comunicación es importante establecer el concepto creativo. La palabra concepto se refiere a una idea que concibe o forma entendimiento. (<http://etimologias.dechile.net>, concepto: 2012) El concepto creativo es la idea central de un mensaje que capta la atención del grupo objetivo.



## Estética

Para la creación de esta campaña de divulgación se debe tomar en cuenta que el diseño debe ser agradable, sencillo y serio, pero al mismo tiempo que llame la atención del usuario. Por ello se ha pensado utilizar fotografías de una persona que proporcione la información, su rostro debe reflejar amabilidad y también propiciar una conversación cotidiana entre vecinos o conocidos, en la cual se transmita la información como una experiencia. La idea de esto es que el usuario se identifique con el mensaje, con el léxico, etc.

La tipografía tanto en titulares como en párrafos deber ser legible y formal, ya que el tema es serio y el grupo objetivo está conformado por adultos, y algunos de ellos de baja escolaridad.

En cuanto al color deberá utilizarse aquellos colores que transmitan tranquilidad, seriedad, confianza en que el mensaje que se transmite es veraz y con la finalidad de beneficiar al usuario.

## Funcionalidad

Lo principal es que el mensaje sea captado con facilidad y aceptación por parte del grupo objetivo. Los productos de diseño deben utilizar un formato práctico y fácil de manejar, para que la información sea transmitida con éxito al grupo objetivo.

## Mensaje de la Campaña

Proporcionar información a los usuarios y empleados de forma agradable, clara y, sobre todo, hacerle sentir al usuario que será beneficiado con las nuevas normas.

### ***¡Atención médica más cerca de ti...!***

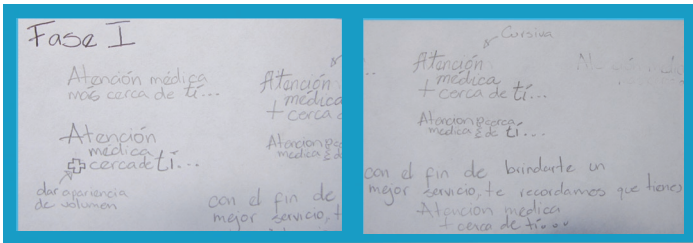
Si la necesidad de atención médica es de menor riesgo, no tienes que llegar hasta las instalaciones del Hospital Roosevelt, hay un lugar más cerca de tu casa donde te brindarán la atención que necesitas con calidad, calidez y humanismo.

# Proceso de Bocetaje



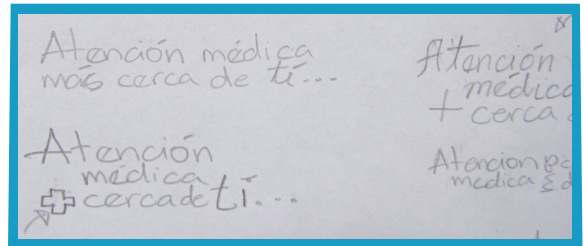
## Fase I

En esta etapa, ya definido el concepto creativo se realiza un bosquejo manual del uso de fotografías para el material impreso, titulares y subtítulos para visualización de los elementos.



Se piensa en la imagen de una persona con un rostro agradable, que sea parte de la institución y que transmita el mensaje e invite a la población a asistir a otros centros de salud según sea su necesidad, para que los receptores del mensaje se sientan identificados y sea una forma agradable de proporcionar la información.

El titular de esta campaña es:  
**"Atención médica más cerca de ti..."**



El siguiente bosquejo que se realizó fue el del afiche, tomando en cuenta cintillos, ubicación de logotipos, fotografías y textos, también se definió la información que esta pieza gráfica debe contener.

Se considera utilizar un ícono que relacione visualmente el tema de salud con el titular de la campaña. El ícono de una cruz roja será utilizado para remplazar la palabra "más" del titular. A continuación se presentan dos versiones del ícono, el primero con una línea delgada caligráfica y el segundo, un vector con color degradado en el relleno y la línea de contorno.



También se realizó el bosquejo del trifoliar, la ubicación de texto, imágenes, cintillos, etc.

En cuanto al titular se piensa en una tipografía que sea fácil de leer, así mismo que relacione visualmente el tema de salud con el titular.





## Spot de Televisión

El spot de televisión es la pieza principal de esta campaña, por lo que se desarrolla la historia que se va a representar en el mismo.

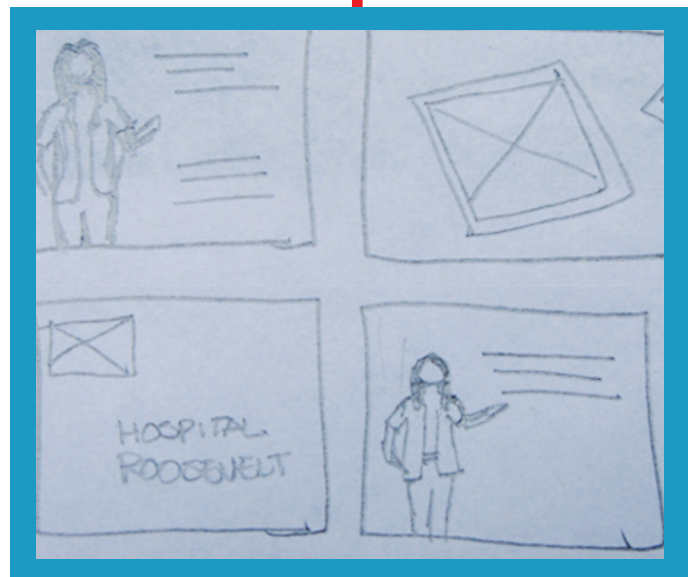
### Opción 1

Debido al grupo objetivo de este proyecto se utiliza un diálogo entre dos personas que se encuentran en una estética o "salón de belleza" de barrio, en ese momento entra una joven para que le realicen un corte de cabello y platicando con la dueña del salón le cuenta que no había podido llegar antes al salón porque su madre había estado enferma, que había asistido al Hospital Roosevelt y que no la habían atendido porque su enfermedad era de menor riesgo y en la institución le indicaron que asistiera en primera instancia a un centro de salud más cercano y que si la enfermedad se complicaba, que del centro de salud la referirían al Hospital Roosevelt, y finaliza con una joven diciendo: -Con el fin de brindarte un mejor servicio, el Hospital Roosevelt te recuerda que tienes atención médica más cerca de ti-.

### Opción 2

La utilización del recurso testimonial en el que aparezca un médico diciendo: -Si necesitas atención médica, hay un centro de salud cerca de tu casa-. Y las mismas palabras aparezcan en el fondo del video.

Posterior a ello una voz en off, diciendo el mensaje y unas imágenes acordes a lo que se narra. Al final aparece el mismo médico cerrando el mensaje con lo siguiente: -Recuerda que tienes atención médica más cerca de ti-.



## Spot de Radio

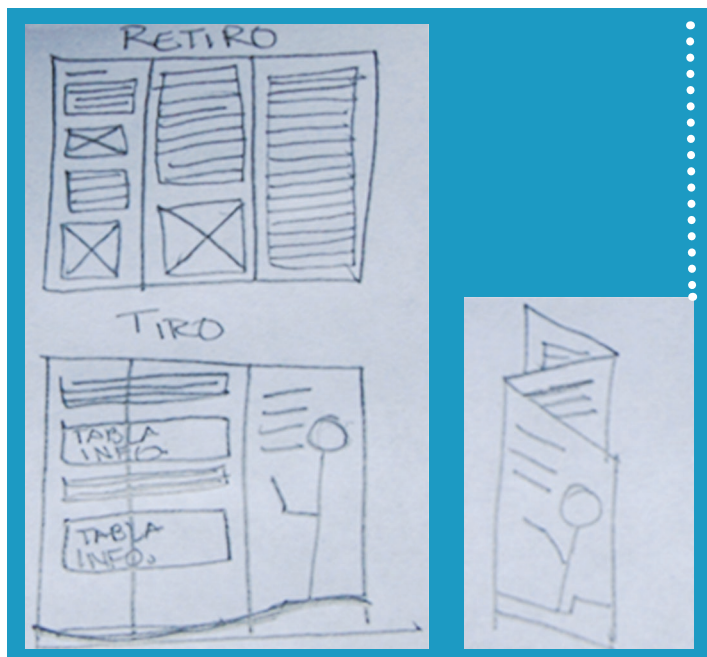
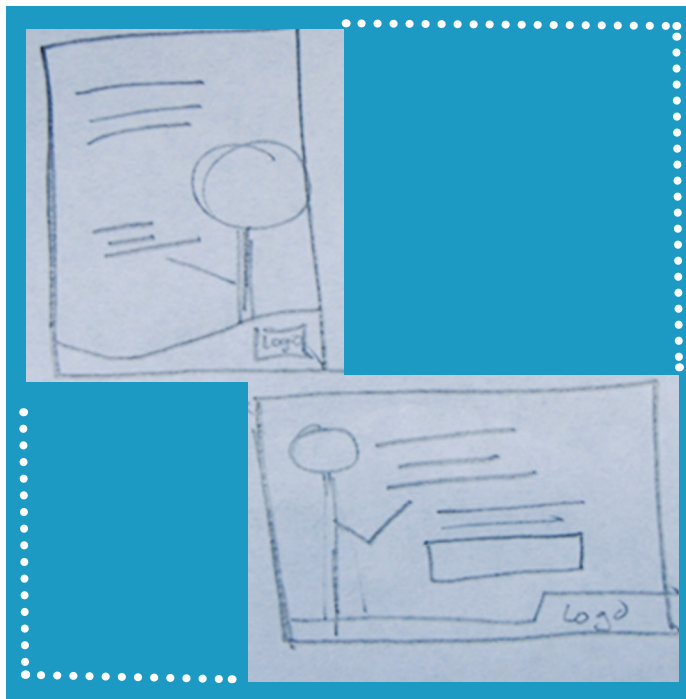
En cuanto al spot de radio, el diálogo entre personas es el principal recurso: Se encuentran dos vecinas del barrio, una de ellas le cuenta a la otra que viene de acompañar a una amiga que fue al Hospital Roosevelt y se enteró de que en el hospital no atienden enfermedades comunes como dolores de cabeza, fiebres, náuseas, sino que deben acudir antes a un centro de salud y si la enfermedad se complica, que del centro de salud las refieren al Hospital Roosevelt, y finaliza con una joven diciendo: -Con el fin de brindarte un mejor servicio el Hospital Roosevelt te recuerda que tienes atención médica más cerca de ti-.

## Trifoliar

Se realiza un dommie del trifoliar, al principio se piensa en un layout en formato horizontal de una hoja tamaño carta (11"x 8.5") pero debido a la cantidad y tipo de información que se va a incluir en él, se considera diseñar otro layout para el mismo (8.5" x 11").

## Afiche

El afiche tiene las siguientes medidas: 11"x 17", en él se incluirá una tabla que contiene el nombre de los centros de salud, direcciones y horarios de atención, la fotografía de la persona que transmite el mensaje principal.



# Fase II

Se utilizó la imagen de una persona amable, agradable y que brinde confianza los receptores del mensaje, que sepan que la persona que le está transmitiendo la información sea una persona que conozca el sistema y por lo tanto la información sea veraz y que el objetivo es beneficiar a la población guatemalteca.

En la primer propuesta para el spot de televisión la idea es que las personas se identifiquen con el lenguaje, con la imagen y el contexto donde se desarrolla el guión, ya que es un barrio popular.



En la segunda propuesta para el spot de televisión se pensó en proyectar una imagen más institucional en la que, como en la propuesta anterior, una persona que forma parte de la institución proporcione la información e invite a la población a acudir a un centro de salud más cercano a su vivienda, según sea el nivel de atención que éste necesite.

En cuanto al material impreso se proponen diferentes colores fríos para el fondo, que son los colores que las personas relacionan con el tema de salud como lo es el azul, celeste y verde y el color rojo en el signo "más" que se identifica como una cruz roja, la cual es un ícono en el tema de salud.

Se juega con la posición de imágenes, fondos, titulares, textos y cintillos.



Se realizaron dos propuestas para el diseño del titular jugando con la posición de las palabras y los tamaños, así mismo utilizar dos tipografías.

Esta propuesta no fue elegida porque podría no entenderse con facilidad y sencillez el mensaje.



La siguiente propuesta utiliza una tipografía con trazos más simples, lo que hace que sea más fácil de leer, se juega con el tamaño de la letra, el color y la posición, también se agrega el ícono de signo más o cruz roja.

Se realizó un análisis sobre las imágenes que se utilizarían, su ubicación dentro de la pieza gráfica, la ubicación del logotipo de la institución, el cintillo, los textos, qué información debía incluir el material y el color de fondo.

Tomando en cuenta que los afiches estarán colocados en carteleras dentro del Hospital Roosevelt, el color utilizado para los mismos deberá ser un color que transmita tranquilidad, descanso, y que no sean colores muy fuertes.

El color azul del fondo de este afiche impide la legibilidad de la palabra "Ti" del titular, por lo que habría que buscar un color más claro para el fondo o bien cambiar el color del texto.



En la portada aparece el titular de la campaña “Atención médica más cerca de ti...” y una persona que está señalando a las personas que reciban este trifoliar, en la parte de abajo se incluye el logotipo de la institución, para reconocer quiénes proporcionan la información y quiénes invitan a la población a acudir a un centro de salud más cercano, según sea su necesidad.

En los siguientes folios se incluyen dos tablas que contienen la información sobre los centros de salud, las direcciones de los mismos y sus horarios de atención, así como los servicios de los cuales disponen estos centros de salud.

Y para concluir se agrega el número telefónico y el portal electrónico de la institución.

La ubicación de las tablas de información de los centros de salud pierden el recorrido visual al doblarse los folios y esto afectaría en la recepción de la información.

En el interior del trifoliar se incluye información sobre la institución y “El Sistema de Referencia y Contra-Referencia” y algunas imágenes que ilustran los textos.

Hay un centro de salud cerca de tu casa donde te brindarán atención con calidad, calidez y humanismo.

Tenemos a tu disposición los siguientes servicios:

- Medicina Tradicional
- Medicina General
- Cirugía Menor
- Odontología
- Salud Reproductiva
- Enfermedades crónicas no transmisibles
- Adulto mayor
- Seguridad Alimentaria y Nutricional especialmente en niños y mujeres embarazadas
- Salud Mental
- Infecciones respiratorias agudas
- Vectores (dengue, malaria, chagas)
- Control de Vacunas
- Laboratorio
- Programas de atención Tuberculosis VIH/SIDA

**Atención médica cerca de ti**



Centros de Salud	Centros de Salud	Horario de Atención
Zona 3 CAP Bethania	26 calle 5-43 zona 3 Av. Teoán Umán 24-02, zona 7, Col. Bethania	Lunes a Viernes 7:00 a 13:30 Lunes a Domingo, 24 horas
Centro de Salud Zona 1	10a. Av. 14-00 zona 1	Lunes a Viernes 7:00 a 13:30
Centro de Salud Centro América	31 Av. 10a. calle zona 7	Lunes a Viernes 7:00 a 13:30
Clínica Referencia El Amparo	37 calle 31-89 zona 7, Col. El Amparo II	Lunes a Viernes 7:00 a 13:30
CUM Amparo	38 calle 31-89 zona 7, Col. El Amparo II	Lunes a Domingo, 24 horas
Centro de Salud Zona 11	5a. Av. 11-40, zona 11	Lunes a Viernes 7:00 a 13:30

**A ti mujer embarazada:**

- Control prenatal
- Atención al parto
- Puerperio
- Planificación familiar
- Papanicolaou
- Colposcopia

Centros de Salud	Centros de Salud	Horario de Atención
Zona 13 E Amparo	7a. Av. 6-20, zona 13 38 calle 31-89 zona 7, Col. El Amparo II	Lunes a Domingo, 24 horas Lunes a Domingo, 24 horas

Para mayor información comuníquese con nosotros.  
Teléfono: (502) 23217400  
www.hospitalroosevelt.gob.gt



**Hospital Nacional ROOSEVELT**

**¿Quiénes somos?**  
El Hospital Roosevelt es un centro de atención de referencia nacional, es decir, atiende a personas que habitan en la ciudad capital y en el resto del país a pacientes referidos de otros hospitales departamentales y regionales. Fue creado para brindar servicios hospitalarios y servicios médicos especializados.

**Centro de especialidades médicas**  
El Hospital Roosevelt, presta servicios médicos y hospitalarios gratuitos en medicina interna, cirugía, ortopedia, traumatología, maternidad, ginecología, pediatría, oftalmología y sub-especialidades. Atendimiento a pacientes en medicina nuclear, diagnóstico por imágenes y laboratorios clínicos.

**Niveles de atención de salud**  
El Ministerio de Salud Pública y Asistencia Social, dispone diferentes niveles de atención de acuerdo a los recursos físicos, materiales, humanos y tecnológicos organizados de acuerdo a orígenes poblacionales, territoriales de capacidad de resolución de problemas de salud de grupos específicos.  
Por tanto, el Hospital Roosevelt está catalogado como un centro de atención de alta complejidad o de tercer nivel, dirigidos a la solución de problemas de salud según normas de referencia y contrarreferencia, así como aquellas personas que acuden a los establecimientos de este nivel en forma espontánea o por razones de urgencia.

Actualmente la consulta externa atiende 2 mil pacientes diarios y 500 en las áreas de emergencia por tanto se ha puesto en marcha a partir de 2011, el Plan de referencia y contrarreferencia de pacientes tiene como objetivo desconcentrar la atención en la consulta externa hospitalaria, redireccionándola hacia otros servicios de salud de la red hospitalaria.

**Este plan se lleva a cabo de acuerdo a los siguientes criterios:**

- Criterio Social:** Indica la pertinencia del traslado, la evaluación por las partes (Médico responsable, enfermería, administrativo, Trabajo Social y familia) y el análisis consensuado.
- Criterio Médico:** El responsable del origen y finalización de la referencia es el médico tratante.
- Criterio Administrativo:** Está a cargo de la Supervisora de Enfermería, quien tiene la responsabilidad de coordinar con el personal del centro que organiza la referencia y centro que recibe, para garantizar el espacio de consulta del referido.
- Criterio de Cuidados:** El Médico Referente, coordina conjuntamente con el departamento de enfermería, las acciones necesarias para garantizar el traslado del paciente, el transporte y acompañamiento asistencial necesario.

**Por ello le informamos que antes de acudir a la consulta externa del Hospital Roosevelt, debe dirigirse a un centro y/o puesto de salud para ser previamente evaluado.**  
El Hospital Roosevelt se ha caracterizado por ser un centro de atención de tercer nivel o de especialidades médicas.









## Boceto Final de la Propuesta (Fase III)

El boceto final sirve para establecer el guion literario, el guion técnico, el story board para determinar los lineamientos de la composición gráfica y correcciones tanto en el spot de televisión como en las demás piezas de la campaña.

Se seleccionan la fotografías que se incluirán en el spot de televisión y en el material impreso.

Se determina la ubicación del titular, la ubicación del logotipo de la institución y el cintillo sobre el cual se colocará el logotipo en el material impreso para que

las personas puedan reconocer con facilidad que la campaña la promueve el Hospital Roosevelt. Se corrige el color de fondo de las piezas gráficas, ya que la palabra del titular "Ti..." no se lee muy bien debido a que es un color azul oscuro similar al del fondo, por lo que hay que colocar un color más claro para el fondo.

Se piensa en el vestuario y accesorios de la persona que aparece en el material gráfico para que se reconozca a simple vista que es un profesional en temas de salud.

# Spot de Televisión

## Guion Literario

El personaje principal del spot es una doctora, quien aparece en escena diciendo:

- Si necesitas ayuda médica hay un centro de salud cerca de tu casa -

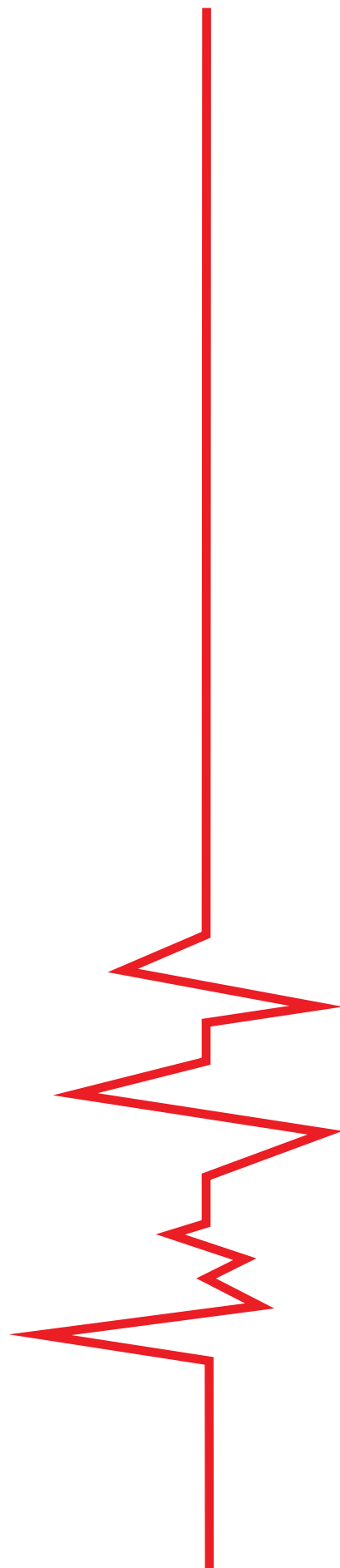
En el fondo aparece el texto de la narración animado.

Se presentan imágenes que ilustran los servicios que brindan los centros de salud, acompañados con la narración voz en off diciendo:

- Donde te atenderán con calidad, calidez y humanismo, recibirás atención en el área de medicina tradicional, pediatría general, laboratorios, control de vacunas, entre otras, y si la enfermedad requiere cuidados especializados del centro de salud te enviarán al Hospital Roosevelt -

Aparece en escena nuevamente el personaje principal diciendo:

-Déjanos a nosotros los casos más complicados y recuerda que tienes atención médica más cerca de ti...



## Guion Técnico

No. de escena	Plano	Movimiento de cámara	Acción	Guion Literario	Sonido	Tiempo
1	Plano medio	Cámara fija	Aparece la doctora del Hospital Roosevelt hablando	Si necesitas ayuda médica, hay un centro de salud cerca de tu casa	Voz de la doctora	4 seg.
2	Plano medio corto	Cámara fija	texto animado	donde te brindarán atención con calidad, calidez y humanismo	Voz en off	4 seg.
3	Plano medio	Cámara fija	Fotografías con animación	Recibirás atención en el área de medicina tradicional	Voz en off	2 seg.
4	Plano medio	Cámara fija	Fotografías con animación	Pediatría general	Voz en off	2 seg.
5	Plano medio	Cámara fija	Fotografías con animación	Laboratorios	Voz en off	1 seg.
6	Plano medio	Cámara fija	Fotografías con animación	Control de vacunas, entre otras	Voz en off	3 seg.
7	Plano medio	Cámara fija	Fotografías y texto animado	Y si la enfermedad requiere cuidados especializados	Voz en off	3 seg.
8	Plano medio	Cámara fija	Fotografías con animación	del centro de salud	Voz en off	1 seg.
9	Primer plano	Cámara fija	Logotipo de la institución con animación	te enviarán al Hospital Roosevelt	Voz en off	3 seg.
10	Primer plano	Cámara fija	Aparece la doctora del Hospital Roosevelt hablando y texto animado	Déjanos a nosotros los casos más complicados y recuerda que tienes atención médica más cerca de ti...	Voz de la doctora	8 seg.

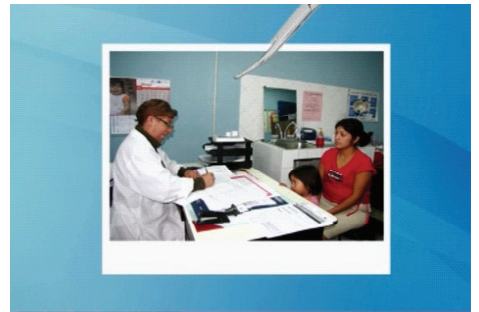
# Story Board



1/ Plano medio/ Cámara fija/Aparece la doctora del Hospital Roosevelt hablando/Si necesitas ayuda médica, hay un centro de salud cerca de tu casa/Voz de la doctora/ 4 seg.



2/ Plano medio corto/ Cámara fija/ texto animado/ donde te brindarán atención con calidad, calidez y humanismo/ Voz en off/ 4 seg.



3/Plano medio /Cámara fija/Fotografías con animación/Recibirás atención en el área de medicina tradicional/Voz en off / 2 seg.



4/ Plano medio /Cámara fija/Fotografías con animación/Pediatría general/Voz en off/2 seg.



5/ Plano medio/ Cámara fija/ Fotografías con animación/ Laboratorios/ Voz en off/1 seg.



6/Plano medio / Cámara fija/ Fotografías con animación/Control de vacunas, entre otras/Voz en off/ 3 seg.



7/ Plano medio/Cámara fija/Fotografías y texto animado/ Y si la enfermedad requiere cuidados especializados/Voz en off/ 3 seg.



8/ Plano medio/ Cámara fija/ Fotografías con animación/ del centro de salud/ Voz en off/ 1 seg.



9/ Primer plano/ Cámara fija/ Logotipo de la institución con animación/ te enviarán al Hospital Roosevelt/ Voz en off/ 3 seg.



10/ Plano medio/ Cámara fija/ Aparece la doctora del Hospital Roosevelt hablando y texto animado/ Déjanos a nosotros los casos más complicados y recuerda que tienes atención médica más cerca de ti.../Voz de la doctora/ 8 seg.

# Spot de Radio 1



## Story Line

En un diálogo entre vecinas una le cuenta a la otra que en el Hospital Roosevelt atienden únicamente enfermedades de mayor riesgo. Y al final personal de la institución informa a la población que cuenta con atención en centros o puestos de salud más cercanos.

## Guion Técnico

Indicaciones Técnicas	Narración
Ambiente de calle en el fondo de la narración	Doña Aury: - ¿Qué tal doña Lily? ¿Ya viene del mercado? -
	Doña Lily: - No usted, del hospital vengo -
	Doña Aury: - Así... ¿y qué le pasó? ¿está enferma? -
	Doña Lily: - No, yo acompañe a la Mary, pero ¿sabe de qué me enteré? -
	Doña Aury: - ¿De qué se enteró? -
	Doña Lily: - Que ahora en el Hospital Roosevelt no atienden así nomás -
Ladridos de perros, constantes	Doña Aury: - Así... y ¿por qué? -
	Doña Lily: -...bueno dice que si uno tiene calenturas, diarreas, náuseas, catarros o así como en mi caso va enferma de la garganta, enfermedades comunes va, que vayamos primero al centro de salud más cercano, y si necesitamos un tratamiento o sea porque tengamos una enfermedad más grave que del centro de salud nos mandan al hospital dice. -
Ladridos de perros, constantes	Doña Aury: - Ah... mire pues, que bueno es saberlo ¿verdad? -
	Doña Lily: -...Pues le cuento...-
Fondo sin ambientación	Doctora: - Déjanos a nosotros los casos más complicados y recuerda que tienes atención médica más cerca de ti...-

# Spot de Radio 2



## Story Line

Personal médico de la institución informa a los usuarios que hay centros o puestos de salud donde podrán ser atendidos por enfermedades de menor riesgo, y si el caso lo requiere del centro de salud serán referidos al Hospital Roosevelt.

## Guion Literario y Técnico

Indicaciones Técnicas	Narración
Sin sonido de fondo	La doctora narra lo siguiente:  Si necesitas ayuda médica, hay un centro de salud cerca de tu casa donde te brindarán atención con calidad, calidez y humanismo, Recibirás atención en el área de medicina tradicional, pediatría general, laboratorios, control de vacunas, entre otras.  Y si la enfermedad requiere cuidados especializados, del centro de salud te enviarán al Hospital Roosevelt. Déjanos a nosotros los casos más complicados y recuerda que tienes atención médica más cerca de ti...

# Afiche



## Atención médica + cerca de ti...

Hay un centro de salud cerca de tu casa, donde te brindarán atención con *calidad, calidez y humanismo.*

Centros de Salud	Dirección	Horario de atención
Zona 3	26 calle 5-45 zona 3	Lunes a Viernes 7:00 a 15:30
CAP Betania	Av. Tecun Uman 24-02, zona 7, Col. Betania	Lunes a Domingo, 24 horas
Centro de Salud Zona 1	10a. Av. 14-00 zona 1	Lunes a Viernes 7:00 a 15:30
Centro de Salud Centro América	31 Av. 10a. calle zona 7	Lunes a Viernes 7:00 a 15:30
Clinica Fertiliza FI Amparo	37 calle 31-89 zona 7, Col. B Amparo II	Lunes a Viernes 7:00 a 15:30
CJM Amparo	38 calle 31-89 zona 7, Col. B Amparo II	Lunes a Domingo, 24 horas
Centro de Salud Zona 11	5a. Av. 11-40, zona 11	Lunes a Viernes 7:00 a 15:30

Maternidades	Dirección	Horario de atención
Zona 13	7a. Av. 6-20, zona 13	Lunes a Domingo, 24 horas
B Amparo	18 calle 31-89 zona 7, Col. B Amparo II	Lunes a Domingo, 24 horas

[www.hospitalroosevelt.gob.gt](http://www.hospitalroosevelt.gob.gt) Teléfono: (502) 2321-7400



# Trifoliar



## Hospital Nacional Roosevelt



### ¿Quiénes somos?

El Hospital Roosevelt es una institución médica de referencia nacional, creada para brindar atención especializada y/o de alta complejidad.

### Centro de especialidades médicas

Presta servicios médicos gratuitos en las especialidades de: medicina interna, cirugía, ortopedia, traumatología, maternidad, ginecología, pediatría, oftalmología y sub-especialidades como medicina nuclear y otras. Además los servicios de diagnóstico por imágenes y laboratorios clínicos.



### Niveles de atención de salud

El Ministerio de Salud Pública y Asistencia Social, dispone diferentes niveles de atención de acuerdo a los recursos físicos, materiales, humanos y tecnológicos organizados de acuerdo a criterios poblacionales, territoriales de capacidad de resolución de problemas de salud de grupos específicos.

El Hospital Roosevelt está catalogado como un centro de atención de problemas de salud de alta complejidad, es decir, de tercer nivel, para brindar sus servicios a la población aplica El Sistema de referencia y contrarreferencia, así como a las personas que acuden espontáneamente y que padezcan problemas de salud de alta complejidad.

*Le informamos que antes de acudir a la consulta externa o emergencia del Hospital Roosevelt, debe dirigirse a un centro asistencial de baja complejidad (hospitales departamentales o regionales, centros y puestos de salud) para ser previamente evaluada su referencia a esta institución.*

Este plan se lleva a cabo de acuerdo a los siguientes criterios:

#### Criterio Social:

Indica la pertinencia del traslado, la evaluación por las partes (Médico responsable, enfermería, administrativo, trabajo social y familia) y el análisis consensuado.

#### Criterio Médico:

El responsable del origen y finalización de la referencia es el médico tratante.

#### Criterio Administrativo:

Está a cargo de la Supervisora de Enfermería, quien tiene la responsabilidad de coordinar con el personal del centro que organiza la referencia y centro que recibe, para garantizar el espacio de consulta del referido.

#### Criterio de Cuidados:

El Médico Referente, coordina conjuntamente con el departamento de enfermería, las acciones necesarias para garantizar el traslado del paciente, el transporte y acompañamiento asistencial necesario.

### La red hospitalaria nacional tiene a tu disponibilidad los siguientes servicios:

- Medicina Tradicional
- Medicina General
- Cirugía Menor
- Odontología
- Salud Reproductiva
- Enfermedades crónicas no transmisibles
- Adulto mayor
- Seguridad Alimentaria y Nutricional especialmente en niños y mujeres embarazadas
- Salud Mental
- Infecciones respiratorias agudas
- Vectores (dengue, malaria, chagas)
- Control de Vacunas
- Laboratorio
- Programas de atención Tuberculosis VIH/SIDA

Centros de Salud	Dirección	Horario de Atención
Zona 3	26 calle 5-43 zona 3	Lunes a Viernes 7:00 a 15:30
CAP Bethania	Av. Tecún Umán 24-02, zona 7, Col. Bethania	Lunes a Domingo, 24 horas
Centro de Salud Zona 1	10a. Av. 14-00 zona 1	Lunes a Viernes 7:00 a 15:30
Centro de Salud Centro América	31 Av. 10a. calle zona 7	Lunes a Viernes 7:00 a 15:30
Clinica Periférica El Amparo	37 calle 31-89 zona 7, Col. El Amparo II	Lunes a Viernes 7:00 a 15:30
CLUM Amparo	38 calle 31-89 zona 7, Col. El Amparo II	Lunes a Domingo, 24 horas
Centro de Salud Zona 11	5a. Av. 11-40, zona 11	Lunes a Viernes 7:00 a 15:30

### A ti mujer embarazada:

- Planificación familiar
- Papanicolaou
- Colposcopia
- Control prenatal
- Atención al parto
- Puerperio

Maternidades	Dirección	Horario de Atención
Zona 13	7a. Av. 6-20, zona 13	Lunea a Domingo, 24 horas
El Amparo	38 calle 31-89 zona 7, Col. El Amparo II	Lunea a Domingo, 24 horas

Para mayor información comunícate con nosotros:

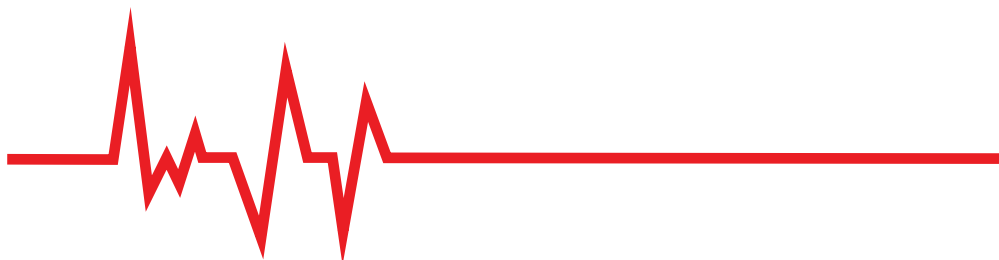
Teléfono: (502) 2321-7400  
www.hospitalroosevelt.gob.gt

## Atención médica + cerca de ti...

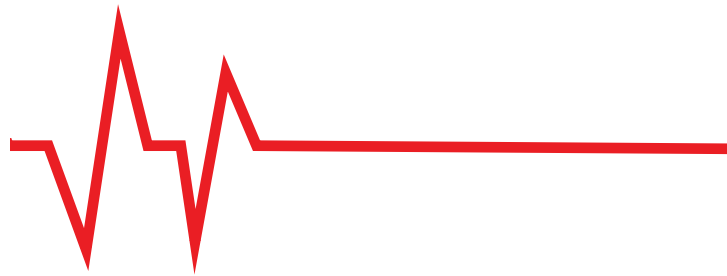
Hay un centro de salud cerca de tu casa donde, te brindarán atención con calidad, calidez y humanismo.



# Portada de DVD



# Fondo de Escritorio



Validación  
(Comprobación de la eficacia)

# Capítulo 4

Propuesta Gráfica final





# Validación

## (comprobación de la eficacia)

### Grupo Focal

#### Metodología

Es una técnica de estudio de las opiniones o actitudes de un público utilizada en estudios comerciales conocida como grupo de discusión o sesiones de grupo.

Consiste en la reunión de un grupo de personas con un moderador encargado de hacer preguntas y dirigir la discusión. Su labor es la de encauzar la discusión para que no se aleje del tema de estudio.

#### Proceso

Con la finalidad de conocer la opinión y percepción del grupo objetivo ante el proyecto de diseño, se empleó la técnica de grupo focal como proceso de validación. En este proceso se contó con el apoyo de 14 personas.

Después de definir las características del grupo objetivo, se estableció la sesión realizando la exposición del proyecto y las opiniones de los participantes. Dicha sesión se llevó a cabo el día 30 de julio de 2012. La reunión fue moderada por Regina Bolvito, encargada de guiar al grupo de tal forma que pudieran expresar sus opiniones relacionadas con las propuestas.

Los criterios para la selección de los participantes fueron: ser mayores de edad, residir dentro del área metropolitana, posicionarse en un nivel socio-económico bajo, media bajo, medio y medio alto.

#### Productos de Diseño

Se presentaron las piezas de la campaña de divulgación que informa sobre el procedimiento a seguir según el Sistema de Referencia y Contra-Referencia dentro del Hospital (Spot de televisión, dos spots de

radio, afiche, trifoliar y un fondo de pantalla para los monitores de las computadoras de la institución).

## Sesión

La reunión se realizó el 30 de julio a las 4:00 pm y finalizó a las 4:40 pm, participaron 14 personas hombres y mujeres mayores de 18 de años.

## Participantes

Nombre	Doc. de Identificación	Edad	Ocupación
Lilian Lima	F-6 19,850	43 años	Ama de Casa
Nineth de Ávila	A-1 12,193	58 años	Ama de Casa
Maximiliano Tun	A-1 1319667	55 años	Técnico Electricista
Ronald Prera	DPI 2231813740101	19 años	Dibujante
Mirna Granados	A-1 1027307	30 años	Ama de Casa
Silvia Barrientos	A-1 734459	46 años	Ama de Casa
Jhenyfer Citalán	A-1 74343	24 años	Ama de Casa
Clelia Escobar	A-1 76,336	25 años	Diseñadora Gráfica
Luz María Fajardo	E- 5 31,369	39 años	Auxiliar de Enfermería Hospital Roosevelt
Aura Villarreal	A- 1 450559	60 años	Auxiliar de Enfermería Hospital Roosevelt
Lila Gramajo	A- 1 594935	50 años	Oficial de Admisión Hospital Roosevelt
Sucelly Ortega	A-1 746781	45 años	Secretaria de Depto. de Epidemiología Hospital Roosevelt
Cindy López	A-1 1226310	25 años	Oficial de Admisión Hospital Roosevelt
Marvin Arriola	DPI 19411247890101	26 años	Oficial de Admisión Hospital Roosevelt

Las opiniones del grupo objetivo que participó en la sesión de focus group fueron las siguientes:

### **Spot de Televisión**

- Tipografía legible

La reacción de los participantes fue positiva, afirmando que la tipografía utilizada en el spot era legible.

- Mensaje claro

Los participantes respondieron que la integración de imágenes, la tipografía animada y la voz en off hacen que el mensaje sea fácil de comprender.

- Colores adecuados al tema

Los participantes opinaron que los colores utilizados en el material de la campaña son adecuados al tema.

- Percepción de la imagen

Los participantes opinaron que el personaje principal es agradable, transmite seguridad y profesionalismo.

### **Spots de Radio 1**

- Mensaje claro

Los participantes respondieron que el mensaje es claro debido a que el grupo objetivo se identifica con el diálogo de "vecinas" contándole una a la otra sobre el tema de Referencia y Contra-Referencia, utilizando léxico coloquial.

- Percepción de la imagen

La voz es agradable y clara.

### **Spots de Radio 2**

- Mensaje claro

Los participantes respondieron que este spot es más formal, pero el mensaje es claro.

- Percepción de la imagen

La voz es agradable y clara, transmite seguridad y profesionalismo.

### **Trifoliar**

- Tipografía legible

La respuesta de los participantes de la sesión de focus group fue positiva, afirmando que la tipografía utilizada en el titular y texto del trifoliar es legible.

- Mensaje claro

En este material, la mayoría de los participantes opinaron que el mensaje era difícil de comprender por que el lenguaje utilizado era muy técnico.

- Colores adecuados al tema

Los participantes opinaron que los colores utilizados en el material de la campaña son adecuados al tema.

- Percepción de la imagen

Los participantes opinaron que la imagen es agradable, transmite seguridad y confianza en cuanto a la veracidad del tema.

- Diagramación

Los participantes opinaron que aunque la diagramación del trifoliar es diferente les agrada porque posee recorrido visual.

### **Afiche**

- Tipografía legible

La respuesta de los participantes fue positiva, afirmando que la tipografía utilizada en la campaña es legible.

- Mensaje claro

En este material los participantes opinaron que el mensaje era claro y que las imágenes contribuyen a ilustrar el tema.

- Colores adecuados al tema

Los participantes opinaron que los colores utilizados en el material de la campaña son adecuados al tema.

- Percepción de la imagen

Los participantes opinaron que la imagen es agradable.

- Diagramación

Los participantes opinaron que la diagramación dirige la mirada del observador, jerarquizando la importancia de la información.

### **Fondo de Escritorio**

- Tipografía legible

Los participantes en el focus group opinaron que la tipografía utilizada en el fondo de escritorio es legible.

- Mensaje claro

En este material los participantes opinaron que el mensaje era claro y que las imágenes contribuyen a ilustrar el tema.

- Colores adecuados al tema

Los participantes opinaron que los colores utilizados en el material de la campaña son adecuados al tema.

- Percepción de la imagen

Los participantes opinaron que la imagen es agradable.

Se preguntó si la información proporcionada en los materiales era suficiente o si tenían alguna duda sobre el tema, a lo que respondieron que: sí era suficiente, únicamente había que explicar mejor la información del tríptico.

El 90% de los participantes mencionó que no habían escuchado de ese tema con anterioridad y que era de beneficio conocerlo.

### Conclusión

Después de que los participantes expusieron sus puntos de vista respecto al boceto final, es posible mencionar lo siguiente:

### Aspectos Negativos

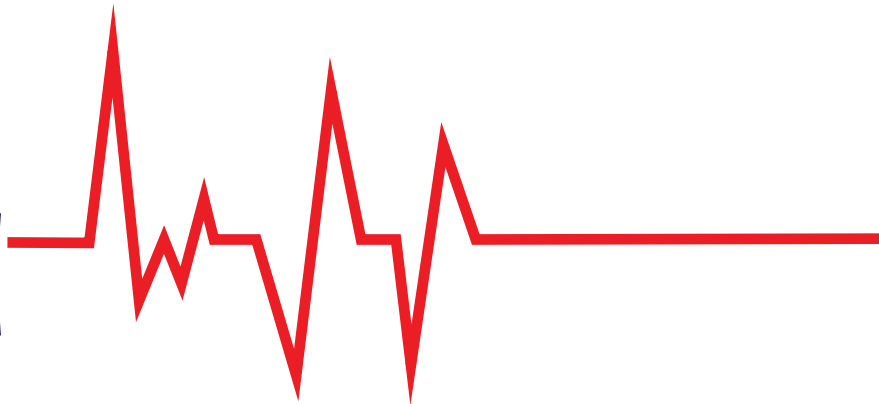
En la redacción del tríptico, la información es poco comprensible por el uso de algunos términos médicos y algunos conceptos que la población en general no tiene conocimiento.

### Aspectos Positivos

La tipografía utilizada en la campaña es legible en textos grandes y pequeños, los colores elegidos para esta campaña son adecuados al tema y agradables, así como la fotografía de la persona que presenta la campaña es agradable, transmite calidez y profesionalismo. Opinaron que el mensaje es claro y fácil de entender.



# Propuesta Final



## Spot de Televisión

**Si necesitas ayuda médica**



hay un centro de **Salud** cerca de

**Calidad  
Calidez  
Humanismo**



**cuidados especializados**



**hospital Roosevelt**



**Hospital Roosevelt**



**Atención médica cerca de ti...**





# Portada de DVD



(12 cm de ancho x 12 cm de alto)



(12 cm de diámetro)



# Spot de Radio 1



Indicaciones Técnicas	Narración
Ambiente de calle en el fondo de la narración	Doña Aury: - ¿Qué tal doña Lily? ¿Ya viene del mercado? -
	Doña Lily: - No usted, del hospital vengo -
	Doña Aury: - Así... ¿y qué le pasó? ¿está enferma? -
	Doña Lily: - No, yo acompañé a la Mary, pero ¿sabe de qué me enteré? -
	Doña Aury: - ¿De qué se enteró? -
	Doña Lily: - Que ahora en el Hospital Roosevelt no atienden así nomás -
	Doña Aury: - Así... y ¿por qué? -
Ladridos de perros, constantes	Doña Lily: -...bueno dice que si uno tiene calenturas, diarreas, náuseas, catarros o así como en mi caso va enferma de la garganta, enfermedades comunes va, que vayamos primero al centro de salud más cercano, y si necesitamos un tratamiento o sea porque tengamos una enfermedad más grave que del centro de salud nos mandan al hospital dice. -
Ladridos de perros, constantes	Doña Aury: - Ah... mire pues, qué bueno es saberlo ¿verdad? -
	Doña Lily: -...Pues le cuento...-
Fondo sin ambientación	Doctora: - Déjanos a nosotros los casos más complicados y recuerda que tienes atención médica más cerca de ti...-

# Spot de Radio 2



Indicaciones Técnicas	Narración
Sin sonido de fondo	<p>La doctora narra lo siguiente:</p> <p>Si necesitas ayuda médica, hay un centro de salud cerca de tu casa donde te brindarán atención con calidad, calidez y humanismo. Recibirás atención en el área de medicina tradicional, pediatría general, laboratorios, control de vacunas, entre otras.</p> <p>Y si la enfermedad requiere cuidados especializados, del centro de salud te enviarán al Hospital Roosevelt. Déjanos a nosotros los casos más complicados y recuerda que tienes atención médica más cerca de ti...</p>

# Afiche

(17" de ancho x 11" de alto)



## Atención médica + cerca de ti...

Recuerda, si tu necesidad de atención médica es de menor riesgo, debes acudir a un centro de salud cerca de tu casa, donde te brindarán atención con *calidad, calidez y humanismo.*

Centros de Salud	Dirección	Horario de atención
Zona 5	26 calle 5-43 zona 3	Lunes a Viernes 7:00 a 15:30
CAP Bohemia	Av. Tostón Uribe 24-02, zona 7, Col. Bellavista	Lunes a Domingo, 24 horas
Centro de Salud Zona 1	10a. Av. 14-00 zona 1	Lunes a Viernes 7:00 a 15:30
Centro de Salud Centro Anáfrica	31 Av. 10a. calle zona 7	Lunes a Viernes 7:00 a 15:30
Clínica Periferia El Amparo	17 calle 31-89 zona 7, Col. El Amparo II	Lunes a Viernes 7:00 a 15:30
CLM Amparo	35 calle 31-89 zona 7, Col. El Amparo II	Lunes a Domingo, 24 horas
Centro de Salud Zona 11	56 Av. 11-40, zona 11	Lunes a Viernes 7:00 a 15:30

Maternidades	Dirección	Horario de atención
Zona 19	78 Av. 6-20, zona 13	Lunes a Domingo, 24 horas
El Amparo	38 calle 31-89 zona 7, Col. El Amparo II	Lunes a Domingo, 24 horas

hospitalroosevelt.gob.gt    Teléfono: (502) 2521-7400



# Trifoliar

(8.5" de ancho x 11" de alto)

Los centros y puntos de salud tienen a tu disposición los siguientes servicios:

- Medicina tradicional
- Medicina general
- Obstetricia
- Odontología
- Salud reproductiva
- Intervenciones críticas no traumáticas
- Adulto mayor
- Seguridad alimentaria y Nutricional especialmente en niños y mujeres embarazadas
- Salud mental
- Infecciones respiratorias agudas
- Historia después de mala cirugía
- Control de recursos
- Laboratorio
- Programas de atención
- Tuberculosis
- MH/MSA

Centro de Salud	Dirección	Horario de atención
Zona 2	26-Calle 1-4 Zona 2	Lunes a Viernes 7:00 a 15:30
CAP Anitana	Av. Tlacotal 2462, zona 7, Cal. Tlacotal	Lunes a Domingo, 24 horas
Centro de Salud Zona 1	Tla. Av. 1400 Zona 1	Lunes a Viernes 7:00 a 15:30
Centro de Salud Centro América	21 Av. 10a, calle zona 7	Lunes a Viernes 7:00 a 15:30
Clínica Periférica Anitana	27 Calle 10-08 Zona 7, Cal. El Anitana II	Lunes a Viernes 7:00 a 15:30
CLUB Anitana	28 Calle 10-08 Zona 7, Cal. El Anitana II	Lunes a Domingo, 24 horas
Centro de Salud Zona 11	Ta. Av. 11-40 Zona 11	Lunes a Viernes 7:00 a 15:30

**A ti mujer embarazada:**

- Planificación familiar
- Papanicolaou
- Obstetricia
- Control prenatal
- Atención al parto
- Puerperio

Maternidades	Dirección	Horario de atención
Zona 11 Anitana	Ta. Av. 6-20 Zona 11 28 Calle 11-04 Zona 7, Cal. El Anitana II	Lunes a Domingo, 24 horas Lunes a Domingo, 24 horas

Para mayor información comuníquese con nosotros:  
Teléfono: (502) 2321 7400  
www.hospitalroosevelt.gub.gt

Recuerda, si la necesidad de atención médica es de menor rango debes acudir a un centro de salud cerca de tu residencia; lo brinda en atención con calidad, salud y bienestar.

## Hospital Roosevelt

**¿Qué nos ofrece?**

El Hospital Roosevelt es una institución médica de referencia nacional, creada para brindar atención especializada y de alta complejidad.

**Centro de especialidades médicas**

Ofrece servicios médicos gratuitos en las especialidades de: medicina interna, cirugía, oncología, traumatología, radiología, ginecología, pediatría, oftalmología y sub-especialidades como: medicina nuclear y otras. Además los servicios de diagnóstico por imágenes y laboratorios clínicos.

**Niveles de atención de salud**

El Ministerio de Salud Pública y Atención Social, clasifica la atención médica en tres niveles de atención según sea la complejidad de la enfermedad, de acuerdo al impacto físico, psicológico, socio familiar y equipo médico, organización según criterios poblacionales, territorialidad de oportunidad para la resolución de problemas de salud de grupos específicos.

**Nivel de Atención:** Atiende casos de menor riesgo o baja complejidad, así mismo atiende poblaciones expuestas a los siguientes factores de riesgo: embarazo, parto, cesárea, cesárea, parto o laborio cesárea. Presta servicios de salud básicos entre ellos estar: Centro Comunitario de Salud, Puesto de Salud.

**Nivel de Atención:** Son los establecimientos de servicios públicos de atención ubicado en el área municipal y centros poblados de 5 mil a 20 mil habitantes. Centros de Salud Tipo A, Centros de Salud Tipo B, Centros de Atención Periférica (CAP), Clínicas Periféricas, Centros de Urgencia Médica (CUM), Maternidades Periféricas.

**Nivel de atención:** Este nivel la integran los hospitales, departamentos, hospitales regionales y hospitales de referencia terciaria ubicados en el Hospital Roosevelt.

El Hospital Roosevelt está catalogado como un centro de atención de problemas de salud de alta complejidad, es decir, de tener nivel, para brindar sus servicios a la población según el Sistema de Referencia y Contra Referencia, así como a las personas que acuden espontáneamente y que padecen problemas de salud de alta complejidad.

**Este plan se lleva a cabo de acuerdo a los siguientes criterios:**

- Criterio Médico:** Se refiere al estado epidemiológico del paciente y diagnóstico de la enfermedad.
- Criterio Administrativo:** Se refiere a la referencia entre los puntos de atención de salud hacia el Hospital Roosevelt.
- Criterio Médico:** Se refiere al estado epidemiológico del paciente y diagnóstico de la enfermedad.
- Criterio de Calidad:** Por criterios de calidad de atención del paciente y su acompañamiento familiar necesario.

Los criterios de referencia y contra referencia de los pacientes al Hospital Roosevelt, debe dirigirse a un centro de atención de salud de mayor complejidad que el que se acude al primer nivel de atención y que el paciente sea evaluado y diagnosticado por un especialista en el nivel de alta complejidad según el sistema de referencia y contra referencia a esta institución.

Tiro

Retiro

Atención médica cerca de ti...  
Recuerda, si la necesidad de atención médica es de menor rango debes acudir a un centro de salud cerca de tu residencia; lo brinda en atención con calidad, salud y bienestar.

Atención médica cerca de ti...  
Recuerda, si la necesidad de atención médica es de menor rango debes acudir a un centro de salud cerca de tu residencia; lo brinda en atención con calidad, salud y bienestar.

# Fondo de Escritorio

(1024 square pixels de ancho x 800 square pixels de alto)



# Fundamentación



En los productos de diseño, los colores utilizados son el celeste, para el fondo; azul, para la palabra del titular "Ti..."; rojo, para el signo "más" y la línea de ritmo cardiaco y por último el blanco, para los titulares.

## Colores



**CMYK:** C: 100 %, M: 96 %, Y: 31 %, K: 26 %  
**RGB:** R: 36, G: 39, B: 94,  
**Pantone:** 275 C  
**Hexagecimal:** # 24275e



**CMYK:** C: 83 %, M: 15 %, Y: 11 %, K: 5 %  
**RGB:** R: 0, G: 154, B: 195,  
**Pantone:** 639 C  
**Hexagecimal:** # 009ac3



**CMYK:** C: 84 %, M: 34 %, Y: 0 %, K: 0 %  
**RGB:** R: 0, G: 138, B: 204,  
**Pantone:** Pantone Process blue C  
**Hexagecimal:** # 008acc



**CMYK:** C: 2 %, M: 100 %, Y: 100 %, K: 0 %  
**RGB:** R: 230, G: 30, B: 37,  
**Pantone:** DS 73-1 C  
**Hexagecimal:** # e61e25



**CMYK:** C: 0 %, M: 0 %, Y: 95 %, K: 0 %  
**RGB:** R: 255, G: 242, B: 57,  
**Pantone:** DS Process Yellow C  
**Hexagecimal:** # fff239

**Azul:** Este color está relacionado con la inteligencia, sabiduría, seriedad, confianza, paz y quietud; color propicia descanso porque actúa como calmante. Es por esa razón que se utilizó en esta campaña debido a que el material será publicado dentro de las instalaciones del Hospital Roosevelt debe respetarse el ambiente.

**Celeste:** Es un color que representa tranquilidad, paz, esperanza y es utilizado en esta campaña porque eso es lo que se busca transmitir al grupo objetivo, debe respetarse el ambiente de un hospital por las circunstancias que atraviesan cada una de las personas que allí se encuentran.

**Rojo:** Este color atrae la atención, simboliza impulso y atracción, está relacionado con la vitalidad por ser el color de la sangre, está ligado al principio de la vida. En los productos de diseño se decidió utilizarlo en menor cantidad, para llamar la atención y también porque la cruz roja es un ícono que la población reconoce en temas de salud.

**Amarillo:** Es un color que transmite sabiduría, energía, inteligencia y libertad, este color es utilizado en el cintillo en la parte inferior y es un color que representa a la institución.



# Tipografía



En el diseño gráfico, la tipografía es fundamental para transmitir mensajes. Para definirla es importante tomar en cuenta el grado de escolaridad que tenga el grupo objetivo para que ésta sea eficaz.

## Segoe UI

Pertenece a la familia tipográfica Segoe, en esta campaña es la tipografía utilizada para los titulares y subtítulos por su legibilidad, ya que es un tipo de letra "Palo Seco", muy clara y limpia.

Segoe UI Regular

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ  
 abcdefghijklmñopqrstuvwxyz  
 0123456789

ª º ¡ ! " • \$ % & / ( ) = ¿ ? ^ \* ¸ Ç \_ , ; : : \_ -

- Segoe UI Regular
- Segoe UI Bold**
- Segoe UI Light
- Segoe UI Italic*
- Segoe UI Semibold
- Segoe UI Bold Italic***

## Lucida Sans

Pertenece a la familia Lucida, es una tipografía "Palo Seco", lo que permite que sea altamente legible.

Lucida Sans Regular

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ  
 abcdefghijklmñopqrstuvwxyz  
 0123456789

ª º ¡ ! " • \$ % & / ( ) = ¿ ? ^ \* ¸ Ç \_ , ; : : \_ -

- Lucida Sans Regular
- Lucida Sans Italic*
- Lucida Sans Demibold Roman**
- Lucida Sans Demibold Italic***

Centros de Salud	Dirección	Horario de atención
Zona 3	26 calle 5-43 zona 3	Lunes a Miércoles 7:00 a 15:30
CAP Bethania	Av. Tecún Uman 2402, zona 7, Col. Bethania	Lunes a Domingo, 24 horas
Centro de Salud Zona 1	10a. Av. 14-00 zona 1	Lunes a Viernes 7:00 a 15:30
Centro de Salud Centro América	31 Av. 10a. calle zona 7	Lunes a Viernes 7:00 a 15:30
Clínica Periferica El Amparo	37 calle 31-89 zona 7, Col. El Amparo II	Lunes a Viernes 7:00 a 15:30
CLM Amparo	38 calle 31-89 zona 7, Col. El Amparo II	Lunes a Domingo, 24 horas
Centro de Salud Zona 11	5a. Av. 11-40, zona 11	Lunes a Viernes 7:00 a 15:30

Maternidades	Dirección	Horario de atención
Zona 13	7a. Av. 6-20, zona 13	Lunes a Domingo, 24 horas
El Amparo	38 calle 31-89 zona 7, Col. El Amparo II	Lunes a Domingo, 24 horas

Segoe UI Regular

Segoe UI Regular

Lucida Sans Regular

www.hospitalroosevelt.gob.gt | Teléfono: (502) 2321-7400







# Fotografía

Las fotografías son utilizadas como un recurso gráfico que contribuye a ilustrar y comunicar mejor el mensaje de forma estética, tanto en el spot de televisión como en el material impreso.

Las fotografías utilizadas en esta campaña fueron tomadas con una cámara digital semi-profesional, en el interior de las instalaciones de un centro de salud, a las ocho de la mañana aproximadamente, con el objetivo de obtener mejor calidad en las tomas aprovechando el recurso de la luz natural.

Se tomaron fotografías en el área de farmacia, laboratorio, pediatría y adultos, con el fin de ilustrar los servicios que están a disposición de la población y de esta manera los usuarios identifiquen que en un centro de salud también encontrarán atención con calidad y calidez.

# Video

Es otro recurso gráfico de soporte en la realización de esta campaña. Para la elaboración del spot televisivo se realizaron tomas de video del personaje principal. Se utilizó una cámara fotográfica semi-profesional y el recurso de chromakey, que consiste en colocar una tela de color verde en el fondo del escenario. En la fase de edición se retira la pantalla verde, valiéndose de los programas after effects o premiere pro.

El personaje principal llenó el perfil requerido de presentación, tono de voz agradable, confianza y profesionalismo e identificar al personal de salud.



# Animación

El spot de televisión se complementa con la animación de texto, mientras el personaje principal aparece en escena al inicio y al final del mismo, además es un recurso utilizado en las fotografías cuando la voz en off narra el guion.



# Formato y Soporte

## Spot de Televisión

**Formato:** MPEG (Clip de película) 720 \* 480 dv pixeles, 11.4 MG.

**Material Recomendado:** material digital DVD

**Soporte:** Es un material de apoyo para la institución que contiene información de los servicios que las personas encontrarán en los centros y puestos de salud de primer y segundo nivel de atención, el cual será proyectado en los servicios que cuentan con monitores y lectores de DVD.

## Spot de Radio

**Formato 1:** 7.5 MB

**Formato 2:** 5.23 MB

**Material Recomendado:** material digital

**Soporte:** Este es un material de apoyo para la institución que contiene información de los servicios que las personas encontrarán en los centros y los procesos a realizar según sea su necesidad. El spot de Radio será transmitido desde la planta telefónica.

## Afiche

**Formato:** 11" x 17" (formato horizontal)

**Material Recomendado:** Cartoncillo texcote con barniz UV, impreso a full color.

**Soporte:** El afiche será colocado en las carteleras internas de la institución para difundir la información.

# Trifoliar

**Formato:** 8.5" x 11" (vertical, tiro y retiro)

**Material Recomendado:** Papel couché, impresión full color.

**Soporte:** Se eligió el diseño en formato vertical porque era el que mejor se adecúa a la información que contiene (las tablas con las direcciones y horarios de atención de los centros de salud).

Estos trifoliales estarán en los kioscos de información, se entregará a los usuarios de la institución y a los empleados se les enviará en formato pdf a su correo electrónico interno, para optimizar los recursos.

# Fondo de Escritorio

**Formato:** 1024 x 800 square pixeles (JPEG)

**Material Recomendado:** Archivo Digital

**Soporte:** Este material será instalado desde el departamento de informática en los monitores de las computadoras de la institución. Este recurso es muy utilizado, ya que es de fácil acceso no necesita inversión económica.

# Portada de DVD

**Formato:** Impresión sobre un disco, 12 cm de diámetro

**Material Recomendado:** Impresión sobre disco

**Soporte:** Este material se incluyó, porque servirá para proporcionar el material a los diferentes departamentos y autoridades de la institución, además de ser más fácil su reproducción.

Lineamientos para  
la puesta en práctica

# Capítulo 5

Conclusiones

Recomendaciones

Bibliografía

Anexos

Glosario



# Lineamientos para la puesta en práctica

## Plan de Medios

Para que esta campaña de divulgación llegue con efectividad al grupo objetivo es importante difundirla, para lo cual se considera un plan que incluye diferentes alternativas para llevar a cabo el proyecto adecuando el recurso existente en la institución.

Por ese motivo se realizan piezas gráficas fáciles de reproducirse en medios impresos y digitales.

### Medios Digitales:

- Spot de Televisión
- Spots de Radio
- Fondos de pantalla en computadoras
- Trifoliar virtual

### Medios Impresos:

- Afiche
- Trifoliar
- Portada de DVD

## Objetivo para el Plan de Medios

Que la información llegue eficazmente al grupo objetivo, evitando el mayor ruido para que las personas conozcan los procedimientos para ser atendidos según su necesidad.

Para plantear el plan de medios es necesario tomar en cuenta el recurso económico y físico con el que cuenta la institución para su aprovechamiento y transmitir de mejor forma la información al grupo objetivo.

Para elegir las piezas gráficas apropiadas y cumplir con los objetivos establecidos es necesario tomar en cuenta las características del grupo objetivo.

## Duración de la Campaña

La duración de la campaña será de tres meses, para posicionar el mensaje que se desea transmitir al grupo objetivo. Iniciando en el mes de octubre y finalizando en el mes de diciembre del año 2012, debido a la creciente demanda de pacientes por enfermedades respiratorias en esa época.

## Medios digitales de comunicación

Medios	Tamaño	Material	Ventajas	Desventajas
<b>Spot de Televisión</b>	720 * 480 pixeles Duración 30 seg. 17.2 MB	Material Digital	Se puede abarcar gran cantidad del grupo objetivo.	Puede no escucharse por el ruido del ambiente.
<b>Spot de Radio 1</b>	7.49 MB Duración 40 seg.	Material Digital	Puede utilizarse como línea en espera o bien ser difundido desde la planta telefónica dentro de la institución.	Puede no entenderse al momento de reproducirse en las bocinas dentro de la institución, o bien, no terminar de escuchar el mensaje en espera de llamada.
<b>Spot de Radio 2</b>	5.23 MB Duración 28 seg.	Material Digital		
<b>Fondos de Escritorio de computadores</b>	1024 * 800 pixeles	Material Digital (Monitores internos)	Es información personalizada, porque llega al computador de cada empleado.	
<b>Trifoliar virtual</b>	8.5 * 11 pulgadas	Material Digital (correo interno de empleados de la institución y subirlo al portal electrónico de la institución)	Es información personalizada, porque llega al correo personal del grupo objetivo. Las personas que tienen acceso a internet podrán verlo desde sus casas.	Algunas personas rechazan la publicidad en sus correos.

## Medios impresos de comunicación

Medios	Tamaño	Material	Ventajas	Desventajas
<b>Afiche</b>	11" x 17" (formato horizontal)	Cartoncillo texcote con barniz UV, impresión full color	Es de mayor visibilidad para el grupo objetivo. Puede colocarse en puntos estratégicos.	Si se le da mal uso puede deteriorarse puesto que el material no es de larga duración.
<b>Trifoliar</b>	8.5" x 11" (vertical, tiro y retiro)	Papel couché o papel bond, impresión full color.	La información esta mejor detallada y el grupo objetivo podrá llevárselo y mostrarlo a sus familiares o vecinos.	Si se le da mal uso puede deteriorarse puesto que el material no es de larga duración.
<b>Portada de DVD</b>	12cm de diámetro	Material Digital, impresión sobre DVD	Es fácil de reproducir y se puede compartir fácilmente.	Con el tiempo el DVD puede dañarse y puede perderse la información.



# Cronograma



El Spot de Televisión se transmitirá cada 15 minutos de 7:00 a 11:00 y de 13:00 a 15:00, ya que son los horarios en los que mayor cantidad de personas se atiende en las consultas externas. Será transmitido en las consultas externas y otros servicios que cuenten con monitores y lectores de DVD. Este recurso es utilizado debido al bajo grado de escolaridad que posee el grupo objetivo y no llevarles la información con claridad. Para su ejecución se cuenta con la coordinación de la oficina de Comunicación Social, de la institución a cargo de la Licenciada Berania López, y el apoyo del Ingeniero Manuel Tercero jefe del departamento de Informática.

Los Spots de Radio serán transmitidos desde la planta telefónica en las bocinas ubicadas en los pasillos de la institución, cada 15 minutos de 7:00 a 11:00 y de 13:00 a 15:00 puesto que son los horarios en los que mayor cantidad de personas se atiende en las consultas externas. Asimismo serán transmitidos como tono en las llamadas en espera. Para su ejecución se cuenta con la coordinación de la oficina de Comunicación Social, de la institución a cargo de la Licenciada Berania López, y el apoyo de los técnicos de la planta telefónica.

El trifoliar digital será enviado al correo interno de los empleados de la institución y el responsable de su ejecución es la oficina de Comunicación Social, asimismo se subirá al portal electrónico de la institución.

El fondo de escritorio será colocado en los monitores de las computadoras de los empleados de la institución, bajo la responsabilidad del departamento de Informática.

Los afiches serán colocados en las carteleras permitidas de la institución evitando así el ruido visual, las cuales están ubicadas en puntos estratégicos. La oficina de Comunicación Social está a cargo de colocarlos en las mismas. Serán colocadas únicamente las semanas indicadas en el cuadro anterior evitando que después de cierto tiempo la información pase desapercibida. Para ello se imprimirán 30 afiches.

Se imprimirán inicialmente 10 mil trifoliales, los cuales serán entregados en los kioscos de información por los edecanes de la institución, el objetivo es que las personas compartan la información con sus familiares, amigos y vecinos.

Medios	Octubre					Noviembre				Diciembre			
	S 1	S 2	S 3	S 4	S 5	S 6	S 7	S 8	S 9	S 10	S 11	S 12	S 13
Spot de Televisión	■	■	■			■	■		■	■		■	■
Spots de Radio		■		■	■			■	■		■		■
Trifoliar Impreso	■					■				■			
Afiche	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
Fondo de Pantalla	■	■	■			■	■		■	■			■
Trifoliar Digital		■				■				■			



# Costos

Medios	Especificaciones	Unidades	Costos
Afiche	17" x 11" (formato horizontal). Cartoncillo texcote con barniz UV, impresión full color	30	Q. 450.00
Trifoliar	8.5" x 11" (formato vertical, tiro y retiro). Papel couché, impresión full color.	10,000	Q. 3,100.00
Impresión Portada de DVD	Impresión sobre DVD full color. 12cm de diámetro	40	Q. 600.00
Spot de Televisión	Material digital 720 * 480 dv pixels Duración 30 seg. 17.2 MB	1	Q. 0.00
Spots de Radio	Material digital a. 7.49 MB Duración 40 seg. b. 5.23 MB Duración 28 seg.	2	Q. 0.00
Fondo de Escritorio para computadora	Material digital 1024 * 800 square pixels	1	Q. 0.00
Trifoliar virtual	Material digital 8.5 * 11 pulgadas	1	Q. 0.00
<b>Total</b>			<b>Q. 4,150.00</b>

Cotización realizada el 30 de agosto del año 2012

# Conclusiones

Con base a los objetivos planteados al inicio de este proyecto se concluye lo siguiente:

- Se desarrollaron los procesos y productos de diseño gráfico multimedia e impresos que conforman una campaña de divulgación para que el "Sistema de Referencia y Contra-Referencia" sea conocido por los empleados y usuarios del Hospital Roosevelt.
- Se realizó un spot de televisión y dos spots de radio para transmitir información al grupo objetivo, utilizando los recursos de divulgación con los que cuenta la institución.
- Se elaboró un afiche y un trifoliar que contienen información más completa sobre el "Sistema de Referencia y Contra-Referencia" y los servicios que encontrarán en los diferentes centros de salud, así como sus horarios de atención y direcciones exactas.
- Las piezas gráficas fueron desarrolladas de acuerdo al nivel de lectura visual del grupo objetivo, tomando en cuenta las características de la imagen.

# Bibliografía

- Cebrian, M. (1981) Diccionario de Radio y Televisión. (1ª. Edición) España: Editorial Alhambra, 375 pp.
- (1991) Diccionario de Ciencias y Técnicas de la Comunicación. Madrid, España: Ediciones Paulinas, 1374 pp.
- Wong, Wucius (2004). Diseño gráfico digital. (2da. Edición). Barcelona, España: Editorial Gustavo Gili, S.A

## Páginas Consultadas

- [www.portal.mspas.gob.gt](http://portal.mspas.gob.gt). [Ministerio de Salud Pública y Asistencia Social]. [En línea]. Disponible en: [http://portal.mspas.gob.gt/index.php?option=com\\_content&view=article&id=313&Itemid=198](http://portal.mspas.gob.gt/index.php?option=com_content&view=article&id=313&Itemid=198) [Consultado 15 de marzo de 2012].
- [world-gazetteer.com](http://world-gazetteer.com). (Áreas Metropolitanas). (En línea). Disponible en: <http://world-gazetteer.com/wg.php?x=&men=gcis&lng=en&des=wg&geo=2&srt=pnan&col=adhoq&msz=1500&pt=a&va=&geo=-93>(Consultado 15 de abril de 2012)
- [www.ine.gob.gt](http://www.ine.gob.gt). (Instituto Nacional Estadística, Guatemala C.A.). (En línea). Disponible en: <http://www.ine.gob.gt/np/poblacion/index.htm> (Consultado 15 de abril de 2012)
- [www.contratos.gov.co](http://www.contratos.gov.co) (Portal Único de Contratación, Bogotá). (En línea). Disponible en: [http://www.contratos.gov.co/archivospuc1/DA/124004000/07-2-77212/DA\\_PROCESO\\_07-2-77212\\_124004000\\_242552.pdf](http://www.contratos.gov.co/archivospuc1/DA/124004000/07-2-77212/DA_PROCESO_07-2-77212_124004000_242552.pdf). (Consultado 23 de marzo de 2012)
- [www.definicionabc.com/comunicacion/afiche.php](http://www.definicionabc.com/comunicacion/afiche.php) (Definición ABC). (En línea) Disponible en: <http://www.definicionabc.com/comunicacion/afiche.php>. (Consultado 1 de mayo de 2012)

# Glosario

## Animación

Es un proceso utilizado en diseño gráfico y producción para dar la sensación de movimiento a imágenes, dibujos o a otro tipo de objetos inanimados.

## Barniz UV

Las capas de barniz sirven de protección y están previstas para crear efectos superficiales, tales como brillo y matices mates. Con los barnices UV, ambas cosas se consiguen óptimamente. La película de barniz UV puede compararse con una plastificación. El barniz UV es resistente al roce y diversas sustancias químicas y no es caro.

## Campaña de Divulgación

Conjunto de ideas creativas que se realizan con el objetivo de difundir o esparcir información a partir del llamado de atención o interés generado en determinado grupo de personas.

## Chromakey

El croma, inserción croma o llave de color es una técnica audiovisual utilizada ampliamente en cine, televisión y fotografía, que consiste en extraer un color de la imagen (usualmente el verde o el azul) y reemplazar el área que ocupaba ese color por otra imagen, con la ayuda de un equipo especializado o un ordenador.

## Focus Group

Grupo focal, como se le llama en el idioma español, es un tipo de técnica de estudio empleada en las ciencias sociales y en trabajos comerciales que permite conocer y estudiar las opiniones y actitudes de un público determinado. Su metodología de trabajo consiste en la reunión de un grupo de entre seis y

doce personas, más un moderador que será el encargado de hacer las preguntas y dirigir el encuentro.

## Formato MPEG

Es un formato de compresión de audio y video, sus siglas significan Moving Pictures Experts Group.

## Multimedia

Se refiere a cualquier objeto o sistema que utiliza múltiples medios de expresión (físicos o digitales) para presentar o comunicar información. Los medios pueden ser variados, desde texto e imágenes, hasta animación, sonido, video, etc. También se puede calificar como multimedia a los medios electrónicos (u otros medios) que permiten almacenar y presentar contenido multimedia.

## Plan de Medios

Se define como el proyecto de distribución de mensajes publicitarios en los medios de comunicación para un tiempo determinado.

## Papel Couché

Es un papel fino con brillo, es apropiado para impresiones offset full color, la superficie es aprovechada para aplicar el filtro UV, que protege las impresiones contra la decoloración natural causada por los rayos UV del espectro lumínico.

## Papel Texcote

De superficie brillante, es un tipo de papel grueso, muy utilizado en empaques de todo tipo de productos, la mayoría de las pequeñas cajas de las medicinas están hechas con este material.

## Usuarios Externos

Son las personas que visitan la institución como pacientes, familiares de pacientes, cuerpos de socorro y otras personas que hacen uso de las instalaciones del Hospital Roosevelt y de esta manera son usuarios del material gráfico de la campaña de divulgación sobre el Sistema de Referencia y Contra-Referencia.

## Usuarios Internos

Son las personas que laboran en la institución como empleados, servidores públicos y funcionarios que forman parte del grupo objetivo a quien va dirigida la campaña de divulgación sobre el Sistema de Referencia y Contra-Referencia.

# Anexos





**Print  
Graphic**

Más que impresión...  
es calidad y rapidez

30 de agosto de 2012  
Ref. : 1022-08-12

Licenciada:  
Regina Bolvito  
Presente

**Apreciada Licda. Bolvito:**

Tenemos el agrado de someter a su apreciable consideración la siguiente cotización:

**TRIFOLIARES**, litografiados a full color tiro y retiro en papel Couche 80 doblados.

**MEDIDA:** 8.50 x 11.00"

Cantidad	Precio Unitario	Total
10,000	Q. 0.31	Q. 3,100.00

**AFICHES**, full color tiro cartoncillo Texcote 12.

**MEDIDA:** 11.00 x 17.00"

Cantidad	Precio Unitario	Total
30	Q. 15.00	Q. 450.00

**ESTOS PRECIOS INCLUYEN IVA.**  
Cliente entrega Archivo Digital Listo para Negativar  
50% Anticipo y 50% contra entrega

Atentamente,

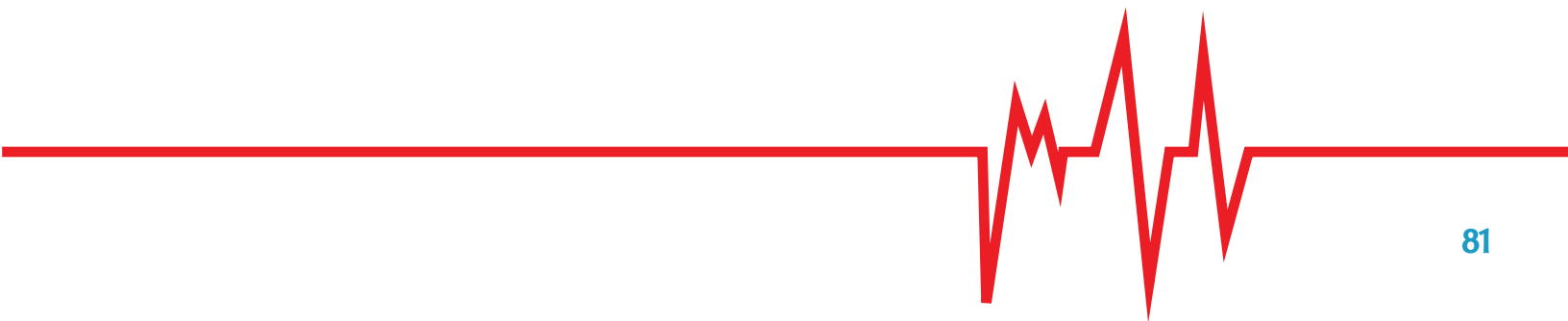
Luis David Obregón V.  
Cel. (502) 5301-0140  
[www.printgraphic.com.gt](http://www.printgraphic.com.gt)

---

**[www.printgraphic.com.gt](http://www.printgraphic.com.gt)**

4ta. Calle 2-38 Zona 1 Guatemala, Guatemala C. A. Tels.: (502) 22511428/31/32







**USAC**  
TRICENTENARIA  
Universidad de San Carlos de Guatemala

ARQUITECTURA  
Diseño Gráfico 



**“Campaña de Divulgación del Sistema de Referencia y  
Contra-Referencia para el Hospital Roosevelt”**

**IMPRÍMASE**

**“ID Y ENSEÑAD A TODOS”**

*Arq. Carlos Enrique Valladares Cerezo*

**DECANO**

*Licda. Annabella Yaeggy*

**ASESOR**

*Luisa Regina Bolvito Villarreal*

**SUSTENTANTE**



**USAC**  
TRICENTENARIA  
Universidad de San Carlos de Guatemala

ARQUITECTURA  
Diseño Gráfico 