

**UNIVERSIDAD
INSURGENTES**

PLANTEL XOLA

LICENCIATURA EN DISEÑO Y COMUNICACIÓN VISUAL CON
INCORPORACIÓN A LA UNAM CLAVE 3315-31

**“REDISEÑO DE IMAGEN CORPORATIVA PARA
SERVICIO DENTAL EMPRESARIAL Y SU APLICACIÓN
EN PAPELERÍA BÁSICA Y REDES SOCIALES”**

T E S I N A

QUE PARA OBTENER EL TÍTULO DE:
LICENCIADA EN DISEÑO Y COMUNICACIÓN VISUAL

P R E S E N T A

ANA LAURA SANVICENTE VILLALOBOS

ASESOR: MTRO. GUILLERMO SÁNCHEZ MONROY



Universidad Nacional
Autónoma de México

Dirección General de Bibliotecas de la UNAM

Biblioteca Central



UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

Todo el material contenido en esta tesis esta protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

AGRADECIMIENTOS

El destino pone en nuestras vidas a personas que dejan su huella en nuestra existencia, aquellas que positiva o negativamente nos ayudan a ser lo que somos, a esas personas que me ayudaron a llegar hasta aquí, gracias.

Gracias a mis padres porque este también es su esfuerzo y su sueño.

A mis abuelos por enseñarme que cuando quieres algo debes luchar para obtenerlo.

A Malinalli por creer en mí en todo momento y ser una fuente de motivación.

A Fernanda por acompañarme durante toda la carrera aún ahora seguimos luchando juntas por nuestros sueños profesionales.

A Carolina por ser una amiga fiel, por buscarme y compartir sus alegrías y tristezas conmigo.

A Martín por quedarse conmigo y no abandonarme cuando muchos lo hicieron.

A Fernando por preguntarme cada que lo veía “¿Y la tesis?” “¿Y el título?”.

A mis profesores, tutores y coordinadores por todo el conocimiento compartido.

A Yiyi, Charly, Claudia, Marlene, Gretel, Tonatiuh, Edovaldo, Gastón, Andrea, Rachel y Chirino por ser mis amigos fieles y estar siempre que los necesito.

¡Gracias!.



DEDICATORIA

Dedico este proyecto con todo mi cariño a mi madre que con su esfuerzo, dedicación y amor me ayudo a llegar a ser lo que soy.

A mi padre que lo ha dado todo para que yo logre mis objetivos profesionales y personales.

A mis abuelos que más que apoyo siempre me han dado el abrazo fiel y amoroso que todos necesitamos para nunca rendirnos.

A mi hermana que con su ejemplo me ha guiado en mi camino.

A mi novia por su amor incondicional y por impulsarme a darle al mundo mi mejor versión.

A cada uno de mis profesores y tutores que me dieron las bases y conocimientos para enamorarme de mi carrera y enfrentar al mundo.

A mis amigos y compañeros de clases por las risas, consejos y experiencias.





SÍNTESIS

El presente proyecto es muestra la investigación y el proceso para crear la identidad corporativa de la clinica dental Empredent Servicio Dental Empresarial.

Empredent Servicio Dental Empresarial carece de una imagen que lo distinga dentro del mercado, para lograr tener presencia en la memoria colectiva es necesaria desarrollar su identidad corporativa.

Para crear su identidad es necesario investigar su historia, el mercado al que va dirigido, sus competencias directas e indirectas, su misión, visión y los valores que quieres reflejar a sus pacientes.

1. REDISEÑO DE IMAGEN CORPORATIVA PARA LA EMPRESA "EMPREDENT SERVICIO DENTAL EMPRESARIAL" Y SU APLICACIÓN EN PAPELERÍA INTERNA Y REDES SOCIALES

MARCO TEÓRICO

Capítulo 1. EL CLIENTE

- 1.1 ¿Quién es?
- 1.2 ¿Qué hace?
- 1.3 Domicilio, mapa de ubicación
- 1.4 Valores
- 1.5 Misión
- 1.6 Visión
- 1.7 Conceptos de diseño

Capítulo 2. PÚBLICO META Y COMPETENCIAS

- 2.1 Público meta. Definición
- 2.2 Niveles socio-económico
- 2.3 Encuesta, formato
- 2.4 Tablas y gráficas
- 2.5 Conclusiones de encuestas
- 2.6 Competencias directa e indirecta. Definiciones
- 2.7 Competencia directa
- 2.8 Competencia indirecta

Capítulo 3. IDENTIDAD VISUAL CORPORATIVA

- 3.1 Definición de diseño
- 3.2 Definición de Diseño y Comunicación Visual
- 3.3 Definición de ícono, símbolo e índice
- 3.4 Definición de identidad visual corporativa
- 3.5 Definición de imagen corporativa
- 3.6 Definición de logotipo, isologotipo, imagotipo, isotipo
- 3.7 Definición de color y sus connotaciones
- 3.8 Definición de retículas y tipos de retículas
- 3.9 Definición de tipografía y familias tipográficas

Capítulo 4. PROYECTO GRÁFICO

- 4.1 Componentes verbales
- 4.2 Tabla de pertinencias
- 4.3 Bocetos
- 4.4 Diseño
- 4.5 Aplicaciones
- 4.6 Cotización

CONCLUSIONES
BIBLIOGRAFÍA

ÍNDICE



Problemática

La empresa Empredent Servicio Dental Empresarial necesita una nueva imagen corporativa para un mejor posicionamiento en el mercado, estrechar la relación con sus clientes por medio de las redes sociales y papelería básica.

Hipótesis

Para cubrir las necesidades de la empresa Empredent Servicio Dental Empresarial se utilizarán los medios digitales para estrechar la relación de la empresa y el cliente; Se desarrollará la imagen corporativa de la clínica incluyendo sus redes sociales, programas internos, papelería básica, tarjeta de presentación de los médicos, personalización de correos electrónicos.

Objetivo general

Rediseñar la imagen corporativa de Empredent Servicio Dental Empresarial para ayudarla a posicionarse en el mercado y mejorar la relación con sus clientes para tener mayor reconocimiento y

aumentar su público meta.

Objetivos particulares

- Investigar la historia de la empresa
- Conocer los gustos del cliente
- Ubicar a la competencia directa
- Investigar el público meta
- Investigar los conceptos necesarios para conocer a la empresa
- Cotizar los materiales necesarios para desarrollar el proyecto
- Desarrollar propuesta de diseño

Justificación

Empredent Servicio Dental Empresarial es una clínica dental particular, que da servicios dentales preventivos, estéticos y de salud a los usuarios que lo solicitan. En unión con Groupon promueve sus servicios con las empresas afiliadas. Para tener mayor impacto dentro del mercado requiere una imagen corporativa que la identifique.





CAPÍTULO 1



EL CLIENTE



1.1 ¿QUÉ ES?

Fundada por la Dr. Alicia Hinojosa en 1986, Empredent comenzó con un único consultorio al sur de la Ciudad de México que únicamente prestaba su servicio a pacientes cercanos a su ubicación, fue hasta 1999 cuando su hijo el ahora Dr. Daniel Capetillo Hinojosa comenzó sus estudios en Odontología en la FES Iztacala.; Que la doctora Alicia Hinojosa vio la necesidad de expandirse.

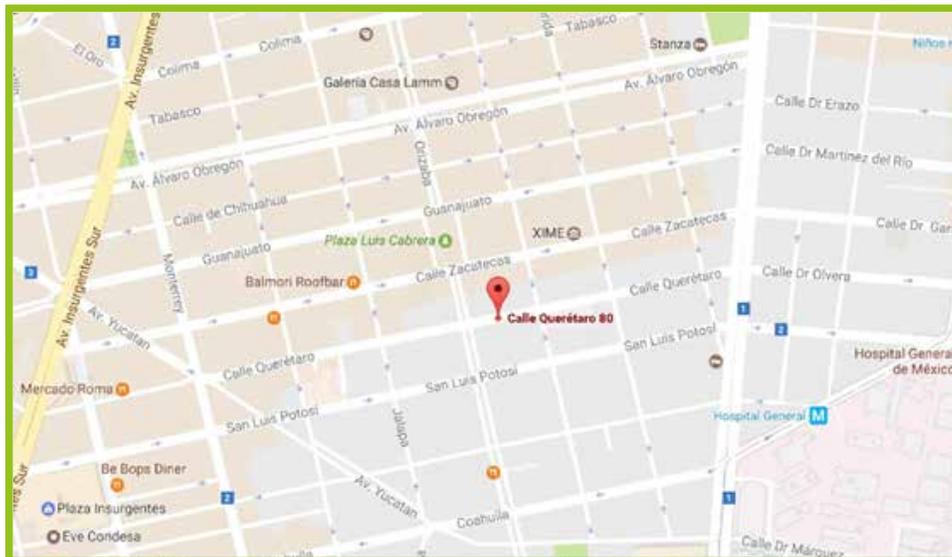
Se establecieron en la Col. Roma manteniéndose ahí hasta el día de hoy, se asociaron con Groupon y adoptaron el nombre de Empredent Servicio Dental Empresarial, en 2009 se integró la Dr. Karina Olguin al equipo de trabajo y con ella el alcance de la empresa crecería pues al ser 3 medicos dentales podrían atender a una mayor cantidad de pacientes, ofreciendo atención dental, odontología, limpieza dental, cirugías, ortodoncia y prótesis dentales.

Empredent Servicio Dental Empresarial es una empresa que brinda servicios dentales de calidad; uno de sus objetivos es mejorar la calidad de vida de las familias a través del ejercicio de la Odontología Preventiva e Inmunizadora, con treinta años de experiencia que los respaldan en el mercado; con más de diez años brindando atención y servicios de alta calidad a diferentes empresas. Entre sus servicios ofrecen atención dental, odontología, limpieza dental, cirugías, ortodoncia y prótesis dentales.

1.2 ¿QUÉ HACES?

1.3 UBICACIÓN

Querétaro Roma Norte Ciudad de México CP. 06700 Del. Cuauhtémoc





1.4 Valores

Ética, Calidez, Profesionalismo,
Amabilidad, Conocimiento,
Responsabilidad.

1.5 Misión

Asegurar mediante nuestros servicios que aquellos pacientes inmunizados puedan llegar a la etapa final de sus vidas con dentadura natural y restaurar la salud dental en las personas que la han perdido, garantizando así una infancia feliz, una juventud sana y una digna vejez.

1.6 Visión

Ser la empresa de servicios dentales, mejor posicionada debido a su ética y compromiso con los pacientes. Lograr prevenir hasta erradicar las enfermedades bucodentales de la población mexicana.

1.7 Conceptos de diseño

Cirugía bucal: es una de las especialidades más antiguas reconocidas dentro de la odontología y se encarga de diagnosticar y tratar quirúrgicamente las enfermedades, traumas y defectos de los dientes, la boca, los maxilares y sus tejidos contiguos tanto en su aspecto funcional como en el estético.

Ortodoncia: parte de la odontología que se ocupa de corregir los defectos y las irregularidades de la posición de los dientes.

Odontología: es una de las ciencias de la salud que se encarga del diagnóstico, tratamiento y prevención de las enfermedades del aparato estomatognatico, el cual incluye además de los dientes, las encías, el tejido periodontal, el maxilar superior y la articulación temporomandibular.

Prótesis dental: es un elemento artificial destinado a restaurar la anatomía de una o varias piezas dentarias, restaurando también la relación entre los maxilares, a la vez que devuelve la dimensión vertical, y repone los dientes.

Diente: es una estructura anatómica calcificada que se localiza en la cavidad oral de múltiples especies de vertebrados y que tiene como principal función la masticación.

Instrumentos dentales: instrumento especialmente diseñado para el uso en el ejercicio de la odontología. Puede ser accionado manualmente o motor o de ambas maneras.

Limpieza: es un procedimiento que cumple una importante función preventiva, relevante para la prevención de algunas enfermedades dentales. Consiste en quitar el sarro y manchas que están en los dientes o debajo de las encías.

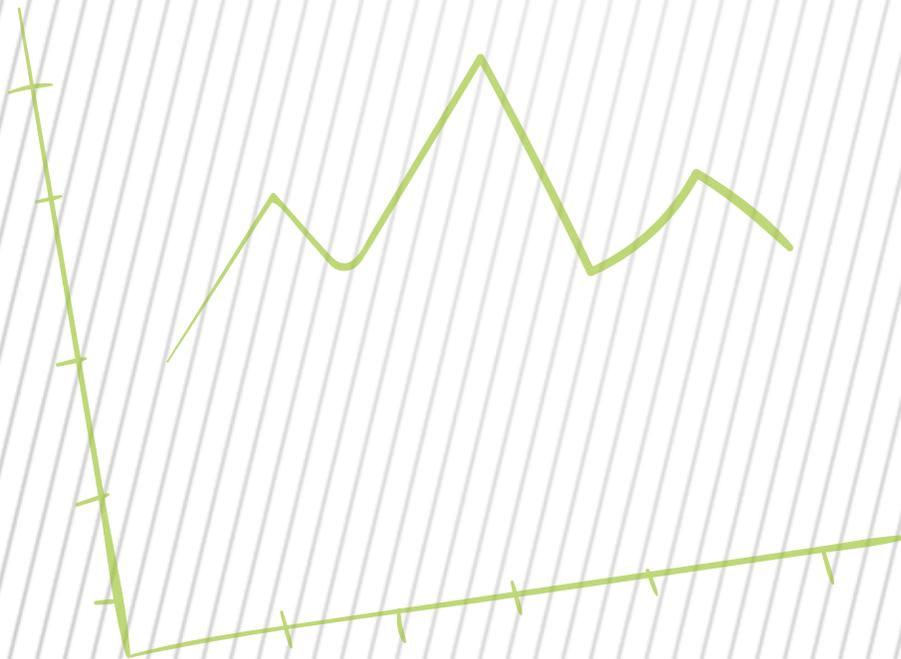




CAPÍTULO 2



PÚBLICO META Y COMPETENCIAS



2.2 NIVELES SOCIO-ECONÓMICOS

Nivel socioeconómico: es una estructura jerárquica basada en la acumulación de capital económico y social. Representa la capacidad para acceder a un conjunto de bienes y estilo de vida.

Según el AMAI (Asociación Mexicana de Inteligencia de Mercado y Opinión)

los niveles socio económicos se clasifican en

A/B: Es el segmento con el más alto nivel de vida del país. Este segmento tiene cubierta todas las necesidades de bienestar y es el único nivel que cuenta con recursos para invertir y planear para el futuro.

C+: Es el segundo grupo con el más alto nivel de vida del país. Al igual que el segmento anterior, este tiene cubiertas todas las necesidades de calidad de vida, sin embargo tiene ciertas limitantes para invertir y ahorrar para el futuro.

C: Este segmento se caracteriza por haber alcanzado un nivel de vida práctica y con ciertas comodidades.

C-: Los hogares de este nivel se caracterizan por tener cubiertas las necesidades de espacio y sanidad y por contar con los enseres y equipos que le aseguren el mínimo de practicidad y comodidad en el hogar.

D+: Este segmento tiene cubierta la mínima infraestructura sanitaria de su hogar.

D: Es el segundo segmento con menor calidad de vida. Se caracteriza por haber alcanzado una propiedad, pero carece de diversos servicios y satisfactores.

E: Este es el segmento con menos calidad de vida o bienestar. Carece de todos los servicios y bienes satisfactores.

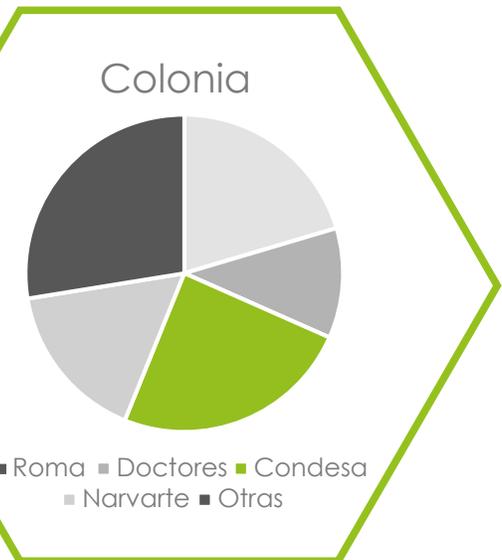
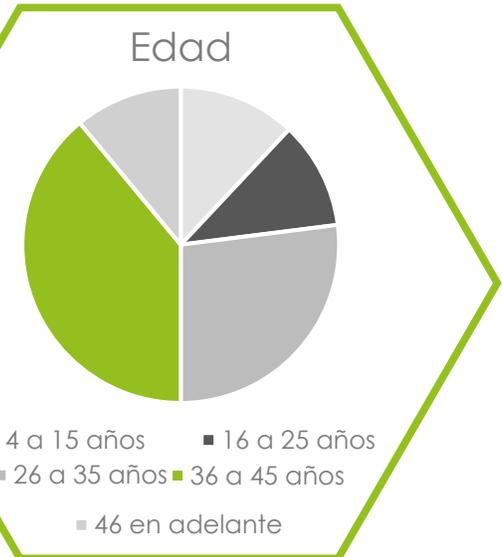
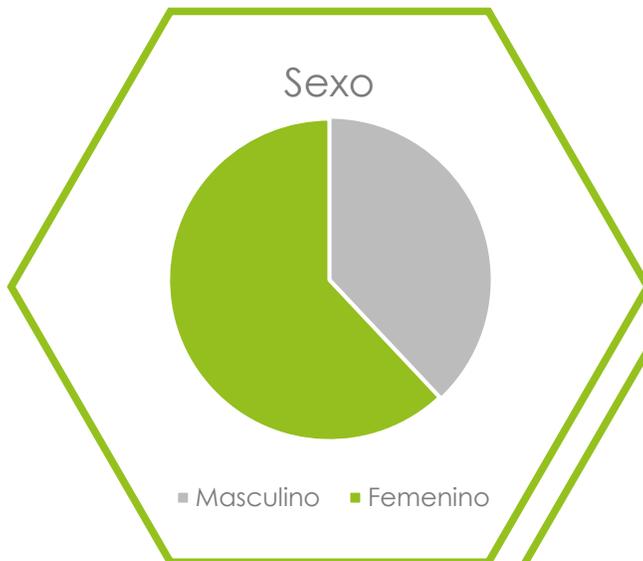
Público meta: es el consumidor representativo e ideal al cual se dirige una campaña o al comprador al que se aspira a seducir con un producto o un servicio.

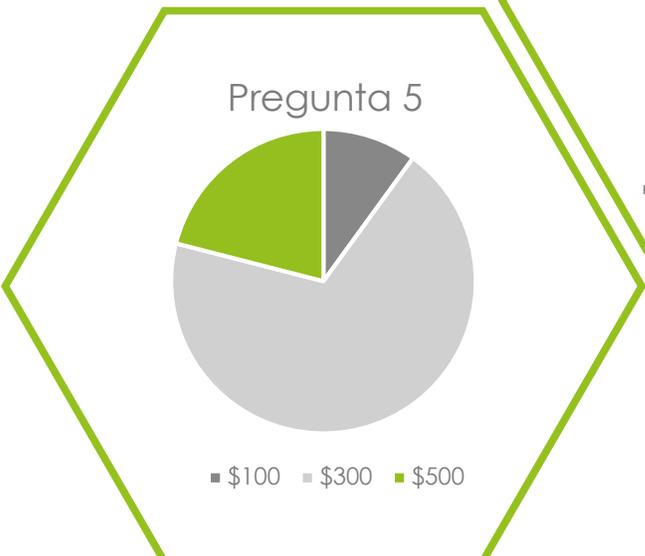
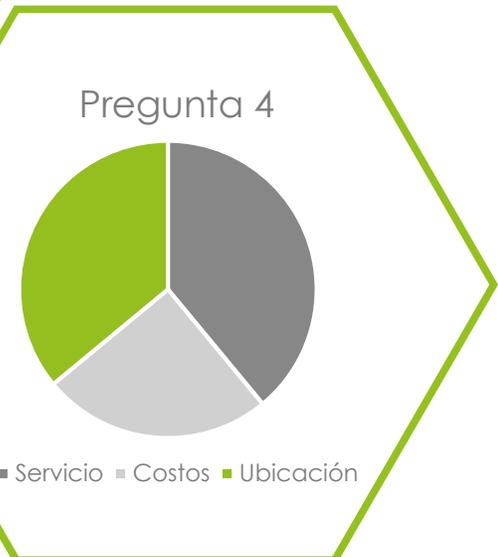
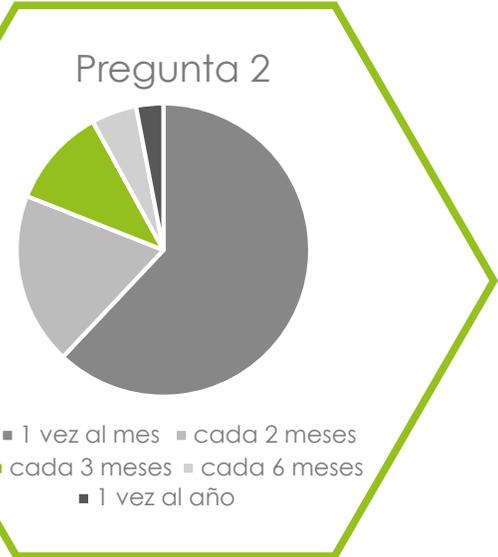
Empredent Servicio Dental Empresarial busca atender pacientes de ambos sexos y de cualquier edad que requieran atención medica dental para mejorar su calidad de vida. Con nivel socioeconómico C+, C- y D+.

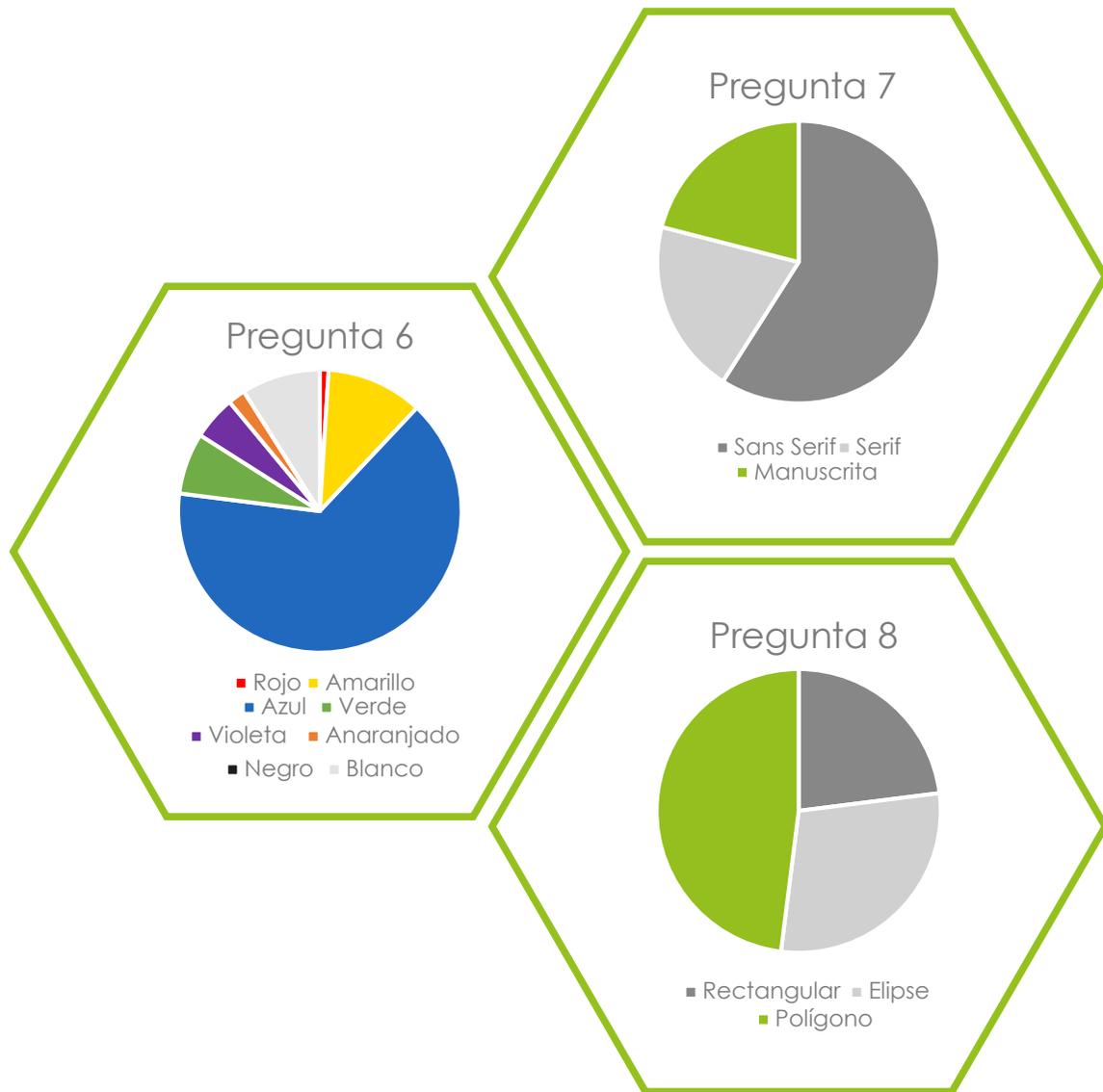
2.1 PÚBLICO META



2.4 GRÁFICAS DE RESULTADOS







Según las encuestas realizadas concluimos que la mayoría de los pacientes son mujeres de 36 a 45 años, con ocupaciones variadas que van desde empleados hasta jubilados. También notamos que la mayoría acude a esta clínica por su ubicación pues son vecinos que habitan en la misma colonia. Los niveles socioeconómicos a los que va dirigido son C+, C, C- y D+. El 89% de los pacientes que acuden a esta clínica son clientes regulares, algunos de ellos acuden al menos una vez al mes al dentista. Por recomendación y por convenio es por lo que la mayoría de los pacientes llegaron a Empredent Servicio Dental Empresarial, y el 69% gasta alrededor de \$300 en cada consulta. El color que más relacionan al servicio dental es el azul, la tipografía que eligieron fue la Sans Serif y la forma que relacionaron fue un polígono.

2.6 COMPETENCIA

Competencia directa: son aquellas empresas que venden un producto igual al que se esta ofreciendo.

Competencia indirecta: son aquellas empresas con el mismo mercado o con productos adicionales a los que ofrece.



Dra. Ambríz Cirujano dentista
Zacatecas 35 Int 602 Colonia
Roma Norte México D.F.
Tels. 557 401 43 / 0445518564243

COLOR	TIPOGRAFÍA	FORMA	PREGNANCIA	SEMÁNTICAS	INTAXIS	PRAGMÁTICA	PROXÉMICA
+/-	+	+/-	+/-	--		+/-	+



Denta Fest Odontología Funcional
Merida 170 Consultorio 26 Colonia
Roma Norte D.F. C.P. 06700
Tel. 6377 2679

COLOR	TIPOGRAFÍA	FORMA	PREGNANCIA	SEMÁNTICAS	INTAXIS	PRAGMÁTICA	PROXÉMICA
-	+/-	+/-	+/-	+/-	+/-	--	



AEO Dental
Mexicali 53 Interior 5
Colonia Hipodromo Condesa
Tel. 5748 2035

COLOR	TIPOGRAFÍA	FORMA	PREGNANCIA	SEMÁNTICAS	INTAXIS	PRAGMÁTICA	PROXÉMICA
++	+/-		+/-	+/-	+/-	+	+/-

2.7 COMPETENCIA DIRECTA

2.8 COMPETENCIA INDIRECTA



Hospital Angeles Roma
 Querétaro 58 Colonia Roma
 Norte C.P. 06700
 Tel. 01 55 5265 3000

COLOR	TIPOGRAFÍA	FORMA	PREGNANCIA	SEMÁNTICAS	INTAXIS	PRAGMÁTICA	PROXÉMICA
++		++		++		++	



Hospital Star Médica
 San Luis Potosí 143 Colonia Roma
 Norte C.P. 06700
 Tel. 01 55 1084 4747

COLOR	TIPOGRAFÍA	FORMA	PREGNANCIA	SEMÁNTICAS	INTAXIS	PRAGMÁTICA	PROXÉMICA
++	++		++		+		+



Farmacias Similares
 Queretaro 48 Colonia Roma
 Norte C.P. 06700
 Tel. 01 800 911 6666

COLOR	TIPOGRAFÍA	FORMA	PREGNANCIA	SEMÁNTICAS	INTAXIS	PRAGMÁTICA	PROXÉMICA
+	+-	+/-	++		+/-		+





CAPÍTULO 3



IDENTIDAD VISUAL CORPORATIVA





3.1 Diseño

Proceso de creación y desarrollo para producir un nuevo objeto o medio de comunicación.

3.2 Diseño y Comunicación Visual

La disciplina profesional que estudia los sistemas de información, con el objeto de convertir los datos en formas visuales, teniendo en cuenta los procesos perceptivos. Consiste en la creación de imágenes funcionales con fines netamente comunicacionales, para esto se hace uso de las nuevas tecnologías para un desarrollo más estructurado.

3.3 Icono, Índice y Símbolo

Icono: Signo que representa un objeto o una idea con los que guarda una relación de identidad o semejanza formal.

Símbolo: Es un grafismo distintivo que posee tres clases de funciones: simbólica, identificadora y estética.

Índice: Idea que representa un concepto, indica un elemento representativo del concepto.

3.4 Identidad visual corporativa

Es el conjunto coordinado de signos visuales por medio de los cuales de los cuales la opinión pública reconoce instantáneamente y memoriza a una entidad o grupo como institución.

3.5 Imagen corporativa

Es la imagen psicológica que una sociedad se representa mentalmente de una institución.

3.6 LOGOTIPO, ISOLOGOTIPO, IMAGOTIPO E ISOTIPO

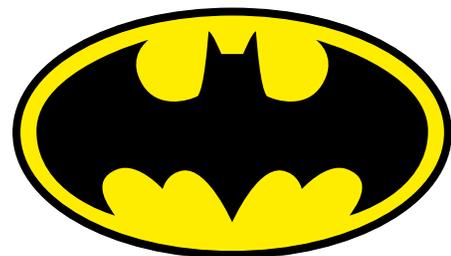
Logotipo: Es la forma de escritura característica con que se representan las nomenclaturas: razón social o nombre legal, nombre comercial, nombre del grupo, etc.

Isologotipo: Representación visual de una marca que unifica imagen y tipografía en un mismo elemento.

Imagotipo: Al nombre y su forma gráfica logotipo suele sumarse con frecuencia un signo no verbal que posee la función de mejorar las condiciones de identificación al ampliar los medios. Se trata de imágenes estables y muy pregnantes que permiten una identificación que no requiera la lectura, en el sentido estrictamente verbal del término, junto al texto

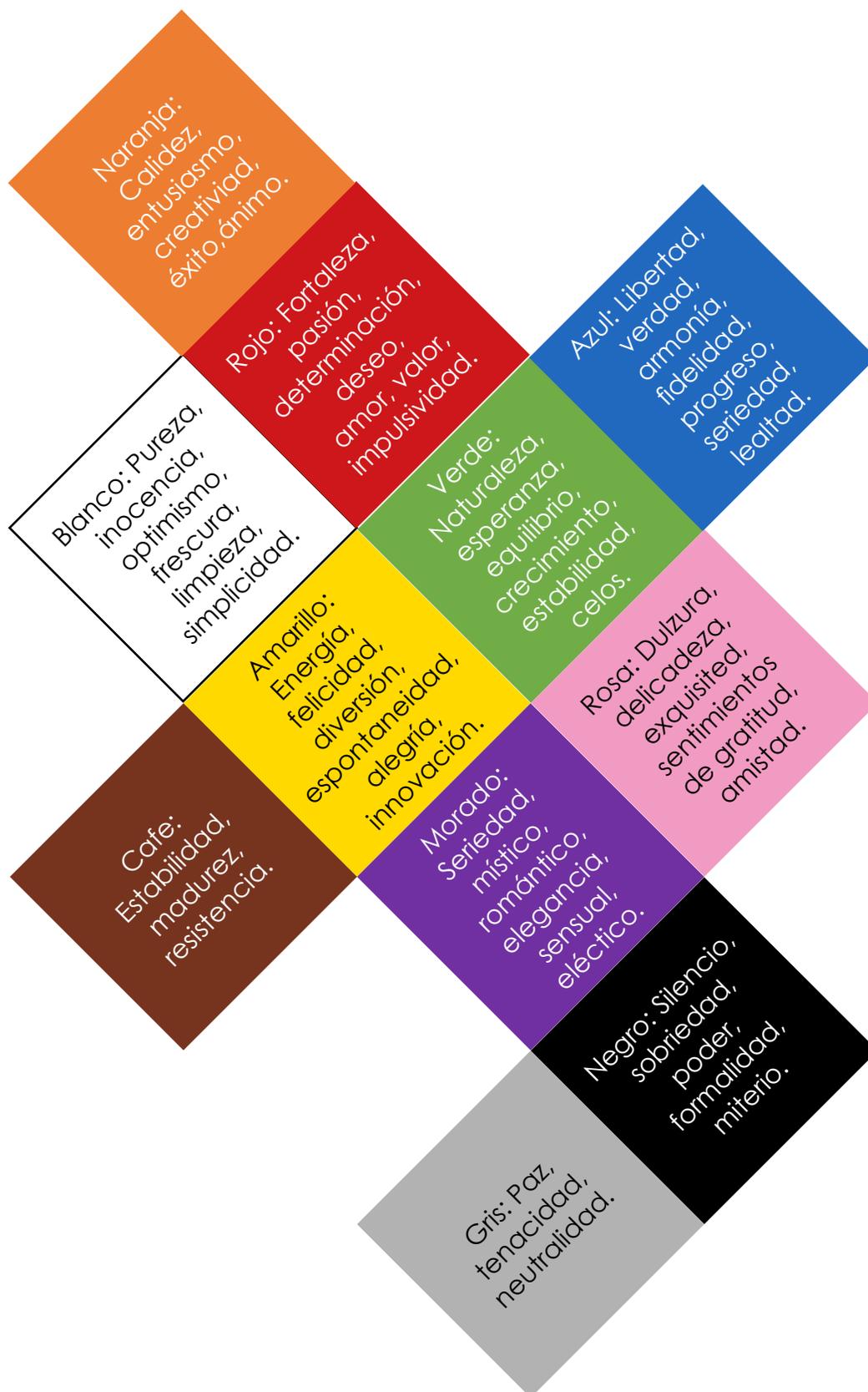
Isotipo: Representación de una marca cuando se compone sólo de una imagen.

Reebok



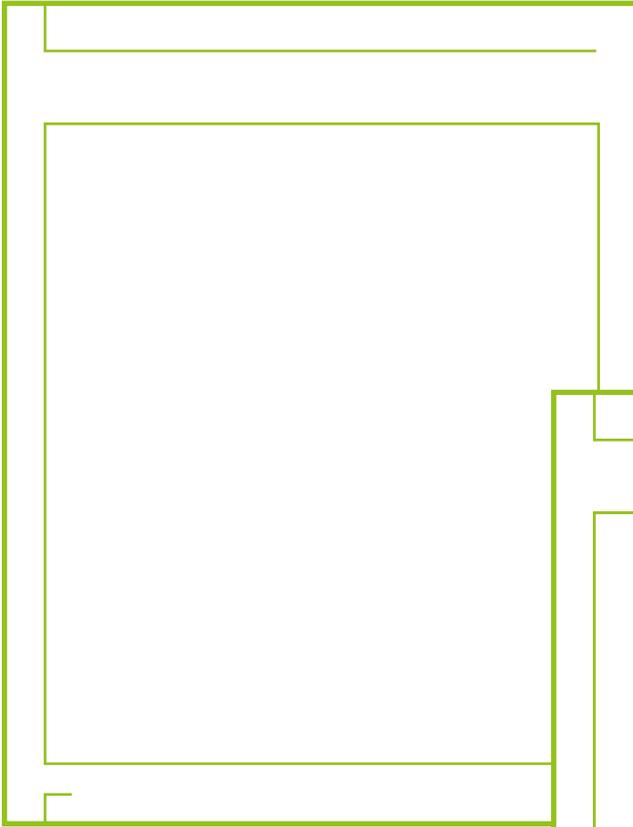
3.7 COLOR Y SUS CONNOTACIONES

Color: Efecto producido por un tono de luz en los órganos visuales

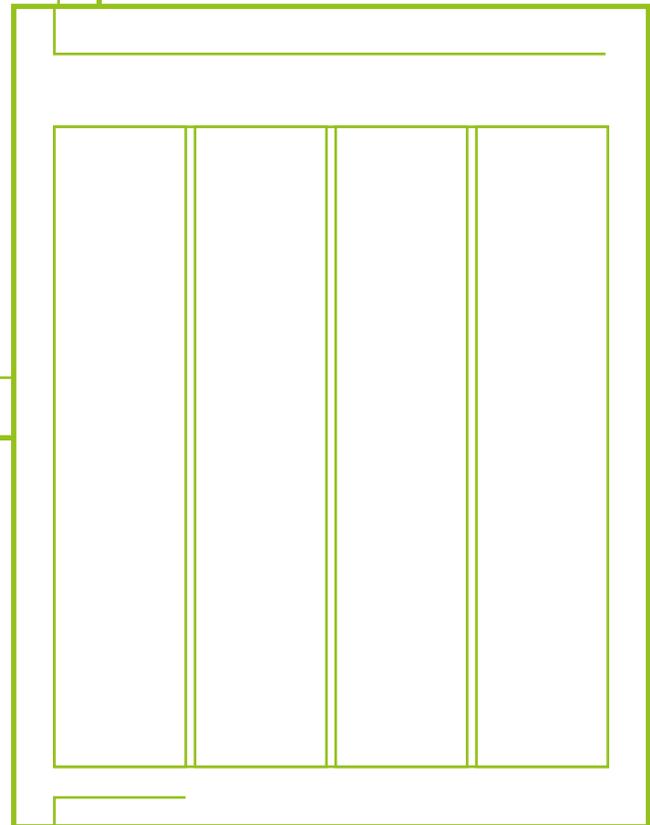


3.8 RETICULAS Y TIPOS DE RETICULAS

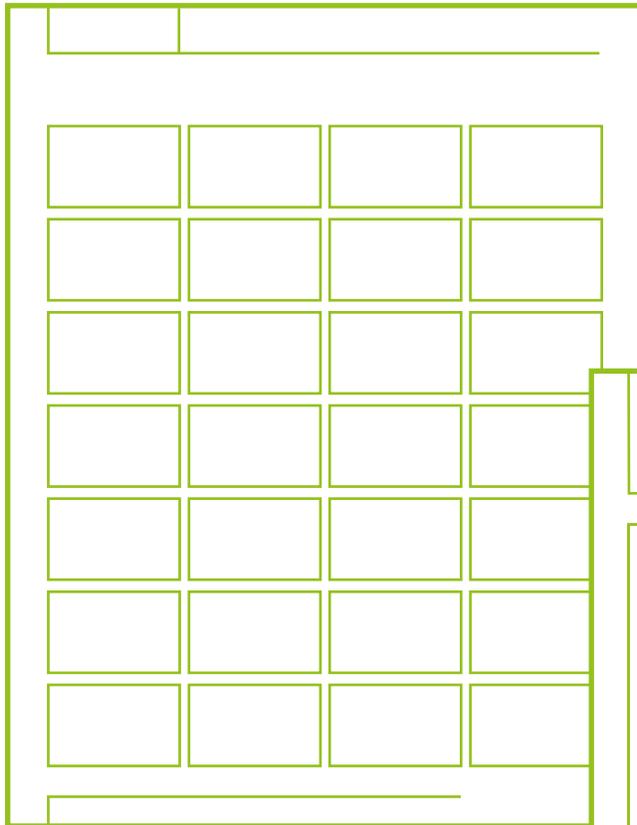
Retícula: Consiste en un conjunto determinado de relaciones basadas en la alineación de los elementos en todo el formato. Cada retícula contiene las mismas partes básicas, con independencia del grado de complejidad que alcance.



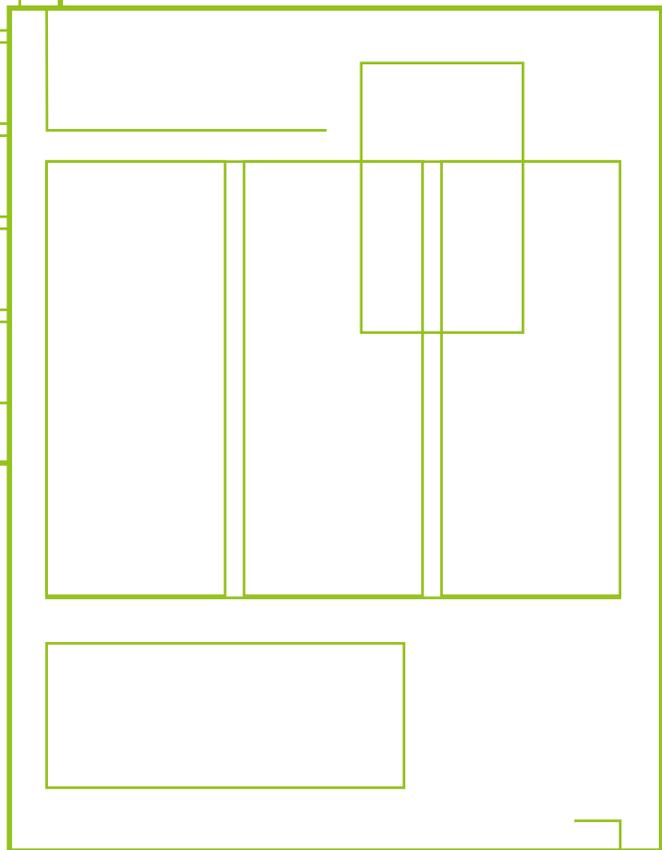
Retícula manuscrito: también llamada de bloque es estructuralmente, la retícula más sencilla que puede existir. Como su nombre lo implica, su estructura de base es un área grande y rectangular que ocupa la mayor parte de la página. Su tarea es acoger textos largos y continuos, como en un libro.



Retícula de columnas: La información que es discontinua presenta la ventaja de que puede disponerse en columnas verticales. Dado que las columnas pueden depender unas de las otras en el caso del texto corrido, pueden ser independientes si se trata de pequeños bloques de texto, o bien cruzarse para crear columnas más anchas.



Retícula modular: Los proyectos de gran complejidad requieren cierto grafo de control que va más allá del que ofrecería una retícula de columnas. En esta situación, la elección más eficaz podría ser una retícula modular, pues es en esencia, una retícula de columnas con un gran número de líneas de flujo horizontales que subdividen las columnas en filas.



Retícula jerárquica: A veces, las necesidades informativas y visuales de un proyecto exigen una retícula extraña que no encaje en ninguna otra categoría. Estas retículas se adaptan a las necesidades de la información que organizan, pero están basadas más bien en la disposición intuitiva de alineaciones vinculadas a las proporciones de los elementos.



3.9 TIPOGRAFÍA Y FAMILIAS TIPOGRÁFICAS

Tipografía: Es el conjunto de caracteres o tipos, que distinguen a un signo lingüísticamente; es decir la tipografía es el uso de los tipos de letra para expresar y comunicar mensajes; estos colectivamente se denominan caracteres e incluyen letras, números, signos de puntuación, etc.

Familia tipográfica: Agrupa todas las variaciones posibles de un tipo de letra o de una fuente específica, esto es, los diferentes grosores, anchos y cursivas. Muchas familias reciben el nombre de su creador o de la publicación en la que se emplearon por primera vez.

Serif	Serif, romanas antiguas, galdas, modernas mecanos o incisas.
Sans Serif	Sans serif, palo seco, lineales con rotulación o grotescas.
<i>Manuscrita</i>	Manuscrita, rotuladas, caligráficas o cursivas.
EXHIBICION	De exhibición, decorativa, adorno, fantasía o de época.
↖ ↓ ↘ ↙ ↕ ↔	Simbolos e imágenes.



CAPÍTULO 4



PROYECTO GRÁFICO



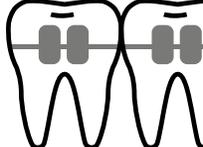
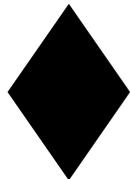
4.1 COMPONENTES VERBALES

Componentes necesarios: son aquellas palabras clave que nos ayudan a desarrollar la idea gráfica para el desarrollo de nuestro diseño.

Para este proyecto las palabras elegidas fueron:

- Diente
- Ortodoncia
- Limpieza
- Ética
- Calidez
- Amabilidad

4.2 TABLA DE PERTINENCIAS

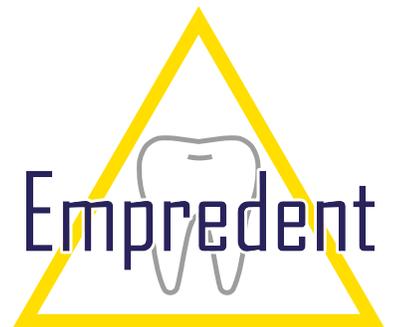
VALOR	DIENTE	ORTODONCIA
ÍCONO		
ÍNDICE		
SÍMBOLO		
COLOR		
TIPOGRAFÍA	Sans Serif	Serif



	LIMPIEZA	ÉTICA	CALIDEZ	AMABILIDAD
Serif	Sans Serif	Sans Serif	Sans Serif	Sans Serif

4.3 BOCETOS

Primeros bocetos digitales



Correcciones



4.4 DISEÑO

Diseño final



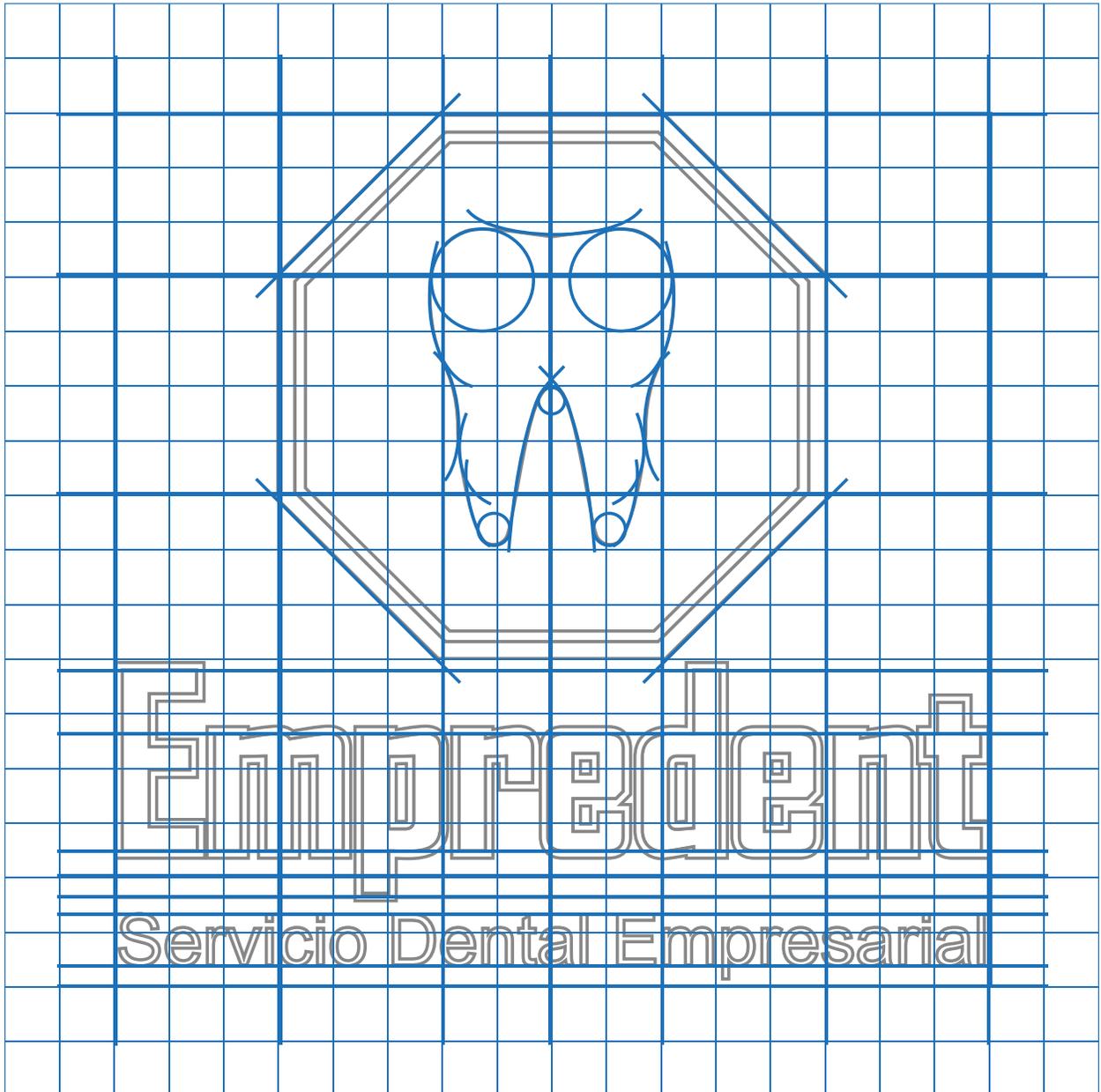
Empredent

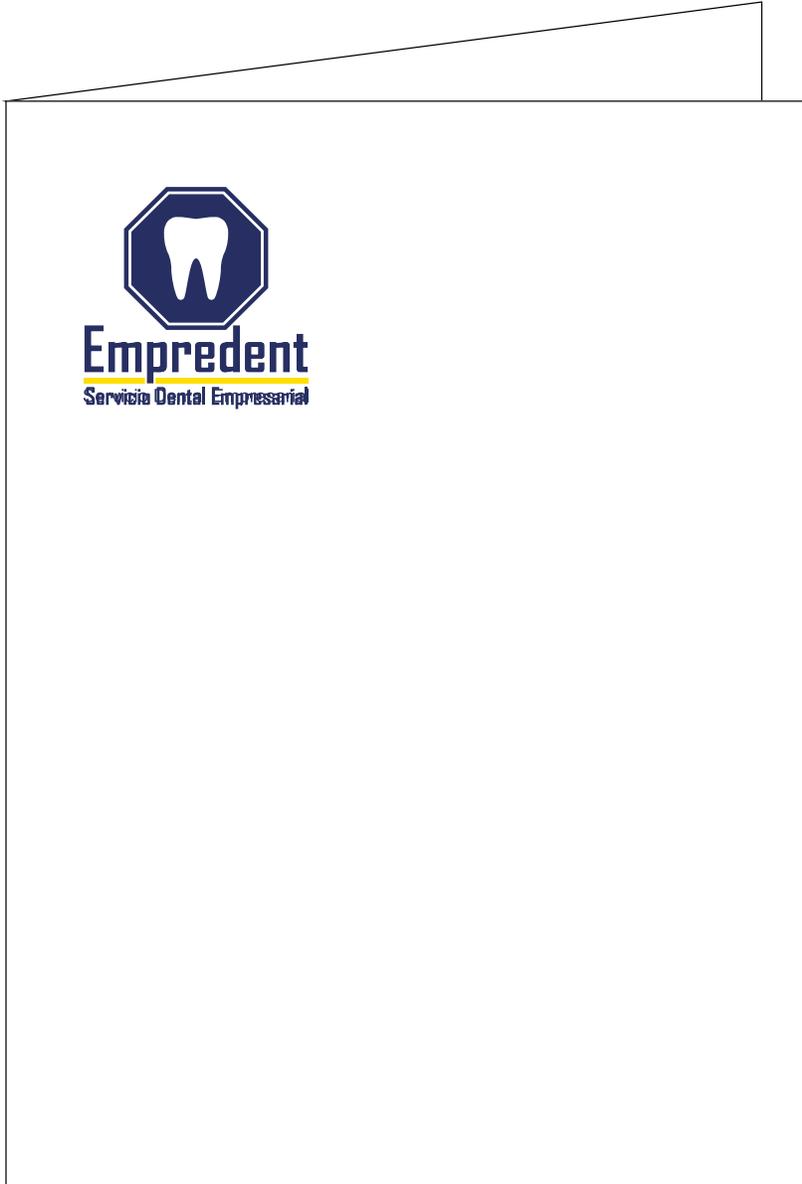
Servicio Dental Empresarial

Variaciones de color



Retícula





4.5 APLICACIONES



Daniel Capetillo Hinojosa

Servicio Dental Empresarial



Tel: 5574 9763 / 5564 4457
d.capetillo@empredent.com

Queretaro 80-901, Col. Roma, CDMX.

4.6 COTIZACIÓN

Costos fijos

Internet	$359 \times 12 = 4308$
Luz	$150 \times 12 = 1800$
Amortizaciones	$700 \times 12 = 8400$
Renta	$3500 \times 12 = 42000$
Salario	$12000 \times 12 = 144000$
	$200508 + 40\% = 280711.2$

$$280711.22 \times 7 = 196497.84$$

$$280711.2 / 1840 = 152.56$$

Costos variables

Transporte	$500 \times 12 = 6000$
Celular	$400 \times 12 = 4800$
Insumos	$3000 \times 12 = 36000$
Papelería	$1000 \times 12 = 12000$
	58800

$$196497.84 - (280711.2 + 58800) = -143013.36$$

Entrevista	4 horas
Investigación	5 horas
Bocetaje	8 horas
Digitalización	2 horas
Dummy	6 horas
Segunda entrevista	3 horas
Correcciones	4 horas
Tercera entrevista	3 horas
Cuarta entrevista	3 horas
Entrega	4 horas
	$45 \text{ horas} \times 152.56 = 6865.2 + 30\% = 8924.76$



CONCLUSIÓN

La imagen corporativa de una empresa es de gran importancia para lograr tener presencia en el mercado, es necesaria la investigación de algunos elementos para llegar al resultado deseado.

Algunos de estos elementos son: conocer a nuestro cliente, sus gustos, el público meta al que va dirigido, los conceptos de diseño necesarios para lograr nuestro objetivo y para conocer a la empresa, ubicar a la competencia de nuestro cliente, etc.



BIBLIOGRAFÍA

- Ambrose G., Harris P., (2007) *"Fundamentos de la tipografía"*.
Baines P., Haslam A., (2002) *"Tipografía: función, forma y diseño"*.
Chaves N., (1999), *"Imagen corporativa, teoría y metodología de la identificación institucional"*.
Costa J., (2011), *"Identidad corporativa"*.
Heller E., (2001), *"Psicología del color: Cómo actúan los colores sobre los sentimientos y la razón"*.
López H., (2008), *"Nivel socioeconómico AMAI"*.
Timothy S.,(2002), *"Diseñar con y sin retícula"*.
Wong W., (1995), *"Fundamentos del diseño"*.